

Inocência institucionalizada: a representação do arquétipo do Inocente na série *Ruptura* (Apple TV+)¹

Láysla Pinheiro FIÚZA²
Marcela Tessarolo BASTOS³
Universidade Vila Velha – UVV

Resumo

Este artigo propõe uma análise da representação do arquétipo do Inocente na primeira temporada da série *Ruptura* (*Severance*), distribuída pela Apple TV+. Com base na teoria junguiana dos arquétipos e nas adaptações de Margaret Mark e Carol Pearson (2012), buscamos investigar como valores como pureza, obediência e idealização da proteção são simbolicamente articulados na narrativa. A Lumon, corporação fictícia da série, implementa um procedimento que separa as memórias de seus funcionários entre vida pessoal e profissional, criando identidades distintas. Tal cenário evidencia uma ambientação distópica que ressignifica o arquétipo em sua forma clássica e revela sua instrumentalização como ferramenta de controle e alienação.

Palavra-chave: arquétipo; narrativa audiovisual; série de TV; *Ruptura*.

Introdução

Contos populares, histórias mitológicas, literatura, filmes e séries carregam em seus cernes narrativos símbolos e padrões de comportamento que se repetem no decorrer da história. Para Carl Gustav Jung (2002), essa recorrência de imagens e comportamentos indica a existência de um inconsciente coletivo, ou seja, uma camada psíquica que não se desenvolve de forma pessoal, a partir de experiências próprias do indivíduo, mas sim é herdada universalmente ao longo da história da humanidade, ultrapassando barreiras culturais e históricas.

Dentro desse inconsciente coletivo, manifestam-se os arquétipos, que são predisposições psíquicas universais que se expressam através de padrões recorrentes de comportamento, além de modos de ser e estruturas emocionais, presentes em mitos, lendas e religiões e, por consequência, acabam por influenciar a forma como percebemos o mundo.

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Audiovisual e Mídias Sonoras da Intercom Júnior – 19ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 6º Semestre, do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha – UVV, e-mail: laysla.fiuza@gmail.com

³ Orientadora do trabalho e professora do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Vila Velha – UVV, e-mail: marcela.bastos@uvv.br

O conceito arquetípico evoluiu ao longo do tempo, tendo em vista que, apesar de partirem da mesma base junguiana, diferentes estudiosos desenvolveram inúmeras interpretações e nomenclaturas desses arquétipos de acordo com a sua respectiva área de estudo.

Enquanto os arquétipos junguianos são mais estruturais e ligados à psique (como Sombra, Grande Mãe, Animus/Anima, entre outros), autores como Margaret Mark e Carol Pearson (2012) adaptaram a teoria central dos arquétipos para campos como cultura, publicidade e comunicação, organizando-os em figuras mais voltadas à construção de histórias e identidade (como o Amante, o Herói, o Fora da Lei, entre outros).

Os arquétipos de Mark e Pearson (2012) são utilizados para estruturar estratégias tanto voltadas para a gestão de marcas e campanhas publicitárias, quanto para narrativas ficcionais como na literatura ou no desenvolvimento de enredos e personagens de filmes e séries, como demonstrado anteriormente por Joseph Campbell (2007), cujas contribuições foram fundamentais para a compreensão do uso de arquétipos em narrativas ficcionais e mitológicas. O uso de arquétipos nesse contexto narrativo, assim como no cenário publicitário, ajuda na identificação da audiência com a história apresentada a eles, além de evocar emoções ao longo do desenvolvimento da narrativa, sejam elas positivas ou negativas (Anaz, 2021).

Entre os doze arquétipos identificados por Mark e Pearson (2012), o Inocente representa o anseio por pureza, segurança e positividade, assumindo assim um papel considerável na construção de enredos que envolvem esperança, moralidade e busca por uma existência protegida e harmônica.

Partindo da contextualização exposta, este artigo tem como objetivo revisar teoricamente a representação do arquétipo Inocente na primeira temporada da série *Ruptura* (*Severance*) e desenvolvê-la por meio de um estudo de caso. O referencial teórico fundamenta-se na teoria junguiana dos arquétipos, considerando a aplicação narrativa proposta por Joseph Campbell (2007) e, principalmente, a abordagem adaptada por Mark e Pearson (2012) para os campos da comunicação e da cultura.

O enredo de *Ruptura* consiste em uma corporação fictícia e distópica na qual os funcionários são submetidos a um procedimento que divide suas memórias entre vida pessoal e profissional, criando versões dissociadas de si mesmos, os chamados *innies* e

*outies*⁴. Esse cenário representa de forma simbólica o anseio por proteção, pureza e negação da dor, características presentes no arquétipo do Inocente.

A partir da ambientação desse arquétipo em uma narrativa de vigilância e controle emocional, *Ruptura* permite uma reflexão não somente sobre o arquétipo em sua forma ideal e tradicional, mas também sua instrumentalização por instituições de poder a fim de gerar obediência, conformismo e alienação na atualidade.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O arquétipo do Inocente

Para compreender de forma significativa como o arquétipo do Inocente se manifesta em nosso objeto de análise, precisamos nos aprofundar mais na sua origem teórica e a aplicabilidade dos arquétipos de forma geral em diferentes contextos.

Carl Gustav Jung propôs o conceito de inconsciente coletivo como uma camada profunda e universal da psique humana. Em *Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo* (2002), Jung define sua estrutura de forma clara:

Esta camada mais profunda é o que chamamos *inconsciente coletivo*. Eu optei pelo termo “coletivo” pelo fato de o inconsciente não ser de natureza individual, mas universal; isto é, contrariamente à psique pessoal ele possui conteúdos e modos de comportamento, os quais são ‘cum grano salis’ os mesmos em toda parte e em todos os indivíduos. Em outras palavras, são idênticos em todos os seres humanos, constituindo portanto um substrato psíquico comum de natureza psíquica suprapessoal que existe em cada indivíduo. (Jung, 2002, p.15).

Os conteúdos desse inconsciente coletivo são chamados de arquétipos e estes podem se adaptar ou modificar de acordo com a consciência e percepção de cada indivíduo no qual se manifestam (Jung, 2002).

Sobre os arquétipos, Nise da Silveira (2024), médica psiquiatra e principal responsável pela difusão da teoria junguiana no Brasil, afirma que “do mesmo modo que existem pulsões herdadas para agir de modo sempre idêntico (instintos), existiriam tendências herdadas para construir representações análogas ou semelhantes”. Podemos considerar, então, que os arquétipos são formas instintivas de imaginar, herdadas de vivências fundamentais comuns a todos os seres humanos (Silveira, 2024, p. 88).

A partir do conceito arquetípico original de Jung, estudiosos como Joseph Campbell (2007) e, mais recentemente, Mark e Pearson (2012), adaptaram e ampliaram

⁴ *Innie* e *outie* são os nomes dados às versões interna (no trabalho) e externa (fora do trabalho) dos funcionários após o procedimento de ruptura. Mais informações: <https://www.apple.com/br/tv-pr/originals/severance/>

seu significado para outros campos além da psicanálise, como as narrativas audiovisuais e mitológicas, no caso de Campbell (2007), e a publicidade e comunicação, no caso de Mark e Pearson (2012).

Em *O Herói de Mil Faces*, Campbell (2007) desenvolve o conceito de *monomito*, uma estrutura narrativa baseada na recorrência e padronização das histórias mitológicas ao longo do tempo, estruturadas a partir da jornada do herói. Esse conceito é amplamente utilizado no desenvolvimento de roteiros hollywoodianos, com o objetivo de criar narrativas e personagens mais profundos, capazes de envolver a audiência e despertar empatia e identificação no público, elementos que contribuem para o sucesso das produções (Anaz, 2020).

Mark e Pearson (2012), por sua vez, adaptaram a base teórica dos arquétipos e propuseram um total de doze deles aplicados às áreas da comunicação, cultura e publicidade, entre os quais se destaca o Inocente.

Segundo as autoras, o Inocente deseja viver em um mundo seguro, no qual todos são felizes e protegidos, um éden onde o sofrimento não existe. Ele teme ser punido por ter feito algo errado e sente medo do caos, da dor e da confusão. Sua estratégia principal para alcançar a felicidade é fazer o que é certo, seguir as regras e obedecer.

Como todo arquétipo, o Inocente também possui sua sombra. Essa sombra se manifesta na negação da dor e da realidade, podendo torná-lo imaturo, ingênuo e facilmente manipulável: “O Inocente também tem a tendência de negar os problemas e de só os enfrentar quando eles sobem em espiral, simplesmente porque ele quer que a vida seja perfeita — agora” (Mark & Pearson, 2012, p. 94).

Dentre todos os arquétipos, o Inocente é o que apresenta um número maior de níveis “porque as pessoas o experimentam tanto no começo quanto no fim da jornada” (Mark & Pearson, 2012).

No primeiro nível, o inocente está em seu estágio mais confiante, obediente e ingênuo, evitando conflitos e confiando plenamente em figuras de autoridade. No segundo nível, é despertado o desejo de renovação, de se reinventar e enfrentar a dor como parte da realidade. Já no terceiro nível, o inocente possui um senso quase místico de unidade, mantendo a fé mesmo reconhecendo as imperfeições da realidade (Mark & Pearson, 2012).

A partir dessas características apresentadas sobre o arquétipo do Inocente, é possível identificar como esses traços são incorporados e ressignificados no decorrer da

narrativa de *Ruptura (Severance)*, série escolhida como objeto de análise desse estudo.

OBJETO DE ANÁLISE

A aclamada série de TV *Ruptura (Severance)*, criada por Dan Erickson, dirigida por Ben Stiller e Aoife McArdle, produzida por Patricia Arquette e Adam Scott, e distribuída pela Apple TV+, estreou em 18 de fevereiro de 2022 na plataforma Apple TV+. A primeira temporada conta com nove episódios, com média de 50 minutos cada, e recebeu 97% de aprovação da crítica especializada⁵ (IMDb, 2022). Com 14 indicações ao Emmy Awards pela sua primeira temporada, incluindo melhor série de drama, *Ruptura (Severance)* é a quarta série mais popular da Apple TV+ no Brasil⁶ em 31 de maio de 2025.

Classificada como uma obra de ficção científica distópica, a série tem como foco central a Lumon Industries, uma corporação que submete seus funcionários a um procedimento cirúrgico capaz de separar completamente suas memórias profissionais das pessoais. A partir dessa divisão, criam-se duas identidades distintas: o *innie*, que só existe dentro do ambiente de trabalho, e o *outie*, que vive fora da empresa sem qualquer lembrança do que faz ali dentro. A narrativa se desenvolve a partir das consequências desse processo, especialmente quando um grupo de funcionários, liderado por Mark Scout, passa a questionar a natureza do trabalho que executam e a própria noção de identidade (Apple TV+ Press, 2022).

A escolha da série como estudo de caso se justifica pela narrativa se encaixar no arquétipo do inocente, que permite múltiplas interpretações a partir de sua premissa. Entre elas, destaca-se a possibilidade de investigar a institucionalização da inocência em um ambiente corporativo distópico, marcado por mecanismos cada vez mais sofisticados de controle e obediência.

O “nascimento” do Inocente

A primeira cena analisada é a abertura da série, logo nos minutos iniciais do primeiro episódio. A personagem Helly desperta em cima de uma mesa em uma sala

⁵ Informação observada diretamente na plataforma do site de críticas Rotten Tomatoes. Disponível em: <https://www.rottentomatoes.com/tv/severance/s01>. Acesso em: 31 maio de 2025.

⁶ Dados observados diretamente na plataforma de métricas da Apple TV+. Disponível em: <https://tv.apple.com/br/collection/mais-popular-no-momento/uts.col.ChartsShows.tvs.sbd.4000>. Acesso em: 31 maio de 2025.

completamente desconhecida para ela, apenas com um rádio transmissor conectando-a a qualquer indivíduo fora daquele ambiente.

Helly está desorientada, confusa e assustada, o que a deixa nervosa e ansiosa para sair daquele ambiente, mesmo que não saiba por que nem como chegou até ali.

A partir deste momento, uma voz se comunica com ela através do rádio transmissor e tenta guiá-la em uma pesquisa de 5 perguntas que tem como objetivo identificar se o *innie* se recorda de qualquer informação da sua vida fora das dependências da Lumon, ou seja, se o procedimento Ruptura foi executado com sucesso.

Após resistir e tentar sair da sala a todo custo sem sucesso, Helly desiste e responde às perguntas da pesquisa. A primeira pergunta é “*quem é você?*”. Quando Helly não consegue responder essa pergunta que, em qualquer outra circunstância seria extremamente rotineira, ela começa a ficar cada vez mais confusa e assustada. As quatro perguntas seguintes seguem a mesma linha pessoal com exceção de uma, a terceira: “*diga o nome de um estado ou território americano*”. Esta é a única pergunta que ela consegue responder. A cena termina com Helly perguntando o que eles fizeram com ela e o portador da voz entrando na sala e dizendo “*pontuação perfeita*”. O portador da voz é o protagonista, Mark.

Esta cena representa o “nascimento” do Inocente. Helly desperta sem memória, identidade ou qualquer autonomia. Em seu estado mais vulnerável, ela é colocada diante de autoridades que ditam as regras de sua nova existência. Forçada a confiar cegamente em vozes que não vê e a obedecer a comandos que não compreende, sua única alternativa é a obediência. A Lumon, nesse contexto, atua como uma espécie de “fábrica de inocentes”, onde a submissão e a confiança cega nas figuras de autoridade são estruturadas desde o primeiro momento da vida do *innie*.

A forma como Helly é introduzida à sua nova identidade corresponde ao nível mais básico do arquétipo do Inocente, em que a obediência e a confiança nas autoridades são as únicas estratégias possíveis para sobreviver (Mark & Pearson, 2012).

Os rituais da Lumon

Ao longo da primeira temporada, a série apresenta diferentes rituais promovidos pela Lumon no ambiente de trabalho. Essas práticas funcionam como estratégias de controle e recompensa, reforçando comportamentos desejados e criando a ilusão de pertencimento e reconhecimento institucional.

Um dos primeiros rituais apresentados na série é o Festival do Melão, exibido no segundo episódio, entre os minutos 14 e 20. Na cena, os personagens se organizam em um círculo para participar de uma dinâmica simples: cada funcionário deve dizer o seu nome, há quanto tempo trabalha na Lumon e algo sobre si mesmo. Irving começa, diz seu nome, que trabalha na Lumon há três anos e que sabe todos os nove princípios centrais da Lumon. Quando Irving passa a bola para Helly, ela demonstra frustração ao não conseguir dizer nada sobre si mesma, reforçando o estado de vulnerabilidade do *innie* devido à ausência de memória e de identidade pessoal.

O ritual, que deveria criar acolhimento, evidencia a lógica artificial da Lumon, que exige participação emocional mesmo diante da alienação absoluta. O ambiente aparentemente leve e positivo reforça a idealização de harmonia típica do arquétipo do Inocente, mas esconde uma estrutura rígida de controle.

Nesta mesma cena, quando chega a vez de Mark falar algo sobre si mesmo, ele revela que quebrou o protocolo naquela manhã ao tirar as fotos do grupo que incluíam o antigo membro da equipe, Petey, e as colocou no armário, pois vê-las o deixou triste. Ao ser questionado pelo supervisor Milchick sobre o motivo de ter demonstrado tristeza especificamente pela saída desse colega, Mark explica que a saída dele foi repentina e sem aviso prévio. Petey simplesmente desapareceu, o que o fez se perguntar se o amigo estava em um novo emprego, de férias ou até mesmo morto. Neste momento, o supervisor Milchick reforça que a morte não existe na Lumon: “Acho que é uma boa hora para nos lembrarmos de que coisas como morte acontecem fora daqui. Aqui não. A vida na Lumon está protegida contra essas coisas. E acho que uma ótima reação em potencial de todos vocês seria gratidão”⁷.

Esta fala de Milchick reforça a ideologia da Lumon como um espaço protegido e artificialmente harmonioso, no qual a negação da dor e da morte é parte do controle psicológico exercido sobre os funcionários. Essa construção remete diretamente ao desejo básico do arquétipo do Inocente, que busca viver em um paraíso idealizado, conforme descrito por Mark e Pearson:

Em vários mitos, o lugar ideal é simbolizado por uma paisagem domesticada: um jardim, um bosque sagrado, um pasto verdejante. A vida é sempre mais fácil nesses lugares: ali não existe morte, dor e sofrimento; ali, você não precisa trabalhar duro para sobreviver (Mark & Pearson, 2012, p.78).

⁷ MILCHICK. *Ruptura*. Temporada 1, episódio 2, 19min17s. Criada por Dan Erickson. Estados Unidos: Apple TV+, 2022. Disponível em: <https://tv.apple.com>. Acesso em: 31 mai. 2025.

Outros rituais ao longo da temporada reforçam essa mesma premissa de controle psicológico disfarçado de dinâmica de valorização institucional, como a tradicional foto em grupo tirada após a entrada de um novo funcionário e a “dança de celebração” que Helly é convidada a realizar ao concluir seu primeiro arquivo.

Esses rituais ampliam a sensação de cuidado, pertencimento e recompensa ao mesmo tempo que reforçam a aceitação passiva das regras e da cultura institucional da Lumon, valores diretamente associados ao arquétipo do Inocente, como apontam Mark e Pearson (2012):

Os empregados do tipo Inocente gostam de saber exatamente o que se espera deles e, pelo menos até certo ponto, gostam que a gerência cuide deles. Geralmente se comportam como bons meninos e estão dispostos a ser obedientes e seguir as regras, em troca da certeza razoável de ter um emprego. (Mark & Pearson, 2012, p.92).

A sala de descanso

No terceiro episódio da primeira temporada, a série nos apresenta à *Break Room*, ou sala de descanso. O nome do espaço funciona como uma máscara infantilizada, usada para encobrir sua real finalidade.

Nessa sala, o funcionário que desobedeceu a alguma regra da empresa (seja cochilar no durante o expediente ou tentar fugir das dependências da Lumon, como foi o caso da personagem Helly neste episódio em questão) é forçado a repetir o seguinte discurso: “Perdoe-me pelo mal que causei a este mundo. Só eu respondo pelos meus atos, e só a mim eles devem machucar. Estou grata por ter sido pega, minha queda foi interrompida pelos de mãos enrugadas. Só posso lamentar muito e lamento mesmo”⁸. A repetição é exigida até que o supervisor Milchick julgue que as palavras foram ditas com “sinceridade”, o que pode levar horas.

O medo principal do arquétipo Inocente é “fazer algo errado ou ruim que provocará punição” (Mark & Pearson, 2012). A sala de descanso é um espaço criado exclusivamente para corrigir comportamentos considerados inaceitáveis pela Lumon, utilizando meios de repressão emocional e psicológica. Isso materializa o medo do inocente. Devido a esse medo, o inocente tem como principal estratégia “fazer as coisas

⁸ DISCURSO DE HELLY NA SALA DE DESCANSO. Ruptura. Temporada 1, episódio 3, 47min35s. Criada por Dan Erickson. Estados Unidos: Apple TV+, 2022. Disponível em: <https://tv.apple.com>. Acesso em: 31 mai. 2025.

direito” (Mark & Pearson, 2012), porque acredita que se seguir as regras, estará seguro e livre de punições.

A exigência que Helly repita frases de arrependimento até que sejam “sinceras” é uma demonstração de que o castigo não é físico, mas moral. A punição é disfarçada de linguagem gentil, mas o constrangimento e a humilhação são profundos. Isso aciona diretamente a sombra do inocente, que pode se tornar passivo, submisso e emocionalmente frágil através da negação e da repressão, pois possuem o desejo de ignorar as realidades desagradáveis que corrompem a sua visão utópica de mundo, além da necessidade de ordem e proteção (Mark & Pearson, 2012), o que conseguimos identificar nos personagens que passam pela sala de descanso ao longo da temporada.

Uma vez que vivenciam a punição psicológica, personagens como Helly, Mark e Irving passam a demonstrar maior hesitação diante de comportamentos que poderiam violar as regras da Lumon, evidenciando que a experiência na sala de descanso ativou neles um estado de autocensura e medo. Contudo, mesmo diante da repressão, o arquétipo do Inocente resiste e se transforma.

A série atualiza o Inocente para o cenário das corporações nos dias de hoje, em que a busca por proteção emocional é convertida em mecanismo de dominação sutil. Entretanto, ao decorrer da primeira temporada, o público acompanha o despertar desses personagens e sua evolução como indivíduos, à medida que começam a questionar a verdadeira natureza da Lumon e de seus trabalhos, bem como a própria identidade enquanto *innies* e a esperança de que uma vida digna e autêntica fora daqueles corredores seja possível. Isso nos leva a uma nova etapa do arquétipo do Inocente, como descrevem as autoras: “O novo Inocente é esperto e cético, além de exausto. Contudo, quanto mais vividas são as pessoas, tanto maior é o ímpeto do grande sonho. A inocência, na verdade, não tem a ver com a realidade; o que ela faz é tentar manter viva a esperança” (Mark & Pearson, 2012, p. 97).

Considerações finais

Este artigo teve como objetivo analisar como o Inocente é representado ao longo da primeira temporada da série *Ruptura (Severance)*, com base na teoria junguiana e nas adaptações do arquétipo propostas por Mark e Pearson.

A partir dessa análise, foi possível observar como a Lumon, empresa fictícia da série, opera como uma “fábrica de inocentes”, moldando comportamentos por meio de

recompensas e punições cuidadosamente articuladas. A série evidencia rituais que simulam cuidado e pertencimento, mas que, na verdade, mantêm o controle sobre os indivíduos. Além disso, o medo de errar e ser punido, central do Inocente, é ativado pela instituição como forma de contenção e conformismo.

Com isso, *Ruptura* oferece uma leitura ressignificada do arquétipo do Inocente em sua forma clássica, revelando como valores idealizados como pureza, segurança e obediência podem ser institucionalizados e distorcidos em contextos autoritários, bem como a sua instrumentalização como ferramenta de controle e alienação.

Ao lançar esse olhar sobre a série a partir da perspectiva arquetípica, espera-se incentivar futuras análises de obras audiovisuais sob essa ótica, ampliando o campo de estudo de narrativas que não apenas entretêm, mas também espelham estruturas emocionais e sociais da vida real.

Referências

ANAZ, Sílvia Antônio Luiz. Arquétipo e catarse nas narrativas audiovisuais. Revista MATRIZES, v. 15, n. 2, 2021. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/178062/175631>. Acesso em: 29 maio de 2025.

ANAZ, Sílvia Antônio Luiz. Teoria dos arquétipos e construção de personagens em filmes e séries. Revista Significação, v. 47, n. 54, 2020. Disponível em: <https://revistas.usp.br/significacao/article/view/159964/161882>. Acesso em: 31 maio de 2025.

APPLE TV+. *Press – Severance*. Disponível em: <https://www.apple.com/br/tv-pr/originals/severance/>. Acesso em: 31 mai. 2025.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.

IMDB. *Severance* (TV Series 2022–). Disponível em: https://www.imdb.com/pt/title/tt11280740/?ref=ttawd_ov_i. Acesso em: 31 mai. 2025.

JUNG, C.G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MARK, Margaret; PEARSON, Carol S. **O Herói e o Fora da Lei**: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix, 2012.

RUPTURA. Direção: Ben Stiller; Aoife McArdle. Produção: Dan Erickson; Patricia Arquette; Adam Scott. Estados Unidos: Apple TV+, 2022. 1 temporada (9 episódios), aproximadamente 50 min por episódio. Disponível em: <https://tv.apple.com>. Acesso em: 31 mai. 2025.

SILVEIRA, Nise da. **Jung: Vida e obra**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2024.