

ARQUÉTIPOS NO CINEMA: ANÁLISES DO FILME *JOBS*

MAURICIO BARTH¹, EVERALDO PEDROZO DE OLIVEIRA²

¹ Doutorando em Diversidade Cultural e Inclusão Social, Mestre em Indústria Criativa, Especialista em Gestão de Marketing, Graduado em Publicidade e Propaganda (ambos pela Universidade Feevale), Docente no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Feevale, Novo Hamburgo - RS. E-mail: mauricio@feevale.br

² Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Feevale, Novo Hamburgo - RS. E-mail: everaldopedrozo10@gmail.com

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo identificar e analisar arquétipos atribuídos ao personagem Steve Jobs no filme *Jobs*. No início desta pesquisa, hipotetizou-se que o filme apresentava ao personagem os arquétipos Mago (aquele que possui sonhos que muitos dizem impossíveis de serem alcançados) e Criador (aquele com espírito inventivo). No entanto, após a análise fílmica realizada com base em Vanoye e Goliot-Lété (2012), entendeu-se que, além dos já mencionados, há, também, a presença do arquétipo Fora da Lei (aquele com um ar revolucionário).

Palavras-chave: Apple; Jung; personagem.

ARCHETYPES IN THE CINEMA: ANALYZES OF THE FILM *JOBS*

ABSTRACT

This work aims to identify and analyze archetypes attributed to the character Steve Jobs in the movie *Jobs*. At the beginning of this research, it was hypothesized that the film presented to the character the archetypes Mago (one who has dreams that many say impossible to be reached) and Creator (the one with inventive spirit). However, after the film analysis performed on the basis of Vanoye and Goliot-Lété (2012), it was understood that, besides those already mentioned, there is, also, the archetype Out of Law (the one with a revolutionary air).

Keywords: Apple; character; Jung.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos 20 anos, o cinema arrecadou um valor aproximado de quase 10 bilhões de dólares¹. Nesse faturamento, estão filmes como *Piratas do Caribe*, *Toy Story*, *Harry Potter*, *Star Wars*, entre outros. No Brasil, no ano de 2015, mais de 170 milhões

¹ Disponível em: <<http://cinpop.com.br/confira-quais-foram-as-maiores-bilheterias-dos-ultimos-20-anos-142024>>. Acesso em: 09 fev. 2019.

de espectadores estavam nos cinemas; isso equivale a um aumento de 11,1% em relação ao ano anterior.²

Esses filmes destacaram-se tanto devido às suas histórias quanto a seus personagens conhecidos. Porém, para cativar tanto o público, é comum filmes usarem um recurso conhecido e que facilita aos espectadores amarem ou odiarem seus personagens: os arquétipos (DOBLAS, 2016; BENET, 2015). Tratam-se de personagens com características que entendemos e julgamos ser; há, por exemplo, o personagem que possui o arquétipo herói: aquele que salva a todos, o bom moço. Por outro lado, o arquétipo vilão é o seu rival, é aquele que faz o oposto (BARTH; MUSSKOPF, 2011).

Para esta pesquisa, parte-se do pressuposto de que um dos filmes que, atualmente, expressa com veemência a questão arquetípica é *Jobs*. Nele, seu personagem principal, Steve Jobs, consegue, ao longo das cenas, alternar e transitar entre os inúmeros perfis arquetípicos e a análise deste trabalho será, portanto, sobre esse percurso. Entende-se que, neste caso, o tipo ideal de análise é a análise fílmica de Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (a seção sobre a metodologia empregada expressará de uma melhor forma essa escolha).

Sendo assim, este trabalho tem como objetivo identificar e analisar arquétipos atribuídos ao personagem Steve Jobs no filme *Jobs*. No início desta pesquisa, hipotetizou-se que o filme *Jobs* apresentava ao personagem Steve Jobs os arquétipos Mago (aquele que possui sonhos que muitos dizem impossíveis de serem alcançados) e Criador (aquele com espírito inventivo). Após as análises, no entanto, entendeu-se que, além dos já mencionados, há, também, o arquétipo Fora da Lei (aquele com um ar revolucionário); ambos serão descritos na análise posterior.

A seção seguinte descreve os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa.

2 ARQUÉTIPOS E SUAS DEFINIÇÕES

O termo arquétipo teve sua origem na Grécia antiga e é composto pelas palavras *archein*, que significa “original”, e *typos*, que significa “modelo ou tipo” (BARTH; MUSSKOPF, 2011; MASSA, 2016). Para Jung (2000), arquétipos são imagens formadas a partir de experiências das gerações passadas e que estão armazenadas no inconsciente, em que servem como modelo de padrão comportamental e influenciam na maneira que cada ser humano age e se comporta.

Martins (1995) menciona que arquétipo é um modelo comportamental que existe no inconsciente coletivo, e não somente faz parte do inconsciente pessoal. O autor acredita que os arquétipos podem representar tudo aquilo que cremos ser verdadeiro. Jung (2000) diz, ainda, que os arquétipos podem alcançar todas as camadas da *psique*, no inconsciente, no consciente e no pré-consciente; elas interagem, assim, uma com a outra, tendo o poder de manipular o consciente dos indivíduos, afetando o seu modo de agir, o seu comportamento e o seu instinto. Massa (2016) elenca, ainda, doze tipos de arquétipos, os quais são demonstrados no quadro-síntese a seguir.

² Disponível em: <<https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2016/01/26/apesar-da-crise-cinema-teve-maior-crescimento-dos-ultimos-5-anos-no-brasil.htm>>. Acesso em: 09 fev. 2019.

Quadro 1 – Quadro-síntese dos arquétipos

Arquétipo	Síntese
Amante	Busca relacionar-se com todas as pessoas, com a diferença de que a busca é de relações intensas, construídas na base da confiança e intimidade, seja com amantes, familiares e amigos.
Bobo da Corte	Sem medo do que os outros vão pensar e sem se prender a qualquer tipo de modelo socialmente predefinido, o Bobo da Corte é sempre espontâneo, brincalhão.
Cara Comum	Tem forte empatia para com os que o cercam, e tenta, ao máximo, ser como todos os outros, ter o máximo de características em comum com aqueles a sua volta e ser aceito.
Criador	Quer deixar sua marca de alguma forma e expressar sua visão e ideias, mas pode se tornar perfeccionista ou encontrar meios nem sempre tidos como “corretos” para realizar suas criações.
Explorador	O Explorador sente a necessidade de desvendar os mistérios do mundo e da vida, pois deste modo, conhecerá a si mesmo.
Fora-da-lei	Também conhecido como Revolucionário ou Rebelde. Suas características giram em torno de um espírito livre, que não segue regras e, geralmente, está à frente de seu tempo.
Governante	É o típico arquétipo de quem busca poder e controle das situações. É tido e visto como um líder nato, responsável, que sabe guiar bem um grupo de envolvidos em alguma trama aparentemente complicada.
Herói	Este arquétipo geralmente define aquele que tenta provar sua competência através de atos grandiosos, buscando um bem maior, geralmente para o próximo, mas pode ocorrer de querer para si próprio também.
Inocente	Quer apenas ser feliz, sentir-se bem e acaba confiando muito em outras pessoas.
Mago	Busca conhecer as leis que regem o Universo, para manipulá-las a seu favor e fazer sonhos se tornarem realidade. Mas é exatamente esta a sua fraqueza: acabar se tornando manipulador.
Prestativo	Completamente altruísta, o arquétipo Prestativo só quer o bem do próximo, acima do próprio.
Sábio	É conhecido por servir de base para personagens que buscam o conhecimento, aprendizagem e formas de compreensão apenas para o crescimento pessoal, e não para algum objetivo específico.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Massa (2016)

A seção seguinte apresenta questões sobre personagens e planos.

3 CINEMA: DO PERSONAGEM À HISTÓRIA

Para Field (2001), o personagem é o fundamento essencial de um roteiro, pois ele deve ser criado antes mesmo de começar a história, já que é sobre ele que ela vai ser contada. O roteirista deve saber, antes de tudo, quem é o personagem principal, quais suas características e sua história. Depois de estabelecer quem é o personagem principal, deve-se dividir os componentes da vida dele em *exterior* e *interior*. A *vida interior* do personagem inicia-se com o nascimento e vai até o início do filme e serve para formar e criar o personagem. Já a *vida exterior*, inicia-se quando o filme começa e termina com a conclusão da história. Este processo tem o intuito de revelar o personagem.

Segundo Field (2001), é necessário começar com a *vida interior* do personagem: se ele é masculino ou feminino, qual a sua idade, onde ele vive, quantos irmãos, entre outras características. O objetivo é ver o personagem criar forma. Quando concluída a *vida interior*, passa-se para a *vida exterior*. Nela, deve-se examinar os aspectos além do personagem, ou seja, a relação dele com o mundo a sua volta. O objetivo é descrever quem são as pessoas à volta do personagem, quais estilos de vida possuem, como são as famílias destes outros personagens, etc.

Field (2001) comenta, ainda, que o ponto de virada, ou *plot point*, é o incidente ou evento que liga uma ação a outra, e reverte em outra direção a história escrita. O ponto de virada acontece no fim dos Ato I e II, que tem como objetivo assegurar o paradigma do lugar, ancorando todo o enredo.

Rodrigues (2005) destaca os planos mais utilizados no cinema e na televisão, os quais são descritos a seguir.

- **Grande Plano Geral (GPG):** ajuda o espectador a situar onde está se passando a história. Geralmente são planos bem amplos e abertos;
- **Plano Geral (PG):** Este plano se assemelha ao GPG, porém, situa o espectador em qual casa ou lugar se passa a cena. Não é tão aberto quanto o anterior;
- **Plano Geral Aberto (PGA):** Usa-se para demonstrar interiores amplos e exteriores. O objetivo é mostrar de uma vez toda a ação;
- **Plano Geral Fechado (PGF):** Aqui, usa-se a ação do ator para demonstrar o cenário à sua volta;
- **Planos de Situação (PS):** É utilizado quando se muda de uma cena do exterior para o interior ou sempre que existir uma mudança de cenário abrupta;
- **Plano Inteiro (PI):** Mostra-se o corpo todo do ator, com o cuidado de deixar à vista um pequeno espaço entre a cabeça do personagem e a parte debaixo dos pés;
- **Plano Americano (PA):** A imagem vai somente até os joelhos do ator;
- **Plano Médio (PM):** Similar ao PA, porém, o ator é enquadrado somente da cintura para cima;
- **Plano Próximo (PP):** O corte agora é feito no busto do ator, mostrando desta região para cima. Também é chamado de Primeiro Plano;
- **Close (CL):** Esse plano tem como foco o rosto do personagem e o corte é feito nos ombros do ator;
- **Super Close (SCL):** Feito entre o queixo do ator e o limite da cabeça;
- **Plano Detalhe (PD):** O grande objetivo é focar em partes do corpo, como o olho, nariz e boca, para demonstrar emoções.

Destarte, apresentam-se, na sequência, as análises elencadas para este estudo.

4 METODOLOGIA

Este trabalho, de natureza básica, configura-se, quanto aos seus objetivos, como uma pesquisa descritiva, do ponto de vista de seus procedimentos técnicos como uma pesquisa bibliográfica e sob o viés da abordagem do problema como uma pesquisa qualitativa.

Quanto à coleta dados, deu-se através de *screenshots*³ do filme *Jobs*. O processo se deu da seguinte forma:

- Identificação de quais arquétipos estavam presentes no filme;
- Captura de cenas em que foram encontradas representação arquetípica;
- Análise fílmica das cenas selecionadas.

Como método de análise de dados, utilizou-se a análise fílmica descrita por Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (2012). Para os autores, analisar um filme consiste em despedaçar, separar e extrair materiais que não podem ser percebidos isoladamente. Portanto, o filme deve ser “desconstruído” para que se obtenha um conjunto de elementos distintos no próprio filme.

Na sequência, os arquétipos são apresentados e discutidos.

5 ANÁLISES

IDENTIFICAÇÃO DOS ARQUÉTIPOS

Em um primeiro momento, este trabalho buscou identificar os arquétipos atribuídos ao personagem Steve Jobs no filme *Jobs*. Ao fim dessa identificação, foram encontrados três arquétipos designados ao personagem (ao contrário dos dois hipotetizados inicialmente no estudo). O quadro 2, exposto a seguir, demonstra os arquétipos detectados, assim como o tempo em que eles foram reconhecidos.

Quadro 2 - Arquétipo identificado e tempo em que ele foi identificado

Arquétipo identificado	Tempo em que ele foi identificado
Mago	3min52seg
Mago	40min02seg
Mago	1h52min44seg
Criador	15min53seg
Criador	19min12seg
Criador	16min39seg
Fora da Lei	5min11seg

³ Em português, captura de tela. Consiste na ação de registrar, através de uma “fotografia instantânea”, uma imagem presente na tela de um computador, celular ou outro dispositivo eletrônico.

Arquétipo identificado	Tempo em que ele foi identificado
Fora da Lei	6min14seg
Fora da Lei	1h58min44seg

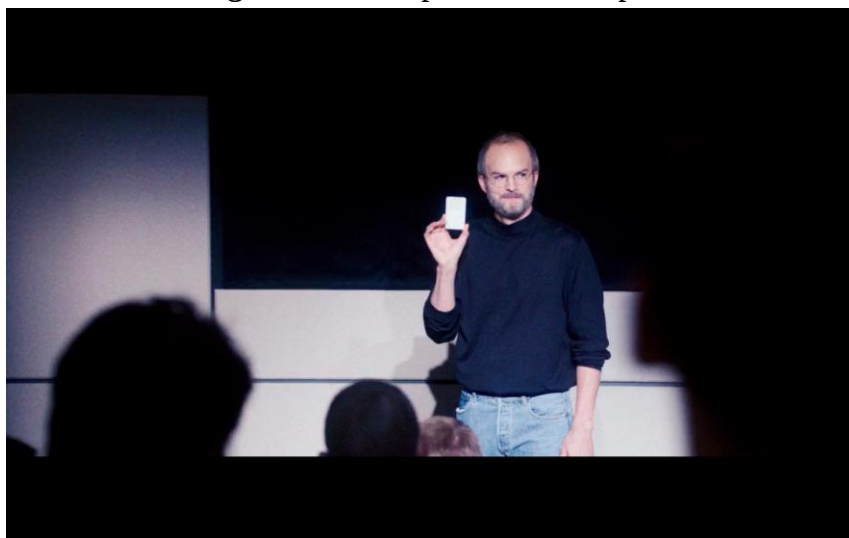
Fonte: Elaborado pelos autores.

Isto posto, a seção seguinte analisa os três arquétipos encontrados, vinculando-os às telas capturadas e aos autores mencionados na fundamentação teórica do estudo.

ANÁLISE ARQUETÍPICA

ARQUÉTIPO MAGO

Figura 1 - Jobs apresentando o Ipod



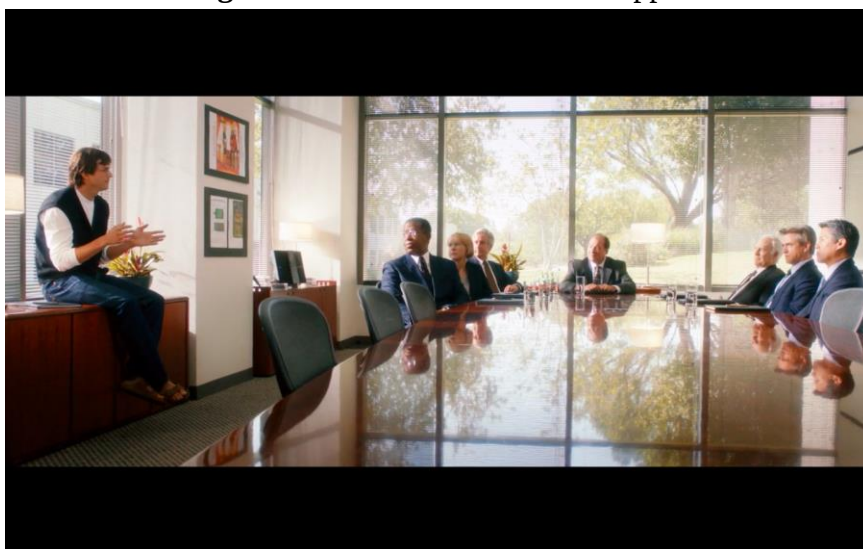
Fonte: Screenshot realizado pelos autores

Na cena 1, vemos Jobs apresentando à equipe da Apple o Ipod. Antes de mostrar o aparelho, vemos Jobs caminhando pelo corredor da empresa com quadros de alguns famosos, como Gandhi, Einstein, entre outros. Assim que ele sobe ao palco, Jobs divulga à equipe que todos estão vendendo muito bem seus produtos e que, por isso, tem uma surpresa para eles: o Ipod, tocador de músicas com mais de mil músicas e que cabe em qualquer bolso. Este foi um dos produtos que Jobs e Jonathan Ive criaram juntos e, durante a apresentação, Jobs faz menção ao seu parceiro de criação e à equipe. Logo em seguida, a cena acaba e volta no tempo quando Steve era um estudante e dormia nos sofás da faculdade.

Figura 2 - Jobs conhece Mike Markkulla

Fonte: Screenshot realizado pelos autores.

A cena 2 começa com Steve ligando para possíveis investidores; porém, ele não tem sucesso. Por não estar conseguindo conversar com as pessoas, Jobs começa a se questionar qual o problema delas, já que não veem o que ele consegue vê. Steve quer mostrar ao mundo que, se juntarmos uma máquina de escrever, um televisor e a tecnologia que ele tem, todos podem ter um computador em casa. Como não está tendo sucesso nas ligações, Jobs fica irritado e Kottke tenta fazer com que ele se acalme, o que o irrita ainda mais. Jobs quer ter o controle da sua empresa, mas como precisa de um investidor, isso o deixa frustrado. Em seguida, durante a discussão dos dois, vemos Mike Markkulla conversando com Jobs pela primeira vez. Ele diz que foi conhecer a Apple a pedido de Donaldo Valentine. Mike diz que quer conhecer melhor a empresa e que está disposto a investir, pois acredita no potencial da Apple. Em paralelo a isso, Jobs e a equipe tem algumas dúvidas sobre Mike e o enchem de perguntas.

Figura 3 - Jobs e o Conselho da Apple

Fonte: Screenshot realizado pelos autores.

Na cena 3, Steve vem acompanhando a Apple como um consultor, dando conselhos para que a empresa volte a prosperar, já que ela vinha em crise. Jobs menciona que a Apple não é nenhum de seus concorrentes, como Microsoft ou Dell e, por isso, devem parar de tentar ser. Ele quer voltar ao princípio, ao que a marca era, momento em que não copiavam ideias dos concorrentes, mas, sim, inovavam e ditavam o ritmo do mercado. Ele sugere criar uma linha nova de computadores, algo que ele possa controlar novamente e limitar a quantidade de produtos ofertados aos consumidores. Steve quer criar um novo sistema operacional, agora com a ajuda da antiga empresa, a Next, e acabar com os antigos projetos que eram produzidos. Por fim, Jobs diz que vai centralizar a publicidade em uma única empresa, justamente a que ele investia quando era CEO e, depois de explanar todas as suas ideias, Jobs diz que quer ser um membro da diretoria com direito a voto e o novo CEO interino da Apple. Logo em seguida, o atual CEO questiona o comportamento de Jobs e se irrita, mas o Conselho faz uma votação e, então, decide que Jobs será, sim, o novo CEO da Apple.

Para analisar o arquétipo Mago, foram utilizadas as descrições dos planos que Rodrigues (2005) menciona anteriormente. A cena 1 começa com um Plano Geral Fechado, que, segundo Rodrigues (2005), é utilizado na ação do ator, neste caso, Jobs caminhando até o palco, para apresentar o cenário. Em seguida, enquanto a equipe da Apple aplaude o CEO, é utilizado o Plano Geral Aberto para demonstrar que a cena se passa em um auditório, sendo que, enquanto acontecem as palmas, para demonstrar que o auditório está lotado e que as pessoas estão entusiasmadas pela apresentação de Steve, são feitos *Closes* nos rostos da plateia, mesclando com mais Planos Gerais Abertos e *Closes*. Enquanto Jobs apresenta o Ipod, outros cortes são feitos, como os Planos Americanos. Há, ainda, alguns Planos Detalhe que, depois, voltam para os Planos Gerais Abertos e, no fim, acabam com um *Close* no rosto de Jobs.

A cena 2 começa com a vinda de Mike Markkula pela primeira vez à Apple, que ainda tem sua sede na garagem dos pais de Steve. Antes mesmo de Mike descer do carro, é utilizado um Plano Geral Aberto no carro de Mike, alternando com um Primeiro Plano em todos os colaboradores que estão sentados na garagem e que ficam impressionados com o carro. Segundo Rodrigues (2005), o cinema é, basicamente, imagens fotográficas em movimento. Essas imagens, por algum motivo, podem não transmitir o necessário que o diretor quer apenas com elas; portanto, o cinema se apoia em outras frentes para conseguir fazer isso e uma das principais é o som. Neste caso, quando o carro de Mike aparece, os demais sons desaparecem, focando somente no som do motor do carro, que junto com um *Close* na marca do automóvel ajudam a dar ênfase no sentimento de euforia que os “garotos” têm ao ver o carro. Enquanto Mike se apresenta a Steve e explica o porquê de ele estar ali, utiliza-se de Plano Americano para dar destaque aos dois e aos demais colaboradores que estão atrás deles. Logo em seguida, são feitos *Closes* em alguns objetos da casa e, então, utiliza-se um Plano Situação, que é usado quando se troca de cenários exteriores para interiores (RODRIGUES, 2005).

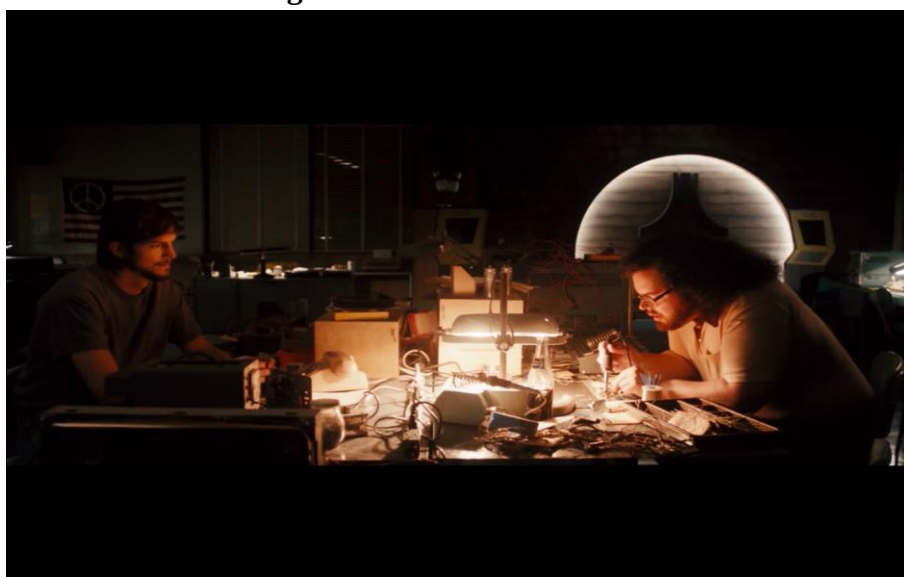
Por fim, a cena 3 começa com um Plano Geral, que serve para situar o espectador sobre o cenário em que acontece a cena (RODRIGUES, 2005). Essa cena demonstra o CEO da Apple agradecendo Jobs pelo trabalho de conselheiro que teve e, enquanto isso, Primeiros Planos passam nos rostos dos diretores e de Steve, mostrando que eles têm algo a mais a falar. Depois de Jobs mencionar que o posicionamento da Apple precisa mudar, ele apresenta ideias para produção de produtos da empresa e, também, para estratégias de marketing. Nesse momento, utiliza-se novamente o Plano

Geral Fechado e, em paralelo a isso, foca-se no antigo CEO da Apple, que percebe que ele não está sabendo de algo que Jobs já sabia (a votação para colocar Jobs, novamente, como CEO na Apple). Também, enquanto isso acontece, são feitos *Closes* e Planos Detalhe, que, segundo Rodrigues (2005), servem para mostrar particularidades em objetos ou expressões.

Segundo Jung (2000), o objetivo principal do arquétipo Mago é entender o princípio de tudo. Ele quer que seus sonhos se tornem realidade e quer manipular as leis do Universo; porém, é justamente essa característica que cria a sua maior fraqueza: ser manipulador. Na cena 1, quando Jobs apresenta à equipe pela primeira vez, o Ipod, na cena 2, quando Jobs apresenta à Markkula a Apple e mente dizendo que existem outras lojas espalhadas para que o possível investidor não pense que estão apenas em uma garagem, e, na cena 3, quando Jobs volta à Apple, é possível perceber que Steve quer que seu sonho se realize, seja mostrando um produto novo, criando uma empresa ou voltando a ela. Jobs, nas três cenas selecionadas, caracteriza-se como o Mago por essa qualidade, mas, também, pelo seu defeito enquanto manipulador.

ARQUÉTIPO CRIADOR

Figura 4 - Jobs e Woz na Atari



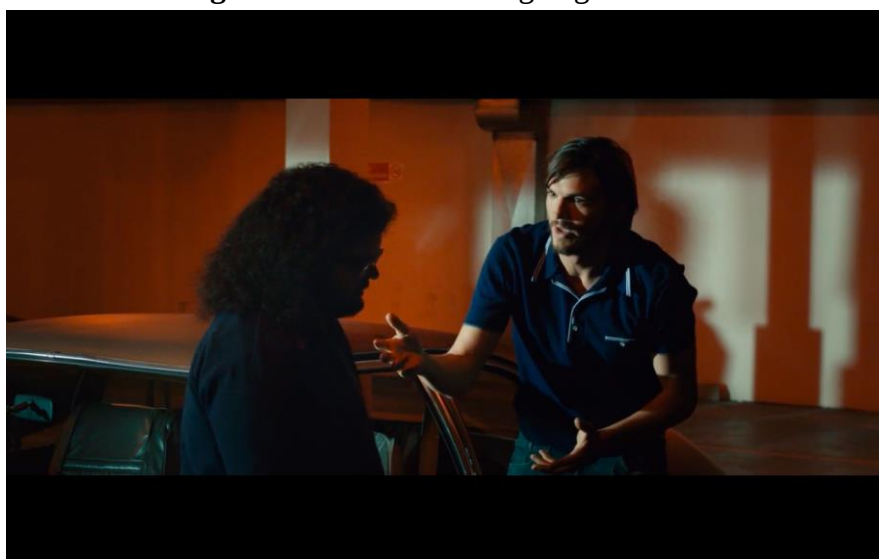
.....**Fonte:** Screenshot realizado pelos autores.

Na cena 1, Jobs, que na época trabalhava na Atari, discute com seus colegas e chefe, e este, para não ter que demitir Jobs, opta por deixá-lo trabalhar no turno da noite e em um projeto que somente ele se envolveria. Quando Jobs entende que seu prazo era curto e que tinha muita coisa a se fazer, resolve ligar para seu amigo Wozniak, que logo vem socorrê-lo. Enquanto trabalhavam, Jobs diz a seguinte frase: “Eu não consigo trabalhar para os outros” e, na sequência, termina a frase dizendo: “Eu preciso da minha independência”. Wozniak, mesmo sem prestar atenção, acena com a cabeça, concordando com o colega.

Figura 5 - Jobs e Woz na casa dos Wozniac

Fonte: Screenshot realizado pelos autores.

Na cena 2, Jobs diz a Wozniak que o valor que vão pagar a ele pela entrega do trabalho é de apenas trezentos e cinquenta dólares, sendo que, anteriormente, quando Jobs pede um trabalho próprio e se muda para trabalhar no turno da noite, seu gestor já menciona que o total pago pelo trabalho será de cinco mil dólares. Quando Jobs apresenta o trabalho e seu gestor gosta do resultado, em momento algum ele diz que teve ajuda ou menciona o nome de Wozniak. O gestor fica surpreso por Jobs ter conseguido entregar o projeto no prazo; no entanto, nem isso faz com que Steve mencione a ajuda do amigo. Por fim, quando Jobs recebe o salário pago pelo trabalho, vai à casa do Wozniak entregar a metade do valor, o que, na verdade, configura-se como uma mentira, já que ele dá ao colega somente os trezentos e cinquenta dólares que mencionou no início da conversa na Atari. Logo em seguida, Jobs vê um protótipo de computador pessoal que Wozniak vinha trabalhando e, então, começam a falar sobre.

Figura 6 - Jobs e Woz na garagem da HP

Fonte: Screenshot realizado pelos autores.

Na cena 3, Jobs encontra Wozniak saindo do trabalho e fica enlouquecido com o que tinha visto na casa do amigo. Ambos estão falando sobre o protótipo de computador pessoal que Wozniak apresentou a Jobs em sua casa e que depois se tornaria no primeiro computador da Apple. Jobs tenta convencer Wozniak que o que ele criou é algo único. Nas palavras de Jobs no filme: “Isso é a roda!”, e quando ele questiona ao amigo sobre por que não contou para ele antes, a resposta foi que Wozniak trabalhava neste projeto para ele mesmo. Neste momento, Jobs fica ainda mais entusiasmado e quer convencer o parceiro a apresentar a ideia em eventos criativos. “Exatamente, para si mesmo, para você! É o que você queria [...]. Seu cérebro evoluído queria uma coisa que ainda não existia e você simplesmente fez essa coisa existir.” Depois de muito conversarem, Jobs, mesmo sem convencer o amigo, entra no carro e o leva para apresentar em um evento a nova ideia de protótipo.

Utilizando a proposta de Vanoye e Goliot-Lété (2012), foram extraídas três partes de cenas sequenciais do filme e analisadas. Na primeira cena, vemos Jobs cobrando outro colaborador da Atari. Ele quer melhorar um problema que já existia, enquanto o colaborador apenas faz a demanda que foi solicitado a ele. Mesmo Jobs não sendo o seu gestor direto, ele cobra o colaborador a fazer mais e melhor e ainda diz que os demais colaboradores não executam seu trabalho como o devem. Quando ele teve seu próprio projeto, já com ajuda de Wozniak, ele nota que precisa da sua independência e que não pode mais trabalhar para os outros, do contrário, trabalharia com pessoas que pensam diferente dele e ele não poderia mudar este pensamento.

Já na cena dois, o gestor de Jobs aprova o resultado do trabalho desenvolvido por ele, mas Jobs não menciona que foi ajudado por Wozniak. Assim que Steve recebe o valor pelo trabalho desenvolvido, ele paga a Wozniak, porém, paga-o somente trezentos e cinquenta dólares, dizendo que foi a metade que pagaram a ele por desenvolver o projeto que construíram juntos, sendo que o que Jobs realmente recebeu pelo projeto todo foram, na verdade, cinco mil dólares. Ele ludibria o amigo já no primeiro trabalho juntos, usando das capacidades técnicas de Wozniak para que conseguisse entregar um trabalho de qualidade dentro do prazo.

Por fim, na cena três, seguindo seu instinto de empreendedor e seguido, também, pela fascinação que teve ao ver o invento do colega, Jobs quer, a todo custo, que Wozniak apresente ao mundo seu projeto. O perfil de criar suas próprias coisas e criá-las a maneira que bem entende sempre chamou a atenção de Jobs, por isso, quando viu que o que colega tinha algo novo, que ninguém nunca tinha pensado, percebeu que ambos poderiam ser independentes e inovadores com o projeto.

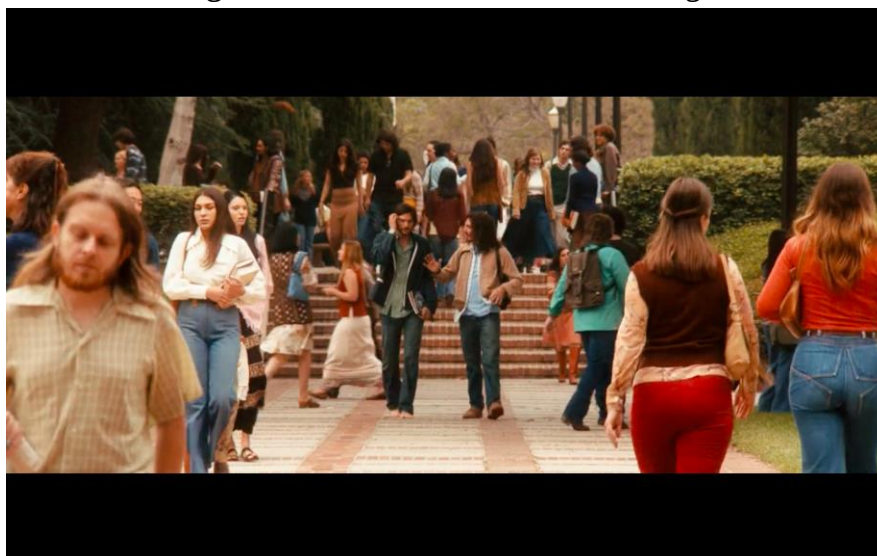
Por Jobs demonstrar características como independência, busca pela inovação e vontade de ter o próprio negócio, mesmo sem saber qual, apenas pelo fato de querer criar suas coisas e, por vezes, utilizar de métodos que ludibriassem pessoas a sua volta para que alcançasse os resultados que queria, Steve se enquadra no arquétipo Criador.

Esse arquétipo, segundo Jung (2000), tem como grande característica inovar sempre. Ele quer deixar sua marca no mundo e buscar a inovação sempre que possível em seu trabalho; porém, nem sempre os meios utilizados por este arquétipo para alcançar e realizar seus objetivos são os meios corretos. Jobs consegue, nas três cenas mencionadas, enquadrar-se neste arquétipo, pois busca inovação no trabalho, enquanto os demais colegas fazem a demanda que lhes fora entregue. Jobs procura sua independência, pois percebe que não conseguiria criar suas coisas, à sua maneira, enquanto trabalhasse para os outros. Além disso, Steve se enquadra na característica

negativa deste arquétipo, pois engana seu amigo Wozniak, que o ajuda a entregar o trabalho no prazo e é ludibriado na hora de receber o valor da entrega.

5.2.3 Arquétipo Fora da Lei

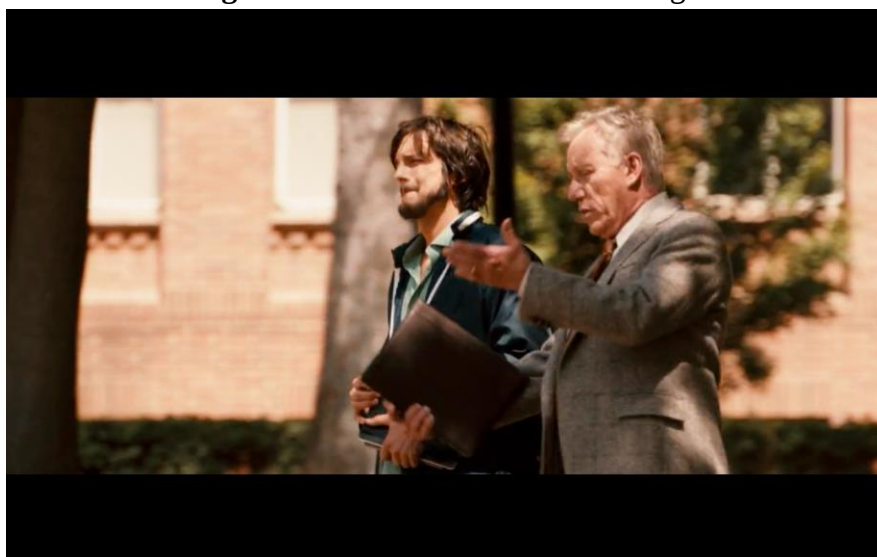
Figura 7 - Jobs e Kottke na Reed College



Fonte: Screenshot realizado pelos autores.

Na cena 1, Jobs é acordado por um dos colegas em um dos sofás da faculdade, na qual já não é mais aluno, mas ainda participa de algumas aulas que lhe interessam. Jobs levanta-se do sofá, fala consigo mesmo, afirmando que acordou e então começa a caminhar pelo *campus*. Enquanto Jobs caminha, percebe-se que ele está descalço, e é dada ênfase a isso nas cenas seguintes até ele encontrar o amigo Daniel Kottke. Enquanto caminha junto a Kottke, um dos primeiros colaboradores da Apple, ambos falam sobre a noite passada e o porquê de Daniel não ter aparecido. Kottke diz que precisava estudar e Jobs adverte o amigo dizendo que ele deveria largar a faculdade, assim como ele fez, uma vez que Jobs acreditava que o sistema só podia produzir o próprio sistema, segundo sua própria fala no filme. Kottke logo diz a Steve que é preciso muita coragem para largar os estudos assim como Jobs fez. Outro motivo para Steve largar a faculdade é não ter certeza do que queria e que não queria gastar o dinheiro que sua família juntou a vida toda em algo que ele não tinha certeza.

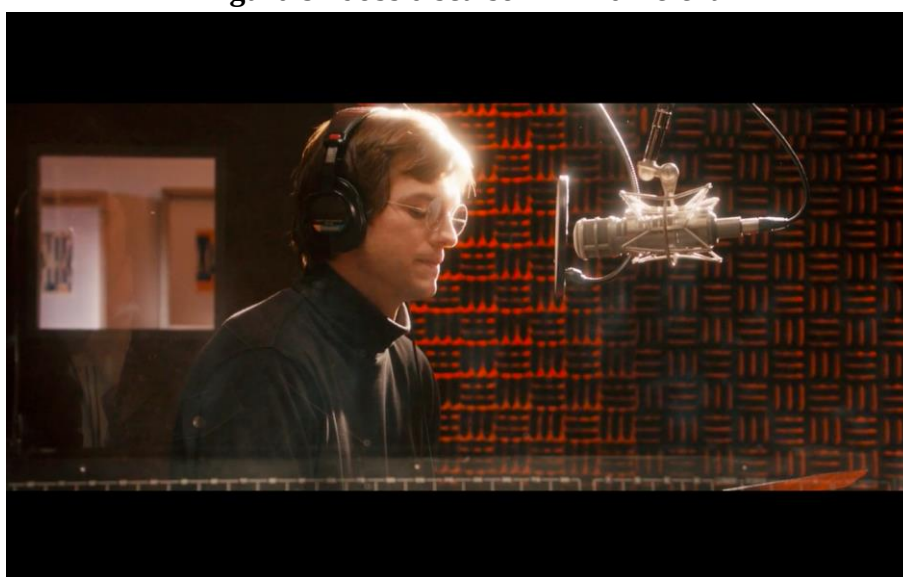
Figura 8 - Jobs e Jack na Reed College



Fonte: *Screenshot* realizado pelos autores.

Na cena 2, enquanto Jobs fala com o amigo, ambos são interrompidos pelo reitor da faculdade, Jack Dudman. Jack quer falar com Jobs e, então, Kottke se despede do amigo. Enquanto o reitor e Jobs caminham, eles falam sobre a faculdade, até que Jack questiona como estão as aulas de Jobs. Steve responde dizendo que não é mais aluno e, se necessário fosse, ele poderia deixar a faculdade. Jack diz, de forma calma, que não tem problema algum se Jobs não é mais aluno, ou se ele paga ou não, o importante é que vá às aulas. Jack questiona a Steve se ele tem interesse por arte e indica ao aluno assistir algumas aulas de design. Jobs diz que gosta do conceito de arte, mas não como carreira e que ele não tem talento para tal. Jack questiona sobre engenharia e, mais que depressa, Steve responde dizendo que um diploma pode ser uma confirmação para uns, mas para outros nem tanto e sai, deixando o reitor falando sozinho.

Figura 9 - Jobs discurso Think different



Fonte: *Screenshot* realizado pelos autores.

Na cena 3, Jobs declama um dos discursos que mais repercutiram a seu respeito enquanto esteve na Apple. O discurso acontece depois que ele retorna a Apple e o usa para informar o reposicionamento da marca e sua chegada nela. Jobs queria mostrar ao mundo que a Apple nunca se encaixou em nenhum padrão, que não seguiam regras e que serviam de inspiração para os concorrentes, que eram inovadores e únicos no mercado. Steve discursa:

Isto é para os loucos. Os desajustados. Os rebeldes. Os desordeiros. Para os peixes fora d'água. Para aqueles que veem as coisas de forma diferente. Eles não gostam de regras. E não nutrem o menor respeito pelo *status quo*. Você pode citá-los, discordar deles, glorificá-los ou difamá-los. A única coisa que você não pode fazer é ignorá-los. Porque eles transformam as coisas. Eles impulsionam a raça humana para frente. E enquanto alguns podem vê-los como loucos, nós vemos o gênio. Porque as pessoas que são loucas o suficiente para achar que podem mudar o mundo, são aquelas que o fazem.

Na primeira cena, Jobs é apresentado caminhando descalço, mostrando que não se encaixa no perfil das demais pessoas que estão a sua volta, uma vez que todos estão calçando algum sapato ou algo do tipo. Para dar mais ênfase a isso, o filme utiliza o plano *Close* em seus pés e, na sequência, utiliza o Grande Plano Geral para situar ao espectador que o ator está em uma faculdade e que os que estão a volta dele usam sapatos em seus pés. Em seguida, quando Jobs encontra seu amigo Kottke, é utilizado o Plano Geral Fechado para apresentar mais do cenário e da quantidade de pessoas enquanto eles conversam.

Já na cena dois, o reitor da faculdade é apresentado aos espectadores com o Plano Médio, falando com outros alunos e, então, interrompe a conversa de Jobs com Kottke. Na sequência, enquanto ambos caminham, novamente utiliza-se o Grande Plano Geral para mostrar que caminham na faculdade e, dessa vez, a fala dos dois ajuda a confirmar isso, já que Jack está questionando Jobs sobre como estão as aulas. Jobs retruca Jack dizendo que um diploma pode ser uma perda de tempo, mas para outros pode ser uma confirmação do trabalho duro, da dedicação para essa conquista. O que fica claro nesta conversa é que Jobs não se importa com este feito e com o fato de se formar em algo, tanto que deixa a faculdade; porém, quando Jobs diz a Jack que “o diploma pode ser uma perda de tempo”, Jack fica sem resposta e, para demonstrar isso, o filme usa o Primeiro Plano, que dá foco a expressão do reitor da faculdade.

Por fim, a cena 3 começa com o plano Super *Close*, utilizado para demonstrar, assim como o *Close*, o rosto do ator. A face de Jobs é apresentada, de forma pensativa, e ele diz que quer deixar uma marca no universo. Steve fala sobre o objetivo do seu discurso: ele quer deixar claro quem é a Apple e que eles não estão no mesmo nível dos concorrentes. Enquanto ocorre o discurso que mostra que Jobs quer que a Apple se destaque das demais empresas por ser disruptiva e por ir contra a monotonia das demais, aparecem cenas dos primeiros colaboradores da marca, utilizando de Planos Americanos, que apresentam da cabeça até o joelho dos atores.

Para Jung (2000), o arquétipo Fora da Lei é aquele cuja característica principal é ter espírito livre; suas qualidades servem como inspiração para outras pessoas. Jobs, nas cenas descritas, busca ser diferente dos demais. Inicialmente, ele não usa sapatos, enquanto os demais o fazem; na sequência, argumenta, para seu amigo, e depois para o reitor da faculdade, que o que a faculdade pode fazer é replicar mais do mesmo que já existe e as pessoas não deveriam querer isso. E, na última cena, Jobs descreve essas características em seu discurso, pois quer apresentar ao mundo uma empresa que é

diferente, que vai contra as regras ditadas no mercado pelas empresas maiores e tradicionais. Jobs deixou claro, nas cenas mencionadas, que nunca se encaixou em nenhuma das situações em que estava, que nos lugares em que passou as pessoas o amavam ou o odiavam por ele não se importar com o que pensavam e nunca quis ser comparado aos demais. Ele sempre quis deixar claro seu ponto de vista, tanto para o lado pessoal quanto para o lado profissional, passando este posicionamento, por consequência, para a Apple.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou identificar e analisar arquétipos atribuídos ao personagem Steve Jobs no filme *Jobs*. Tinha-se como hipótese inicial que o filme em questão retratava Jobs utilizando-se dos arquétipos Mago e Criador. Porém, após uma identificação mais minuciosa, o arquétipo Fora da Lei também foi reconhecido, visto que suas características se destacam pelo espírito livre, que não se prende a regras e, normalmente, está à frente de seu tempo. Faz-se importante mencionar, portanto, que o objetivo proposto foi atingido.

Como sugestão de continuidade, ressalta-se que é possível analisar, também de forma arquetípica, outros filmes que contam a história de vida de Steve Jobs. Dessa forma, pode-se cruzar as análises feitas nos diferentes filmes, a fim de encontrar semelhanças ou disparidades na forma com que inúmeros diretores cinematográficos escolhem contar sua história.

REFERÊNCIAS

BARTH, M.; MUSSKOPF, M. M. Arquétipos na publicidade e propaganda. **Revista Temática**, João Pessoa, PB, ano 7, n. 9, mar. 2011.

BENET, V. Spanish archetypes in transnational cinema: a comparative study of iconography. **Journal of Spanish Cultural Studies**, v. 16, i. 1, 2015, p. 9-27.

DOBLAS, F. Stereotypes and archetypes in early Spanish cinema. **New Review of Film and Television Studies**, v. 14, i. 4, 2016, p. 487-503.

FIELD, S. **Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

JUNG, C. G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

MARTINS, J. **Arquétipos em marketing**. São Paulo: STS, 1995.

MASSA, P. R. **Os 12 arquétipos de Jung**, 2016. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/os-12-arqu%C3%A9tipos-de-jung-paulo-roberto-massa-ramos>>. Acesso em: 09 fev. 2019.

VANOYE, F.; GOLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a análise fílmica**. 7. ed. Campinas, SP: Papirus, 2012.