

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS
CENTRO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUAGENS, MÍDIA E ARTE**

SÂMELA DE CARVALHO LIMA

CONVERGÊNCIA E TRANSMÍDIA:
Uma análise do Universo Cinemático da Marvel

**CAMPINAS
2020**

PUC
CAMPINAS

SÂMELA DE CARVALHO LIMA

PPG
LIMAR

2020

☆☆☆

CONVERGÊNCIA E TRANSMÍDIA:

UMA ANÁLISE DO UNIVERSO
CINEMÁTICO DA MARVEL



PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU EM LINGUAGENS, MÍDIA E ARTE

SÂMELA DE CARVALHO LIMA

CONVERGÊNCIA E TRANSMÍDIA:

Uma análise do Universo Cinemático da Marvel

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Linguagens, Mídia e Arte, linha de pesquisa Sujeito e Mídia, da Pontifícia Universidade Católica de Campinas como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

Orientador: Prof. Dr. Tarcísio Torres Silva

PUC-CAMPINAS

2020

Ficha catalográfica elaborada por Fabiana Rizziolli Pires CRB 8/6920
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

791.43
L732c

Lima, Sâmela de Carvalho

Convergência e transmídia: uma análise do universo cinemático da Marvel /
Sâmela de Carvalho Lima. - Campinas: PUC-Campinas, 2020.

110 f.: il.

Orientador: Tarcísio Torres Silva.

Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) - Programa de Pós-
Graduação em Linguagens, Mídia e Arte, Centro de Linguagem e Comunicação,
Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2020.

Inclui bibliografia.

1. Cinema e literatura. 2. Convergência (Telecomunicação). 3. Personagens
fictícios. I. Silva, Tarcísio Torres. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas.
Centro de Linguagem e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Linguagens,
Mídia e Arte. III. Título.

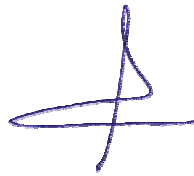
CDD - 22. ed. 791.43

SÂMELA DE CARVALHO LIMA

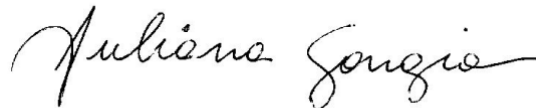
**“CONVERGÊNCIA E TRANSMÍDIA: UMA ANÁLISE DO UNIVERSO
CINEMÁTICO DA MARVEL”**

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação de Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte da PUC-Campinas, e aprovada pela Banca Examinadora.

APROVADA: **09 de junho de 2020.**



Prof. Dr. Tarcísio Torres Silva
(Orientador - PUC-CAMPINAS)



Prof.ª Dr.ª Juliana Sangion
(PUC-CAMPINAS)



Prof.ª Dr.ª Mirna Tonus
(UFU)

*Dedico esta dissertação à minha filha Gabriela.
Quando comecei o projeto, ela ainda não existia,
mas o finalizo com a esperança de que essa
realização a inspire a sonhar o mais alto que puder.*

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

Ninguém faz nada sozinho. Mesmo em uma jornada tão pessoal, e muitas vezes solitária como a do desenvolvimento acadêmico, sempre existe uma base nos sustentando. Por isso, agradeço:

A Deus, que cuida de todos os detalhes da minha vida a cada dia;

Ao meu esposo, Mauricio, por ter aceitado embarcar nessa empreitada comigo, por acreditar no meu potencial e ter se privado de tanto para que eu pudesse alcançar um pouco;

Aos meus pais, que me criaram para que eu navegasse por onde quisesse, e que mesmo depois de adulta, seguem dando segurança para que eu sempre possa ter um porto seguro;

Ao Dr. Martin Kuhn e ao Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP), que me motivaram a buscar um novo desafio acadêmico e por ter viabilizado um ambiente profissional que me permitiu aceitar este desafio e superá-lo;

Aos professores e orientadores, Dr. Carlos Zanotti, Dr. Cesar Pereira, Dra. Eliane Azzari, Dra. Eliane Righi, Dra. Luisa Paraguai, Dr. Rogério Bazi e Dr. Tarcísio Silva, que compartilharam conhecimento, experiências e foram além das suas horas-aula para contribuir com minha formação;

A Rede Novo Tempo de Comunicação e meus ex-colegas de trabalho, que receberam uma acadêmica graduada em comunicação há mais de 10 anos. Ensinaram-me a arte e a técnica e deram inspiração para aprofundar meus conhecimentos e me preparar para as constantes e inevitáveis transformações da nossa área de atuação.

“As velhas mídias não morreram. Nossa relação com elas é que morreu. Estamos numa época de grandes transformações, e todos nós temos três opções: temê-las, ignorá-las ou aceitá-las”.

Mark Warshaw

RESUMO

A presente dissertação analisa a prática das narrativas transmídia com base nos elementos conceituais identificados através da revisão bibliográfica de Henry Jenkins e Carlos Alberto Scolari. O objeto de análise é o universo ficcional desenvolvido pela *Marvel Entertainment*, com recorte nas produções cinematográficas entre 2008 e 2018. A estratégia presente no Universo Cinemático da Marvel na criação de uma rede transmídia de produções proporciona uma oportunidade de observação dos elementos que permitem essa realização através das personagens originárias dos quadrinhos e que são representadas nos longas-metragens, curtas-metragens e séries de televisão. Para isso, selecionamos as personagens que aparecem em mais títulos do Universo Cinemático da *Marvel* nesse período, Phil Coulson e Peggy Carter. Em seguida, aplicamos a análise de conteúdo para observar essas personagens e suas contribuições para a construção transmídia.

Palavras-chave: Convergência; Transmídia; Personagem; Marvel; Narrativa.

ABSTRACT

This dissertation analyzes the practices of transmedia storytelling based on the conceptual elements identified through the literature review of Henry Jenkins and Carlos Alberto Scolari. The object of this analysis is the fictional universe developed by Marvel Entertainment, focusing in cinematic productions between the years 2008 and 2018. The strategy applied in Marvel's Cinematic Universe for the creation of a transmedia network of productions provides an opportunity to observe the elements that allow this realization through the characters from the comics that are transferred to feature films, short films and television series. For this purpose, we selected the characters that appear more often in Marvel Cinematic Universe titles during that period, Phil Coulson and Peggy Carter. Then, we applied content analysis to observe these characters and their contributions to transmedia construction.

Keywords: Convergence; Transmedia; Character; Marvel; Storytelling.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Lista de Quadros

Quadro 1: Títulos componentes do UCM	21
--	----

Lista de Tabelas

Tabela 1: Filmes com maior faturamento mundialmente, valores em dólares americanos	31
Tabela 2: Franquias com maior faturamento mundial, valores em dólares americanos	32
Tabela 3: Títulos componentes do UCM e número de personagens creditados	65
Tabela 4: Séries derivadas das personagens transmídia	92

Lista de Figuras

Figura 1: Curva de Faturamento de Longas-metragens do Universo Cinemático Marvel, valores em dólares americanos	32
Figura 2: Avengers assembled: Mapping the web of Marvel Cinematic Universe ...	35
Figura 3: Comparação estética entre vídeo game e longa-metragem de Homem de Ferro (2008)	42
Figura 4: Captura de tela do Reddit, Fanart Marvel, post do usuário (THORTHEWISECRACKER).....	46
Figura 5: Captura de tela do Reddit, Fanart Pantera Negra, post do usuário (YEGAN_D2)	46
Figura 6: Infográfico Narrativas Transmídia	53
Figura 7: Cameos Stan Lee na UCM	69
Figura 8: Phil Coulson nos cinemas x quadrinhos	72
Figura 9: Conexões de Phil Coulson com heróis Vingadores	74
Figura 10: Peggy Carter nos cinemas x quadrinhos	75
Figura 11: Conexões entre de Peggy Carter com heróis Vingadores	77
Figura 12: Fluxo das personagens analisadas no UCM	79
Figura 13: Logotipo Agents of SHIELD	80

Figura 14: Logotipo Agent Carter	80
Figura 15: Camadas da personagem – Phil Coulson	81
Figura 16: Camadas da personagem – Peggy Carter	82
Figura 17: Linha do tempo das personagens – Parte 1	84
Figura 18: Linha do tempo das personagens – Parte 2.....	84
Figura 19: Linha do tempo das personagens – Parte 3.....	85
Figura 20: Morte de Coulson	86
Figura 21: Coulson no projeto TAHITI	87
Figura 22: Coulson como Fanboy	89
Figura 23: Peggy Carter “Lute como uma garota”	90
Figura 24: Volume de posts no Reddit com a busca “coulson marvel” – Total: 10.068	93
Figura 25: Volume de posts no Reddit com a busca “carter marvel” – Total: 6.168	94

SUMÁRIO

CONTEXTUALIZAÇÃO	14
INTRODUÇÃO	17
CAPÍTULO 1 – O UNIVERSO CINEMÁTICO DA MARVEL	28
1.1. Histórico e modelo de negócio	28
1.2. Composição do UCM	33
CAPÍTULO 2 - CONVERGÊNCIA NO CONTEXTO DO UNIVERSO MARVEL	38
2.1. Convergência tecnológica	41
2.2. Convergência industrial	42
2.3. Convergência global	43
2.4. Convergência orgânica	45
2.5. O sujeito na cultura da convergência	47
CAPÍTULO 3 – CONSTRUÇÃO DAS NARRATIVAS TRANSMÍDIA	52
3.1. Conceitos precursores	52
3.2. Elementos transmídia	55
CAPÍTULO 4 – METODOLOGIA	62
4.1. Relevância de personagens nas franquias transmídia	62
4.2. Análise de conteúdo	63
4.3. Recorte da análise	64
4.4. Coleta e tratamento de dados	67
4.5. Apresentação dos resultados identificados	68
CAPÍTULO 5 – ANÁLISE DAS PERSONAGENS	72
5.1. Phil Coulson	72
5.2. Peggy Carter	75
5.3. Elementos transmídia nas personagens	78
CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS	105

CONTEXTUALIZAÇÃO

Meu título de graduação é em Comunicação Social, habilitada em Publicidade e Propaganda, mas a experiência profissional sempre esteve vinculada à produção audiovisual. Desde que me graduei em 2008, acabei inserida no mercado de trabalho em uma rede de televisão, onde tive a oportunidade de atuar em diversas funções relacionadas à produção, pesquisa e desenvolvimento de projetos para a emissora.

Essa experiência profissional me direcionou também ao aperfeiçoamento acadêmico. Em 2012, através de uma pós-graduação *latu sensu*, busquei compreender de forma mais específica como as transformações tecnológicas estavam influenciando os modos de produção e consumo de um meio de comunicação tão tradicional e com profunda penetração no Brasil, como é a televisão.

Nesta jornada acadêmica, deparei-me com um universo que estava além daquele contexto no qual não só estava inserida como também acompanhei na prática. Percebi a necessidade de considerar uma mudança de paradigma: a televisão já não era ou em breve não seria mais a dona absoluta da atenção do telespectador. Uma nova configuração dos meios precisaria se reinventar e se conectar a fim de atender às demandas do telespectador/usuário. Nesse contexto, fiquei apaixonada pela Cultura da Convergência, de Henry Jenkins, e passei a tentar aplicar aqueles conceitos – mesmo que houvesse o menor impacto possível – nas produções audiovisuais em que estava envolvida.

Desde o período de estudos da graduação, um mestrado *stricto sensu* fazia parte dos sonhos futuros, mas a realidade é que, até 2017, foi impossível conciliar a atividade profissional em uma rede de televisão com o tempo de dedicação necessário para um mestrado. Naquele ano, recebi uma proposta para atuar em um Centro Universitário, cujo incentivo me estimulava a buscar evolução acadêmica, permitindo, assim, voltar ao sonho da graduação.

Ainda em 2017, encontro-me novamente com o cenário de mudança nos meios de comunicação, e através da leitura de um artigo (PORTO-RENÓ, et al, 2011) – indicado como parte da bibliografia do processo seletivo deste programa de pós-graduação – fui despertada mais especificamente para as narrativas transmídia.

O conceito de uma narrativa sendo entregue aos seus consumidores através de diversos canais de entrega parecia mais próximo da realidade de consumo midiático que eu percebia como tendência em alguns públicos. Assim, procurei me aprofundar no tema, e através de mais leituras, pude verificar a produção científica sobre o assunto, cujos segmentos que mais se destacavam como produtores de narrativas transmídia eram: publicidade e entretenimento.

Devido à minha relação profissional com a produção de conteúdo audiovisual, optei por explorar de forma mais específica o segmento do entretenimento. Logo, surgiu o interesse específico por franquias, e apesar de uma apreciação pessoal pela *DC Comics*, concorrente direta da *Marvel*. Era nítido que esta companhia de entretenimento havia alcançado um patamar mais elevado nas produções transmídia do que qualquer outra concorrente.

Por isso, desde o pré-projeto de pesquisa, o meu enfoque foi direcionado à *Marvel*. Abandonei as séries de TV da *DC Comics* e investi meu tempo de consumo de entretenimento nas produções da *Marvel Studios* – séries de TV, de *streaming* e os longas-metragens que ainda não havia assistido. E o Universo Cinemático da *Marvel* (como é conhecido) me cativou como somente um universo transmídia poderia, através de conexões entre produtos e plataformas que me carregaram por todo o contexto e me mantém interessada e consumidora até hoje.

Portanto, o interesse de pesquisa foi delineado desta maneira, que aos poucos tomou a forma em que se apresenta hoje, partindo de uma necessidade profissional, um despertar acadêmico e um fascínio que se tornou pessoal.

INTRODUÇÃO



INTRODUÇÃO

Percebe-se que o modo como se produz e se consome mídia está em constante transformação. O surgimento de mídias digitais como computadores pessoais, internet, *smartphones* e *smart TVs*, alavancado por constantes inovações e melhoramentos tecnológicos, parecia indicar o fim de mídias tradicionais: impresso, rádio e televisão. As mídias digitais surgiram, se estabeleceram, ganharam espaço e continuam ganhando, mas não ocasionou o apocalipse de mídias tradicionais. Estas estão se reconfigurando e absorvendo uma nova lógica de produção e consumo midiático própria de um contexto sociocultural conceituado como “convergência”.

Quando considerado na ótica da comunicação, segundo Bittencourt (2017, n. p.), o conceito de convergência significa uma “[...] direção comum [...]” ou a “[...] aproximação dos setores de produção de conteúdo comunicacional (televisão, cinema, rádio), distribuição (telecomunicações) e tecnologias da informação” .

Diante da lógica da convergência, a mídia passa por uma transição do meio como o centro do mundo midiático. Formato, linguagem e lógica de produção eram ditados pelo meio no qual o conteúdo se inseria, e outros meios exerciam pouco ou nenhuma influência entre si. Na nova lógica, a combinação “conteúdo + indivíduo” se torna a peça central desse novo universo, onde o conteúdo vem sendo estrategicamente distribuído em diferentes meios de forma colaborativa, e o indivíduo exercendo papel determinante na forma de consumo do conteúdo, navegando por diferentes plataformas em busca da experiência que deseja.

Jenkins (2009, p. 30) vem traduzir esse novo paradigma como “cultura da convergência” e afirma que “[...] a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros”. Durante um momento pré-convergência, os meios ainda eram vistos de forma isolada. Hoje se transformam em complementares e compostos. Porto-Renó, Versuti e Moraes-Gonçalves (2011) definem essa complementação como o surgimento de uma convergência comunicacional, que pode incluir diversos meios, formatos e linguagens.

Esses diversos meios, produtos comunicacionais e hábitos de consumo demandam uma nova forma de analisar a comunicação.

Um dos possíveis recortes da convergência é o estudo das narrativas transmídia exposto por Jenkins (2009) – “*transmedia storytelling*” –, originalmente em inglês. Para Jenkins (2009), as narrativas transmídia são um desdobramento da convergência. Diferentes meios são utilizados para construir um universo. Cada meio explora o aspecto narrativo que melhor é aplicado ao seu contexto, transformando esse universo em multiplataforma, onde cada parte é autônoma e ao mesmo tempo complementar às demais, permitindo que o consumo da narrativa seja personalizado à experiência de cada indivíduo.

Esse conceito pode ser aplicado na indústria do entretenimento, que detém processos de produção, distribuição e consumo próprios, caracterizada por construções fortemente baseadas em narrativas, especialmente ficcionais. Thon (2019, n.p.) afirma que “[...] uma diversidade de abordagens influentes nos estudos de franquias transmídia [...] focam na representação de personagens, histórias e mundos espalhados por meios como livros, quadrinhos, filmes, séries de televisão e vídeo games”.¹

As construções de narrativas transmídia fogem dos padrões tradicionais de produção, que tradicionalmente consistem em projetos isolados, exigindo a interação e esforço coordenado de setores dessa indústria, os quais, previamente, funcionavam em caráter de relativa autonomia. Scolari (2009) afirma que os objetivos da indústria se tornaram mais ambiciosos, procurando criar universos transmidiáticos dotados de significado e com capacidade de englobar cada vez mais elementos e gerar cada vez mais lucro.

Em uma produção tradicional, o objeto se completa nele mesmo, permitindo que o produtor e equipe concebam e executem o projeto como um todo no contexto transmídia. Esse todo vai muito além de um título ou projeto específico. É preciso enxergar um universo narrativo e como suas partes (diferentes produções) se conectam. Reconhecendo as mudanças na indústria e a crescente demanda por inovação, em abril de 2010, o Sindicato de Produtores da América (*Producers Guild of America*) – que agrega profissionais de cinema, televisão e novas mídias – votou a

¹ “[...] a number of influential approaches to the study of transmedial franchises (...) focus on the representation of characters, stories, and worlds across media such as novels, comics, films, television series, and video games”.

inclusão de uma nova função em seu código de créditos para produções audiovisuais – o produtor transmídia, responsável por planejar e desenvolver, produzir e dar continuidade às narrativas multiplataforma, uma função que passa a transitar em diferentes equipes de produção para possibilitar as conexões entre as mesmas.

A partir desse conceito inicial, publicado por Kinder (1991) como um estudo de intertextualidade narrativa em diferentes mídias e diante das transformações citadas, diversos pesquisadores se propuseram a elaborar e expandir o conceito sob diferentes óticas. Com a intenção de contribuir com a área, o presente estudo busca analisar as narrativas transmídia tendo como objeto o Universo Cinemático da *Marvel*, denominado UCM, entendendo que se trata de uma área em constante mudança e que depende da interação efetiva entre modelos de negócio, tecnologia, arte e mídia.

Assim, a pesquisa tem como objetivo geral compreender se as narrativas transmídia contribuem para a propagação das produções do Universo Cinemático da *Marvel* e de que forma as mesmas podem ser utilizadas ou replicadas em outros segmentos na indústria audiovisual. Para isso, os objetivos específicos se dividem em três principais ações. Primeiramente, descrever como as narrativas transmídia podem ser identificadas no UCM. A partir dessa descrição, buscaremos identificar especificamente as personagens utilizadas como ferramentas transmidiáticas no UCM, nos títulos lançados no período entre 2008 e 2018. Por fim, analisar e descrever como os elementos transmidiáticos foram aplicados através das personagens identificadas.

Diante de diversas iniciativas correntes na área transmídia, buscamos um objeto que apresentasse relevância no contexto da indústria de entretenimento. Deste modo, o Universo Cinemático da *Marvel* (UCM), conhecido como *Marvel Cinematic Universe (MCU)*, surge como destaque para uma análise mais aprofundada. Scott (2017, p. 1.045) sustenta que: “[...] o UCM não inventou o conceito de franquias transmídia, mas inegavelmente popularizou e se provou o exemplo textual mais prolífico e lucrativo delas”.² Em 2018, a franquia Vingadores, da *Marvel*, completou 10 anos e foi descrita por Itzkoff (2018, n.p.) como: “[...] a franquia de filmes mais lucrativa de todos os tempos [...]”, agregando filmes, curtas-metragens, séries de televisão, séries em plataformas de *streaming*, diversos jogos e ainda inúmeros produtos derivados.

² “[...] the MCU did not invent the concept of transmedia franchising, but it has undeniably popularized it and proved the most prolific and profitable textual example of it”.

Desde 1993, originalmente conhecida como *Marvel Films* – à época subsidiária da *Marvel Entertainment* –, a empresa passou posteriormente a se chamar *Marvel Studios* e atualmente faz parte do conglomerado *The Walt Disney Company*. Essa pequena ficha técnica começa a delinear o império de produções cinematográficas, televisivas e para plataformas *streaming* que seria construído, denominado Universo Cinemático da *Marvel*, UCM (*Marvel Cinematic Universe*, MCU).

Flanagan, Mckenny e Livingstone (2016, n.p.) afirmam que “[...] a transferência desse conceito ‘de um universo completo’, das páginas dos quadrinhos para as grandes telas na forma do UCM deve ser considerado como um momento chave na história recente do cinema”. Para eles, a consistência da utilização de múltiplas plataformas na construção desse universo é o motivo pelo qual os termos convergência e transmídia são perfeitamente aplicáveis nesse caso. O UCM se apropria, portanto, de diferentes canais de entrega para construir um universo narrativo ficcional. Tendo sua origem nos quadrinhos, a narrativa é transportada às telas através de filmes, séries de televisão e serviços de *streaming*.

A criação desse universo oferece uma experiência com a narrativa que se mantém constante através de diversos canais. Além disso, as interconexões permitem que o fã participe ativamente das descobertas narrativas, em que cada canal, apesar de oferecer uma experiência de entretenimento nele mesmo, também contribui para uma macroexperiência que só será apreciada por aqueles envolvidos de forma transmidiática.

Por sua característica cinematográfica, e como denominada no UCM, cinemática, optamos por delimitar seu escopo aos produtos audiovisuais, considerando os quadrinhos apenas como referência de origem para personagens e narrativas. Composto em seus 10 primeiros anos (2008 a 2018) por 20 longas-metragens, cinco curtas-metragens, três séries de televisão e oito séries em plataformas de *streaming*, a franquia surge em vários rankings e recordes da indústria de entretenimento.

Quadro 1: Títulos componentes do UCM

Título	Ano	Plataforma
Homem de Ferro	2008	Cinema
Hulk	2008	Cinema
Homem de Ferro 2	2010	Cinema
Thor	2011	Cinema
Capitão América	2011	Cinema
O Consultor	2011	Curta
Uma Coisa Engraçada Aconteceu no Caminho para o Martelo de Thor	2011	Curta
Vingadores	2012	Cinema
Item 47	2012	Curta
Homem de Ferro 3	2013	Cinema
Thor 2	2013	Cinema
Agentes da SHIELD	2013	TV
Agente Carter	2013	Curta
Capitão América 2	2014	Cinema
Guardiões da Galáxia	2014	Cinema
Todos Saúdem o Rei	2014	Curta
Vingadores 2	2015	Cinema
Homem Formiga	2015	Cinema
Demolidor	2015	Streaming
Jessica Jones	2015	Streaming
Agente Carter	2015	TV
Capitão América 3	2016	Cinema
Doutor Estranho	2016	Cinema
Luke Cage	2016	Streaming
Homem Aranha	2017	Cinema
Guardiões da Galáxia 2	2017	Cinema
Thor 3	2017	Cinema
Defensores	2017	Streaming
Punho de Ferro	2017	Streaming
Justiceiro	2017	Streaming
Fugitivos	2017	Streaming
Inumanos	2017	TV
Vingadores 3	2018	Cinema
Pantera Negra	2018	Cinema
Homem Formiga 2	2018	Cinema
Manto e Adaga	2018	Streaming

Fonte: Elaboração do autor. (Marvel Cinematic Universe - Rotten Tomatoes).

Scolari (2013, p. 20) afirma que “[...] antes de desenhar boas narrativas transmídia devemos conhecê-las a fundo, ver como funcionam e compreender a potencialidade que os diferentes meios e plataformas de comunicação nos oferecem”.³ A presente pesquisa busca o aprofundamento ao qual se refere Scolari, através da análise de um objeto que agrega as características de um universo transmídia e detém resultados relevantes quando considerado o nível de consumo midiático e envolvimento de fãs.

Como método, utilizaremos a análise de conteúdo como forma de aplicar a teoria à prática das narrativas transmídia no UCM. Segundo Pavani (2009, apud BITTENCOURT, 2017, n.p.), “[...] a teoria, quase sempre, tem a função de aplicabilidade, isto é, sem ela os fatos individuais e espaço-temporais não podem ser explicados ou interpretados”. Para o tratamento dos objetivos, detectou-se a necessidade da pesquisa bibliográfica no momento em que se fez uso de materiais já elaborados: livros, artigos científicos, revistas, documentos eletrônicos e enciclopédias na busca e alocação de conhecimento sobre os conceitos teóricos como forma de compreender os elementos que criam um universo transmídia, correlacionando tal conhecimento com abordagens já trabalhadas por outros autores, em especial Scolari (2013) e Jenkins (2009), visto que são os autores mais utilizados como referência na pesquisa sobre as narrativas transmídia.

A identificação do corpus teórico que fundamentam a discussão foi feita a partir da produção de artigos científicos indexados na base *Web of Science*, o livro *Cultura da Convergência*, de Henry Jenkins (2009), seguido do livro de Carlos Scolari, *Narrativas Transmídia: Quando todos os meios contam* (2013). Ambos os autores seguem com outras publicações, sendo as mais referenciadas: Jenkins com 4,5% do total de referências, Scolari com 2,1%.

Scolari (2013, p. 39) faz um levantamento do que ele chama de “princípios fundamentais” das narrativas transmídia, que é proposto originalmente por Jenkins em suas publicações. Este autor ainda afirma que tais princípios são fundamentados em uma perspectiva acadêmica. Para Scolari (2013), podemos classificar os elementos das narrativas transmídia nas seguintes categorias:

³ “[...] para diseñar buenas NT antes debemos conocerlas a fondo, ver cómo funcionan y comprender la potencialidad que nos ofrecen los diferentes medios y plataformas de comunicación”.

1. Expansão;
2. Profundidade;
3. Continuidade;
4. Multiplicidade;
5. Imersão;
6. Extractibilidade;
7. Construção de Mundos;
8. Serialidade;
9. Subjetividade;
10. Realização.

A partir dos elementos identificados e brevemente descritos por Scolari (2013), buscamos aprofundar os conceitos através das publicações de outros pesquisadores da área, apresentando uma revisão bibliográfica sobre as aplicações levantadas pelo autor supracitado.

O passo seguinte consiste em estabelecer um método para que a correlação entre teoria e prática pudesse ser estabelecida. Desta forma, encontramos em Bardin (2016) a análise de conteúdo como metodologia para a investigação estabelecida nesta pesquisa. A autora descreve três etapas que serão seguidas neste estudo:

(1) Pré-Análise: Essa primeira etapa consiste em alcançar três objetivos principais, descritos por Bardin (2016, p. 125) como “a escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.”

Mediante os elementos estudados, buscamos realizar uma análise de conteúdo de um objeto que pudesse oferecer uma perspectiva sobre os conceitos das narrativas transmídia identificados. Logo, estabelecemos como documentos para análise um recorte no Universo Cinemático da *Marvel*, considerando os títulos lançados entre 2008 e 2018 em sua variedade de plataformas midiáticas.

A formulação das hipóteses partiu do conceito de que um dos principais elos em um universo transmidiático é a personagem. Parody (2011, p. 110) afirma que

“talvez a mais comum e importante forma de multiplicidade na representação de franquias de personagens é o fato de que por definição, a personagem na franquia transmídia é articulada em múltiplos meios.”

A hipótese trabalhada é de que, ao estabelecermos quais personagens são articulados nos diferentes meios que compõem o UCM, seria possível identificar os elementos sugeridos por Scolari (2013) e Jenkins (2009) e como os mesmos contribuem para a construção da narrativa transmídia. A hipótese inicial seria uma análise da presença dos heróis que constituem primariamente o grupo de Vingadores originais, presentes nos principais filmes da franquia até o momento: *Vingadores 1, 2 e 3*. Porém, com o objetivo de validar essa hipótese, buscamos listar os personagens presentes em todos os títulos que integram o UCM.

Os indicadores estabelecidos foram: (a) a presença da personagem em 4 ou mais títulos componentes da franquia; e (b) a presença da personagem em 3 ou mais meios diferentes entre os títulos componentes.

(2) Exploração do material: O primeiro passo consistiu em identificar quais produções seriam consideradas para o estudo, o site oficial da (*“Explore the Marvel Universe | Marvel”*) apresenta em páginas separadas os filmes e séries, para essa análise foram considerados apenas os títulos exibidos entre 2008 e 2018, e incluídos os cinco curtas-metragens que são oferecidos como extras nos *Blue-Ray’s* dos longas-metragens e distribuídos digitalmente, totalizando 36 títulos.

Identificados os títulos para análise, foi criada uma base de dados em uma planilha do *Google* sobre atores e personagens de cada um dos títulos indicados como parte do UCM. Para realizar esse levantamento, utilizamos o *“IMDb - Internet Movie Database”*, considerado um dos principais repositórios de informações sobre produções audiovisuais, especialmente na indústria de entretenimento, em todo o mundo. A plataforma é adotada por profissionais do segmento – para técnicos, atores, produtores, diretores e demais profissionais da área – e seus agentes para cadastrar suas participações em projetos, além de ser utilizada como um portfólio pelos mesmos.

Usando as informações contidas nesse repositório, após aplicação de fórmula de eliminação de itens duplicados, dos 5.471 personagens iniciais, foram listados 4.796 personagens únicos e incluído em referência a cada um deles e em quais títulos eram creditados com participações. Assim, através da aplicação de fórmula de soma,

foi possível identificar quais personagens são recorrentes nos títulos integrantes da franquia que compõem o *corpus* desta análise.

Isto posto, chegamos aos seguintes números:

- 439 personagens estão presentes em dois ou mais títulos;
- 122 personagens estão presentes em três ou mais títulos;
- 40 personagens estão presentes em quatro ou mais títulos.

Dos 40 personagens, foram extraídos aqueles que também estiveram presentes em ao menos três meios diferentes, delimitando a análise a dois personagens – Phil Coulson e Peggy Carter.

(3) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação: Após o levantamento, foi realizada uma análise dos personagens efetivamente multiplataforma, aplicando e analisando cada um dos dez elementos estudados e como os mesmos contribuem para a construção da narrativa transmídia presente no UCM. A análise e correlação com os elementos teóricos é descrita no quarto capítulo da presente pesquisa.

A dissertação está estruturada da seguinte maneira:

O *primeiro capítulo* apresenta a *Marvel* no contexto da cultura da convergência, delimitando o escopo da pesquisa ao Universo Cinemático da *Marvel* entre os anos de 2008 e 2018.

O *segundo capítulo* introduz os principais conceitos sobre convergência que englobam e ajudam a constituir o ambiente midiático para as narrativas transmídia como arte, negócio e mídia. Fazemos uso do trabalho de Jenkins (2001), que discorre sobre diferentes aspectos da convergência. Estes serão relacionados com a estrutura de negócio na qual o Universo Cinemático da *Marvel* está inserido.

O *terceiro capítulo* debate os princípios fundamentais das narrativas transmídia a partir da descrição de Scolari (2013) sobre as ideias de Henry Jenkins, e expande os conceitos iniciais através do diálogo com outras publicações da área, fundamentando os elementos a serem analisados em um universo transmidiático.

O *quarto capítulo* descreve o processo de escolha, recorte, coleta de dados e identificação das personagens transmídia, a descrição de como esses personagens estão construídos e como estão inseridos no UCM.

O *quinto e último capítulo* analisa os elementos discutidos no segundo capítulo e como os mesmos podem ser aplicados nos personagens transmídia, Phil Coulson

e Peggy Carter, que foram identificados no terceiro capítulo, permitindo uma compreensão entre teoria e prática das narrativas transmídia.

Por fim, serão apresentadas as considerações finais extraídas da pesquisa realizada, sob a perspectiva de que é possível propor um modelo de análise de universos transmídia a partir dos critérios básicos apresentados pelos pesquisadores.

Com o objetivo de oferecer melhor visualização e interação com as figuras, tabelas e dos trechos audiovisuais citados, temos um site que funciona como repositório dos recursos digitais apresentados neste projeto: sites.google.com/view/convergenciaetransmidia.

CAP 1

O UNIVERSO CINEMÁTICO DA MARVEL



1 O UNIVERSO CINEMÁTICO DA MARVEL

Este capítulo busca apresentar a *Marvel*, e em especial o Universo Cinemático da Marvel, sob a ótica da cultura de convergência conforme Jenkins (2009), demonstrando como a intrínseca relação entre um novo processo de produção e consumo midiático e o desenvolvimento de um modelo de franquia proporcionam as condições para a expansão de uma franquia transmídia.

1.1 HISTÓRICO E MODELO DE NEGÓCIO

A *Marvel* é uma marca que contemporaneamente atua no segmento de entretenimento em suas diversas formas. A empresa tem suas raízes em 1939, conhecida como *Timely Comics*, fundada oficialmente em 1961 como *Marvel Comics*, quando os personagens de Stan Lee, Jack Kirby e Steve Ditko, principais criadores das personagens de quadrinhos que viriam a se tornar a base de um universo narrativo multiplataforma (FLANAGAN; MCKENNY; LIVINGSTONE, 2016).

As primeiras incursões de personagens oriundos dos quadrinhos *Marvel* no cinema acontecem a partir de 1986. Com o fracasso do primeiro lançamento (*Howard the Duck*, uma personagem pouco popular), seguido de outras produções pouco rentáveis, diminuiu o interesse pelas incursões em um nicho de mercado como o cinema.

Já em 1990, diante de uma falência e do crescente interesse de grandes estúdios de Hollywood por heróis dos quadrinhos, a empresa se aventura em licenciar os direitos de seus personagens para produções audiovisuais, contratos que impactam o desenvolvimento de projetos da empresa até hoje.

A partir de 2005, motivados pela busca da independência financeira, a *Marvel* busca se separar dos grandes estúdios hollywoodianos através da criação da *Marvel Studios* e do autofinanciamento de suas produções.

Após o declínio do segmento de quadrinhos nos anos 1990 e a subsequente falência da Marvel os direitos de utilização pagos por Hollywood pelas propriedades intelectuais da Marvel proveram uma fonte alternativa de renda para sustentar as tentativas de renascimento da empresa. A partir de 2005, esse sucesso encorajou uma agora estabilizada Marvel a financiar suas próprias produções e retomar o controle criativo e dos lucros que estava nas mãos de seus estúdios parceiros.⁴ (JOHNSON, 2012, p. 1)

Essa iniciativa dá início ao projeto de um universo de produções e produtos conhecido como Universo Cinemático da *Marvel*. A primeira produção introduzida ao universo em formação foi o longa-metragem “Homem de Ferro” (2008), baseado no personagem dos quadrinhos.

A demonstração de que aquela produção não se tratava de uma iniciativa isolada, mas parte de um projeto de expansão, acontece através de um recurso narrativo, a cena pós-créditos, que se tornaria marca registrada das produções *Marvel*. Na primeira cena pós-créditos do UCM, ao final de “Homem de Ferro”, o personagem de Nick Fury é introduzido e declara-se a intenção de construir uma narrativa além do primeiro filme.

A cena, que tem cerca de 37 segundos⁵, é o primeiro encontro de *Tony Stark* (nome “real” do Homem de Ferro) e *Nick Fury*, onde podemos observar o seguinte diálogo:

Nick Fury – Você acha que é o único super-herói do mundo? Sr. Stark, você se tornou parte de um universo maior. Você apenas não sabe disso ainda.

Tony Stark – Quem diabos é você?

Nick Fury – Nick Fury, diretor da S.H.I.E.L.D.

Tony Stark – Ah...

Nick Fury – Eu estou aqui para falar com você sobre a iniciativa Vingadores.

A estratégia demonstrada nessa primeira incursão da *Marvel* fica clara na afirmação do presidente da *Marvel Studios* em 2009, ano seguinte ao lançamento do primeiro filme da franquia:

⁴ Following the decline of comic book publishing in the late 1990s and Marvel's subsequent bankruptcy, the royalties Hollywood paid for use of Marvel's properties provided an alternative revenue stream to support the company's tentative rebirth. By 2005, these successes encouraged a stabilized Marvel to finance production on its own and recapture creative control and box-office profit from its studio partners.

⁵ Disponível no repositório de recursos digitais da dissertação <<https://sites.google.com/view/convergenciaetransmidia>>.

A Marvel enfatizou a singularidade de sua estratégia de crossover. “Nós estamos tentando algo que nunca foi feito antes, uma nova ideia de uma personagem aparecendo em diversas franquias”. Afirmou em 2009 o presente da Marvel Studios, Kevin Feige.⁶ (JOHNSON, 2012, p. 7)

Mas a estratégia da *Marvel* ia além de recursos narrativos. Dois fatores foram determinantes na constituição do UCM. O primeiro está relacionado a uma mudança de paradigma nos modos de produção, à qual “(...) lançou um modelo de produção cinematográfica único na era da convergência: uma empresa independente, com experiência em uma indústria midiática diferente desenvolveu filmes *blockbusters*.”⁷ (JOHNSON, 2012, p. 1). Vemos a *Marvel* impondo suas decisões e estratégias aonde os estúdios detinham tradicionalmente a maior parte do controle e decisões em uma produção, assim, os filmes são produzidos por estúdios, diretores, roteiristas e produtores diferentes, mas a essência permanece sob o controle do grupo, permitindo a coesão do UCM.

O segundo aspecto relevante é a prominência do cinema sobre outros meios e projetos:

“(...) uma hierarquia criativa na qual as operações de produção cinematográfica da Marvel estavam acima de qualquer outra coisa sendo desenvolvida para outros nichos de mercado – por conta da capacidade do cinema em alcançar maior audiência e construir exposição para os personagens Marvel.”⁸ (Ibid., 2012, p. 2)

A centralidade do cinema na nova estratégia fica clara quando “a Marvel manteve o licenciamento de seus direitos de vídeo games e outros nichos de mercado mesmo durante sua breve independência cinemática, demonstrando a contínua centralidade do cinema na convergência das mídias”⁹ (Op. Cit., 2012, p. 2).

⁶ Marvel emphasized the uniqueness of its crossover strategy. “We’re trying something that’s never been done before, a new idea of the same character appearing in multiple franchises,” Marvel Studios president Kevin Feige claimed in 2009.

⁷ Marvel launched a unique model for cinema production in the age of convergence: an independent company with expertise in a different media industry drove blockbuster film content.

⁸ (...) a creative hierarchy in which Marvel’s filmmaking operations trumped anything developing in other markets—largely as a result of the cinema’s ability to command larger audiences and build greater exposure for Marvel’s characters.

⁹ Marvel’s sustained licensing program in video games and other markets, even during its brief cinematic independence, spoke to the continued centrality of film in converged media economies.

Decisões como a descrita acima são um “lembrete da contínua significância do cinema, ao mesmo tempo que a convergência denota a redefinição da indústria cinematográfica em torno de conteúdo, empresas e criadores externos”¹⁰ (JOHNSON, 2012, p. 2).

Os dados a seguir demonstram como o modelo de negócio desenvolvido pela Marvel apresentou resultados significativos. Todas essas informações têm como referência o ano de 2018. Entre os filmes mais lucrativos de todos os tempos, quatro dos 10 primeiros títulos são parte da franquia:

Tabela 1: Filmes com maior faturamento mundialmente, valores em dólares americanos.

	Título	Estúdio	Faturamento	Ano
1	Avatar	Fox	\$ 2.788.000.000,00	2009
2	Titanic	Par.	\$ 2.187.500.000,00	1997
3	Star Wars: The Force Awakens	BV	\$ 2.068.200.000,00	2015
4	Avengers: Infinity War	BV	\$ 2.046.700.000,00	2018
5	Jurassic World	Uni.	\$ 1.671.700.000,00	2015
6	Marvel's The Avengers	BV	\$ 1.518.800.000,00	2012
7	Furious 7	Uni.	\$ 1.516.000.000,00	2015
8	Avengers: Age of Ultron	BV	\$ 1.405.400.000,00	2015
9	Black Panther	BV	\$ 1.346.900.000,00	2018
10	Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2	WB	\$ 1.341.500.000,00	2011

Fonte: Elaboração da autora (“All Time Worldwide Box Office Grosses”)

¹⁰ a reminder of the continued significance of cinema even as convergence meant redefining the film industry around external content, companies, and creators.

Individualmente, os títulos figuram nos principais *rankings*, mesmo que não estejam em primeiro lugar, mas quando considerada a franquia e seus vários produtos, fato essencial para análise do contexto transmidiático. Podemos verificar uma nova posição entre os principais longas-metragens com alcance mundial:

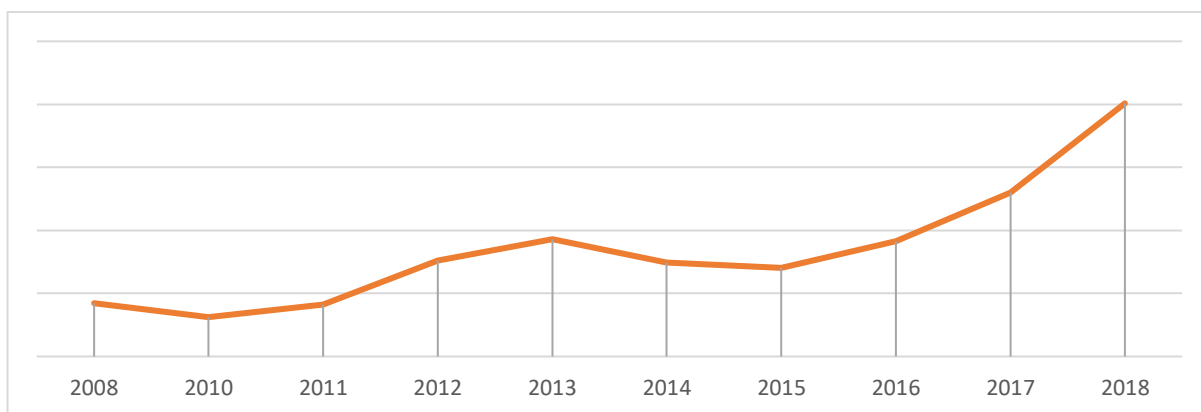
Tabela 2: Franquias com maior faturamento mundial, valores em dólares americanos.

Franquia	Faturamento
Marvel Cinematic Universe	\$ 17.527.900.000,00
Star Wars	\$ 9.491.000.000,00
Harry Potter	\$ 8.537.500.000,00

Fonte: Elaboração da autora (“Marvel Cinematic Universe Movies at the Box Office - Box Office Mojo”).

A popularidade e o crescimento do universo que começou a ser construído em 2008 e chega a seu ápice em 2018, conforme pode ser verificado através do gráfico de faturamento dos títulos lançados a cada ano, dadas as receitas acumuladas de cada um.

Figura 1: Curva de Faturamento de Longas-metragens do Universo Cinemático Marvel, valores em dólares americanos.



Fonte: Elaboração da autora (“Marvel Cinematic Universe Movies at the Box Office - Box Office Mojo”).

Apesar da centralidade do cinema como estratégia de desenvolvimento dos personagens, o UCM expande sua presença através de diferentes meios:

Marvel Estúdios sugere uma adaptação das “velhas mídias” não a novas tecnologias midiáticas, mas a novas relações criativas e econômicas entre cinema e quadrinhos. Convergência não é um fenômeno unicamente digital ou tecnológico, mas uma reorganização das mídias, velhas e novas, assim, o cinema convergente deve ser entendido em termos de uma colisão com setores de todos os tipos.¹¹ (JOHNSON, 2012, p. 3)

A seguir, serão apresentados os títulos que compõem o UCM entre 2008 e 2018, considerando as produções cinematográficas para cinema, televisão e internet, através de plataformas de streaming.

1.2 COMPOSIÇÃO DO UNIVERSO CINEMÁTICO DA MARVEL

A franquia é composta, até 2018, por 20 longas-metragens, cinco curtas-metragens, três séries de televisão e oito séries em plataformas de *streaming*, figurando em vários rankings e recordes da indústria de entretenimento, com faturamento mundial estimado em 17 bilhões de dólares americanos, agregando filmes, curtas-metragens, séries de televisão, séries em plataformas de *streaming*, diversos jogos e ainda inúmeros produtos derivados.

A definição do que realmente compõe o UCM é debatida entre especialistas e fãs, e a empresa não se posiciona oficialmente sobre um produto considerado UCM. O consenso mais comumente encontrado é de que o mesmo é composto a partir dos filmes lançados pela *Marvel Studios* e os curtas-metragens subsequentes em conjunto com as séries de televisão e *streaming* que existem no universo narrativo dos filmes,

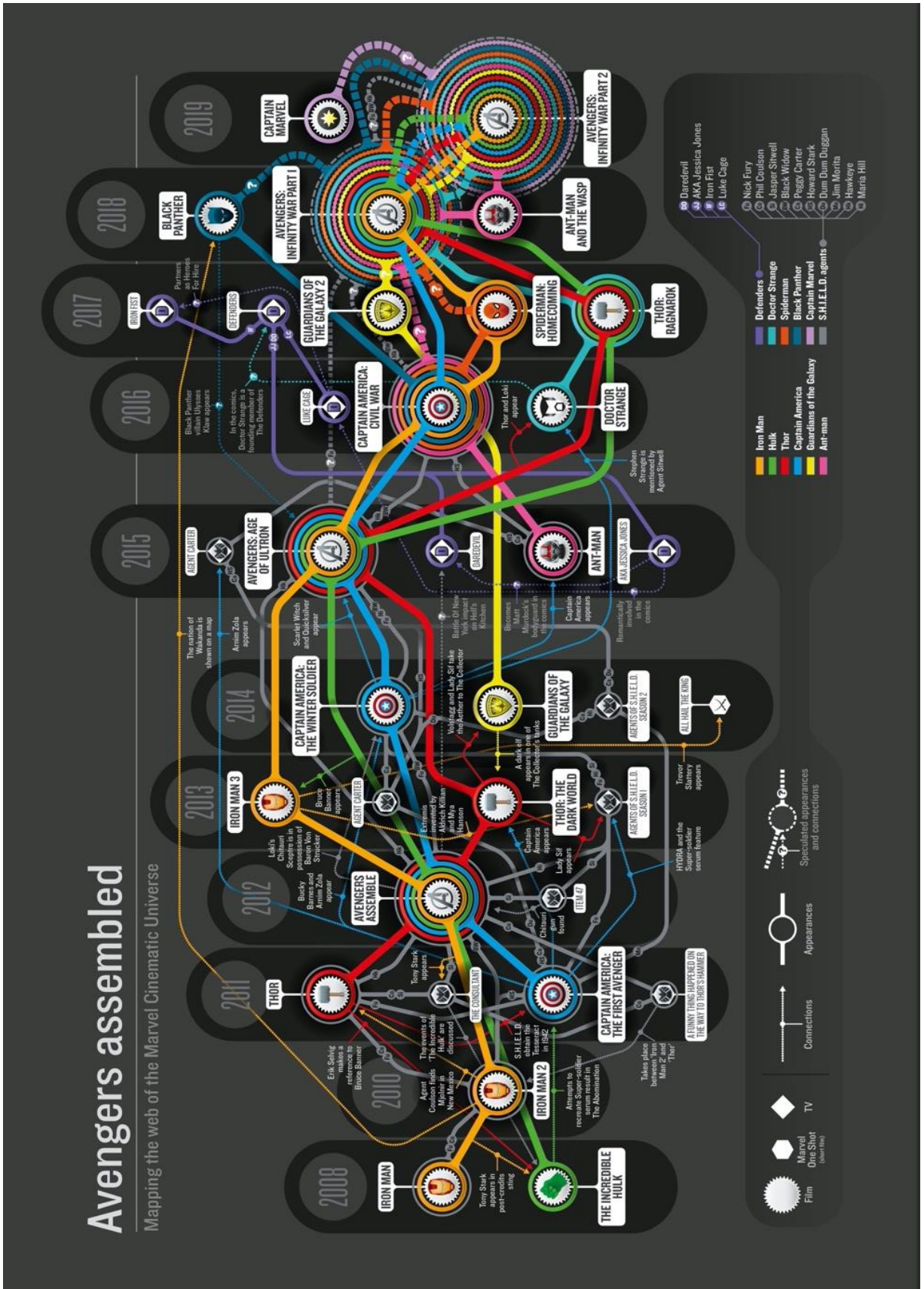
¹¹ Marvel Studios suggests an “old media” adaptation specific not to new media technologies but to new creative and economic relationships between film and comics. Convergence is not a uniquely digital or technological phenomenon but a reworking of media new and old, and thus the cinema of convergence must be understood in terms of collisions with extracinematic sectors of all types.

e, conforme identificado a partir do modelo de negócio descrito acima, são considerados os principais elementos do UCM.

Com essa definição, consideramos para este estudo a tabela apresentada na página 16, classificada por ano de lançamento e com indicação da plataforma de lançamento original.

A *Figura 2* a seguir apresenta de forma gráfica as relações entre os diferentes títulos que integram o UCM. As linhas conectoras representam personagens, locais, eventos e ações que interligam as narrativas de alguma forma. É perceptível através do gráfico que alguns títulos concentram mais relações que outros, mas, ainda assim, percebemos que todos possuem de forma direta ou indireta alguma relação com os demais.

Figura 2: Avengers assembled: Mapping the web of Marvel Cinematic Universe.



Fonte: Pinterest (Geek Trooper).

Os títulos que concentram mais conexões são os longas-metragens, aqueles titulares dos heróis principais, denominados “Vingadores”, “Homem de Ferro”, “Hulk”, “Capitão América” e “Thor”, mas o ápice das conexões acontece nos filmes em que os Vingadores se reúnem. No caso desta pesquisa, busca-se investigar o que representam as linhas conectoras aos demais formatos de distribuição.

Para Gambarato (2019), “supersistemas transmidiáticos representam universos narrativos complexos, nos quais o conjunto de seus componentes estruturais em diálogo com o ambiente é maior que a soma das partes do sistema”. A partir do contexto em que percebemos o UCM, uma longa lista de produções audiovisuais se relacionam através de elementos narrativos e diferentes canais de entrega, características determinantes da cultura da convergência.

A pesquisa explora nos próximos tópicos uma conceituação de cada um dos processos de convergência distintos e relaciona os mesmos com o UCM, seja através de sua história prévia e dos agentes econômicos que o detém, por suas escolhas artísticas, representadas pela construção narrativa de suas produções, até as ações de participação da comunidade de fãs que se associam ao universo. E busca especificar as duas principais personagens que propiciam novas conexões entre diferentes plataformas de distribuição: Phil Coulson e Peggy Carter. No gráfico apresentado acima, podemos perceber o trajeto de Coulson (indicado em uma linha cinza, com o código “Co”) e de Carter (indicada pelo código “Ca”), que estão conectando o universo em pelo menos três canais de distribuição diferentes: filmes, curtas e série de TV.

CONVERGÊNCIA NO CONTEXTO DO UNIVERSO MARVEL

CAP 2



2 CONVERGÊNCIA NO CONTEXTO DO UNIVERSO MARVEL

A revolução digital abriu um leque de possibilidades e caminhos possíveis para transformações na forma como a sociedade se relacionaria com a comunicação. Lévy (1999, p. 168) descreve como o ciberespaço viria a conquistar proeminência, cuja característica “[...] tende a tornar-se a principal infraestrutura de produção, transação e gerenciamento econômicos. Será em breve o principal equipamento coletivo internacional da memória, pensamento e comunicação”. O futuro previsto começava a construir o paradigma de que a revolução digital traria a substituição das antigas mídias por novas, proporcionadas pelo ciberespaço descrito por Lévy (1999).

Desde a popularização da televisão nos anos 50, a indústria viu um *hardware* ocupar o papel central, não apenas no consumo de informação – influenciando até mesmo a disposição de salas de estar em todo o mundo –, o advento da internet e todo o contexto de inovações tecnológicas parecia ameaçar a hegemonia midiática, e ao mesmo tempo permitir o sonho de um novo dispositivo, que ocuparia o proeminente espaço um dia ocupado pela televisão, uma nova “*black box*”.

A teoria passa a ser de que caminharíamos para a existência de um único e singular dispositivo que centralizará todo o fluxo de conteúdo. Castells (2003, p. 155) descreve os anos 90 como uma busca do mercado pela convergência entre o ciberespaço – caracterizado por computadores e internet – e a mídia. O autor afirma que “a palavra-chave era ‘multimídia’ e sua materialização era a caixa mágica que se materializaria na sala de estar e poderia, a nosso comando, abrir uma janela global para infinitas possibilidades de comunicação interativa em formato de vídeo, áudio e texto”.

O foco no desenvolvimento de um *hardware* que possibilitasse uma nova forma de consumo midiático integrado resultou em tentativas como a *Apple TV*, que a partir de 2007 ocupou um espaço inovador no espectro de dispositivos de consumo de mídia, ou o *iPhone*, também lançado no mesmo ano, estabelecendo uma nova geração de *hardwares* de telefonia, como os smartphones, que a cada novo lançamento agregam mais serviços e possibilidades de consumo em suas propostas.

Apesar da relevância atribuída aos dispositivos, surgem novas exigências e características como parte dos novos modos de comunicação. Lévy (1999, p. 196)

afirma que os mesmos são definidos “[...] por seu caráter diferenciado e personalizável, sua reciprocidade, um estilo de navegação transversal e hipertextual, a participação em comunidades e mundos virtuais diversos”.

Essa realidade, refletida principalmente na busca por personalização, que necessariamente depende da adaptação desses meios à vontade do consumidor, acaba por invalidar a premissa de que seria possível desenvolver um equipamento centralizando o consumo de informação:

Como a Cheskin Research explicou num relatório de 2002, “a velha ideia da convergência era a de que todos os aparelhos iriam convergir num único aparelho central que faria tudo para você (à la controle remoto universal). O que estamos vendo hoje é o hardware divergindo, enquanto o conteúdo converge. [...] esses diferentes aparelhos são projetados para acomodar suas necessidades de acesso a conteúdos dependendo de onde você está – seu contexto localizado. (JENKINS, 2009, p. 43).

Convergência passa a ser o mantra da indústria do entretenimento, a receita para sobrevivência em um mercado de mudanças. Danesi (2009) oferece duas definições do que seria a convergência no contexto da mídia e comunicação:

1. erosão das tradicionais distinções entre meios devido a concentração de propriedade, globalização, e fragmentação da audiência; 2. processo pelo qual tecnologias anteriormente desvinculadas como a televisão e o telefone são unificadas através de uma base tecnológica a única (digitalização) ou uma estratégia industrial.¹² (DANESI, 2009, p. 74).

Jenkins (2009) propõe que convergência é uma forma mais realista de abordar e analisar as transformações dos meios de comunicação diante da revolução digital, afirmando que os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos, mas que passam a ser transformados, readaptados através da introdução de novas tecnologias. Prosseguindo para uma definição mais completa do que seria efetivamente a tal convergência, Jenkins (2009, p. 29) define como um “[...] fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de

¹² 1. erosion of traditional distinctions among media due to concentration of ownership, globalization, and audience fragmentation; 2. process by which formerly separate technologies such as television and the telephone are brought together by a common technological base (digitization) or a common industrial strategy.

comunicação”. Esse fluxo de conteúdo, fluindo através de vários sistemas de mídia, muitas vezes de meios considerados concorrentes, que ultrapassa fronteiras geográficas, é alimentado e impulsionado pela ação e participação ativa dos consumidores.

A ideia de convergência não pode ser compreendida como um processo, vinculado a extensões tecnológicas, com inúmeras funções inseridas em um mesmo aparelho, mas deve ser vista como uma transformação cultural. Os consumidores têm seu comportamento transformado e são levados a novas formas de conexão com conteúdos dispersos no espectro midiático. Jenkins (2009) afirma que essa transformação não acontece através de dispositivos, independentemente dos avanços tecnológicos dos mesmos, a transformação acontece dentro dos consumidores, construída através de pedaços e fragmentos de informação.

Justamente por ser caracterizada como uma transformação cultural, a convergência não é fruto de apenas um fator. Em relatório ainda do século passado, a European Commission (1997) já afirmava que: “[...] as implicações desses desenvolvimentos são abrangentes. Convergência não é apenas sobre tecnologia. É sobre serviços e sobre novas formas de fazer negócios e interagir com a sociedade”.¹³

Para esclarecer a questão da convergência, deve-se estabelecer algumas ramificações que muitas vezes são generalizadas apenas como convergência, que Jenkins (2001) divide em pelo menos quatro processos distintos: Tecnológico – relacionado às transformações técnicas; Industrial – que caracteriza novas relações entre segmentos distintos; Global – que aproxima elementos culturais; e Orgânica – que representa a metamorfose no comportamento de indivíduos.

Busca-se aqui uma reflexão sobre esses fenômenos distintos, que juntos criam o contexto apresentado como convergência. Não se pretende afirmar que apenas esses elementos devem ser considerados como variáveis na constituição dos processos de convergência. Propõe-se considerar essas quatro definições e aplicá-las ao objeto de estudo dessa pesquisa, apresentado a seguir e relacionado a cada um dos processos a ser analisado neste capítulo.

¹³ “[...] the implications of these developments are far reaching. Convergence is not just about technology. It is about services and about new ways of doing business and of interacting with society”.

2.1 CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA

Podemos definir como o processo técnico faz parte da construção da convergência. A transformação de informação física, de átomos em *bites*, de elétrons, nêutrons e prótons em zeros e uns. A convergência tecnológica acontece quando transformamos palavras, imagens e sons em informação digital, transformando de forma exponencial o alcance das relações possíveis através de inúmeras plataformas.

O fenômeno é especialmente observável nas tecnologias que associam informação e comunicação. Com o objetivo de “[...] identificar áreas da tecnologia que protagonizaram papéis importantes na convergência tecnológica nos padrões do campo da tecnologia da informação e comunicação [...]”¹⁴, Han e Sohn (2016) desenvolvem um estudo analisando patentes e sua rede de relacionamento com outras patentes registradas na área.

Podemos observar que o padrão de relacionamento entre patentes na área de tecnologia da informação e comunicação evolui de relações esparsas para tecnologias cada vez mais relacionadas entre si. Isso significa maior variedade de dispositivos e tecnologias, contrariando a ideia de um dispositivo central. Ao mesmo tempo, a diversidade de dispositivos que “conversam entre si” permite que a informação flua entre eles e crie os canais dialógicos em que a convergência acontece.

A partir da integração de tecnologias, como aquelas que permitem a evolução gráfica de videogames e aproximam sua referência visual da realidade, gera o que Bolter e Grusin (1999, p. 47) identificam como “filmes interativos”. Estes autores descrevem a experiência que é oferecida ao jogador como “[...] algum controle sobre a narrativa e sobre a realização estilística do mesmo, no sentido de que eles podem decidir aonde ir e o que fazer. [...] para que no filme interativo, o jogador é usualmente o ator e o diretor”.¹⁵

Na *figura 3*, é possível comparar a relação visual entre o primeiro longa-metragem lançado no UCM e seu primeiro videogame, desenvolvido pela Sega e

¹⁴ “[...] identify technology fields that have played a major role in the technological convergence in ICT standards”.

¹⁵ “[...] some control over both the narrative itself and the stylistic realization of it, in the sense that they can decide where to go and what to. [...] so that in interactive film, the player is often both actor and director”.

disponibilizado em sete plataformas: *Playstation* Portátil; *Playstation 2* e *3*; Computador; *Xbox 360*; *Nintendo DS*; e *Nintendo Wii*. O UCM tem introduzido videogames em diferentes plataformas a cada novo lançamento de um longa-metragem.

Figura 3: Comparação estética entre vídeo game e longa-metragem de Homem de Ferro (2008).



Fonte: Homem de Ferro (Filme) e Homem de Ferro (Vídeo Game).

O exemplo de relação introdutória entre capturas de tela do videogame Homem de Ferro (2008), comparadas às capturas de cenas do filme homônimo lançado no mesmo ano, demonstra como a convergência tecnológica permite que se estabeleça uma ligação artística-visual, narrativa e multiplataforma entre segmentos que nascem distintos (cinema e game) e convergem através do UCM.

2.2 CONVERGÊNCIA INDUSTRIAL

A convergência é a integração de indústrias, para Hacklin, Marxt e Fahrni (2009). O fenômeno ocorre quando as fronteiras e limites das indústrias, prévia e claramente estabelecidos, são alterados e mesclados por inovações emergentes. Exemplos de convergência industrial podem ser encontrados conforme descrito pelos

autores: Na indústria do entretenimento esses exemplos podem ser observados em empresas como *Warner*, *Disney* e outras, controlando ações em áreas como o cinema, televisão, livros, jogos, música, e inúmeros outros setores antes distintos. Essa reestruturação proporciona sinergia nas produções, com foco na exploração de marcas proprietárias, como *Harry Potter*, *Star Wars* e *Marvel*.

Em 2009, a *Disney* adquiriu a *Marvel* por aproximadamente 4 bilhões de dólares¹⁶, convergindo quadrinhos, filmes e posteriormente, televisão, *streaming* e *games*. Johnson (2012, p. 3) afirma que “[...] o caso da *Marvel* nos força a considerar o que a convergência dos quadrinhos e do cinema significou para a identidade de indústrias e para os contextos de produção [...]”¹⁷. Nesse caso, ele afirma sobre a convergência industrial exemplificada:

Com a independência da *Marvel* delimitando o controle das produções de filmes de sucesso em favor de estratégias econômicas, práticas criativas e hierarquias de trabalho que servem a seus interesses em diferentes indústrias da mídia, essa iniciativa de autoprodução constitui uma reorganização econômica significativa nos modos de produção de *Hollywood*¹⁸ (JOHNSON, 2012, p. 2).

A independência econômica que a *Marvel* alcançou através da incorporação ao conglomerado composto pela *Disney*, permite que a franquia do UCM tenha recursos, poder de negociação e parcerias internas que expandam suas possibilidades de produção e narrativas.

2.3 CONVERGÊNCIA GLOBAL

A convergência global descrita por Jenkins (2001) é o hibridismo cultural que decorre da circulação dos conteúdos de forma ilimitada geograficamente. As influências trocadas impactam a produção dos conteúdos que passam a incluir

¹⁶ Paul Bond, “Spidey, Meet Mickey,” *Hollywood Reporter*, September 1, 2009, 1.

¹⁷ The case of *Marvel Studios* forces us, in sum, to consider what the convergence of comics and film has meant for industrial identities and production contexts

¹⁸ With *Marvel’s* independence having delimited studio control over blockbuster film content in favor of economic strategies, creative practices, and labor hierarchies that serve its own interests across media industries, this self-production initiative constituted a significant economic reorganization of *Hollywood* modes of production [...].

representatividade de culturas diversas. Nesse processo, a convergência unifica influências e gera novas produções. O conceito de aldeia global de McLuhan afirma que:

Nossa civilização especializada e fragmentada baseada na estrutura centro-margem, subitamente está experimentando uma reunificação instantânea de todas as suas partes mecanizadas num todo orgânico. Este é o mundo novo da aldeia global. (MCLUHAN, 1964, n.p.).

O mês de fevereiro de 2018 representa uma quebra de paradigma na indústria hollywoodiana. O conceito de que existem alguns elementos básicos inegociáveis para a lucratividade de um filme caiu por terra. Um desses conceitos: protagonistas negros não geram *blockbusters*. Sims (2018) afirma que, quando o projeto do filme “Pantera Negra” (2018) foi anunciado em 2014, era considerado um risco para o estúdio, já que o contexto da cultura africana relacionado à narrativa original do personagem não se enquadrava no padrão vendável de Hollywood. Mas, segundo Sims (2018) em um artigo escrito apenas cinco dias após a estreia do filme, em 15 de fevereiro de 2018, o título teve resultados sem precedentes, tornando-se, à época, o nono longa-metragem mais lucrativo da história em nível mundial.

Onyango (2018) descreve a produção com uma análise baseada no ativismo pan-africano do século XXI, em busca de um reposicionamento de poder, história e cultura na sociedade em relação à cultura africana em geral e seus descendentes. O longa-metragem é definido por ela como:

Um trabalho de ficção de múltiplas camadas que desperta nos espectadores uma longa visão da história da África. É uma representação de uma nação cujo progresso é aparentemente associado a um passado bem cartografado desafia as limitadas versões históricas e os rótulos degradantes associados ao “terceiro mundo” que reforçam a noção de que a África é regressiva e desprovida de imagens positivas.¹⁹ (ONYANGO, 2018, p. 40).

¹⁹ Is a multilayered work of fiction that awakens in the viewers a long view of African history. Its depiction of a nation whose progress seemingly rests on a well-charted past defies narrow versions history and denigrating labels associated with the “Third World” that reinforce the notion that Africa is regressive and devoid of positive images.

O fenômeno relacionado ao sucesso do filme representa a convergência global descrita por Jenkins. O movimento convergente possibilita que padrões sejam quebrados, os consumidores passem a se interessar por conteúdos que pareciam desprezados em um contexto pré-convergente, mas que na nova cultura alcançam relevância globalizada.

2.4 CONVERGÊNCIA ORGÂNICA

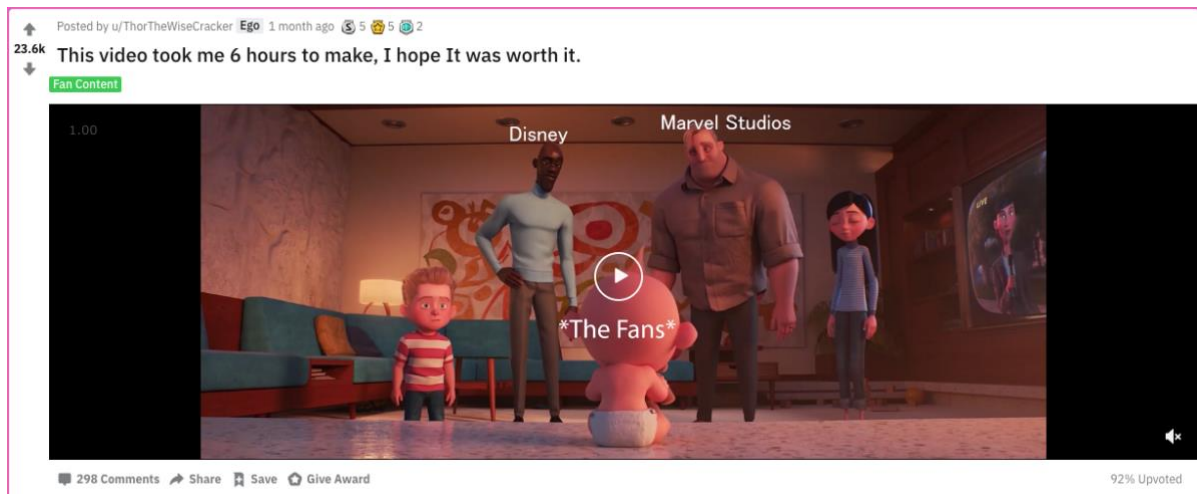
Os consumidores são cada vez mais multitarefa, desenvolvendo novas estratégias para navegar pelo novo ambiente digital em constante mudança. Essa convergência acontece naturalmente quando esses consumidores estão assistindo televisão, checando suas *timelines* no *Facebook* e respondendo uma mensagem de texto. As novas formas de intersecção entre várias formas de tecnologias midiáticas entre indústria e consumidores permite uma nova participação, dando ao consumidor comum as ferramentas para personalizar, transformar e redistribuir conteúdo.

Reddit é uma rede social de compartilhamento de conteúdo, organizada em *subreddits*, que direcionam o conteúdo divulgado em temas específicos. *Marvel Studios* é um dos *subreddits* da plataforma, descrito pelos mediadores como “[...] /r/MarvelStudios é o *subreddit* dedicado aos Estúdios Marvel e ao Universo Cinemático da *Marvel*”.²⁰

Um dos tópicos encontrados no *subreddit* é o de *Fan Content*. São releituras, remontagens e até mesmo produções originais de fãs que compartilham suas contribuições ao Universo Cinemático da Marvel. Como o vídeo meme abaixo, utilizando uma cena do filme não relacionado ao UCM, “Os Incríveis” (2018), que descreve a relação dos fãs com a Marvel Studios e a ansiedade pelo lançamento de novos trailers.

²⁰ “[...] /r/MarvelStudios is the subreddit dedicated to Marvel Studios and the Marvel Cinematic Universe as a whole”!

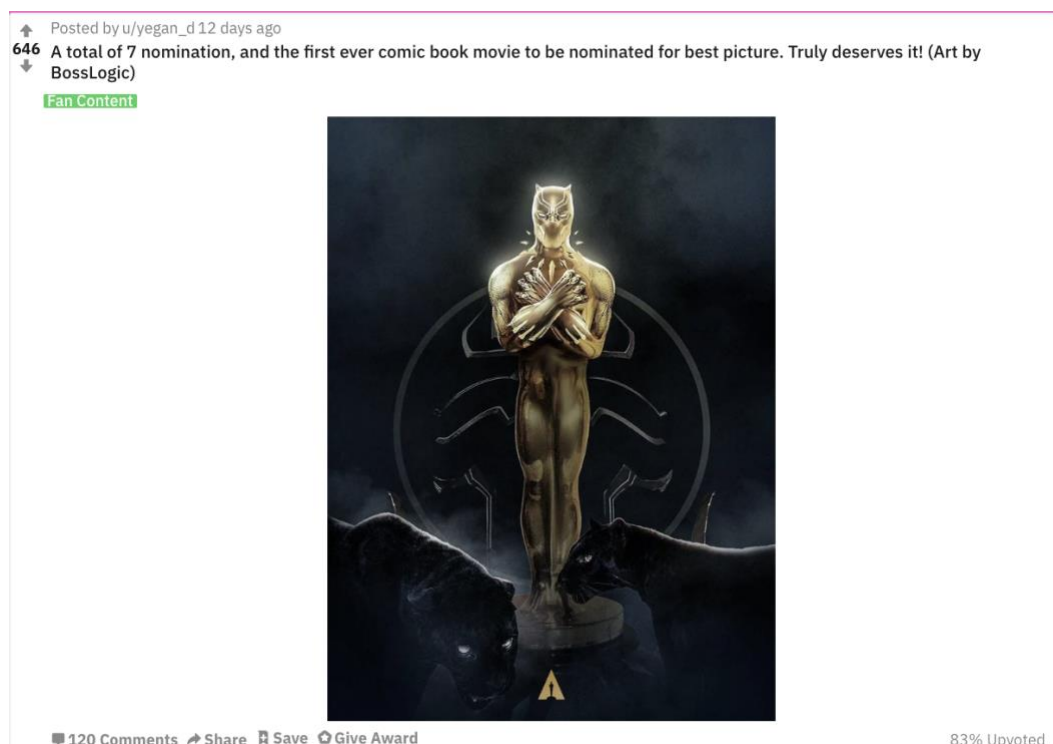
Figura 4: Captura de tela do Reddit, Fanart Marvel, post do usuário (THORTHEWISECRACKER).



Fonte: ThorTheWiseCracker (Internet).

As *fanarts* também são produtos encontrados com frequência nos tópicos, como a homenagem prestada ao filme “Pantera Negra” (2018) e suas sete indicações ao Oscar em 2019. Uma estilização da estatueta do Oscar mesclada com o uniforme do Pantera Negra.

Figura 5: Captura de tela do Reddit, Fanart Pantera Negra, post do usuário (YEGAN_D2).



Fonte: Yegan_D2 (Internet).

Não se pode reduzir a transformação dos meios de comunicação a apenas uma convergência tecnológica. Sim, o aspecto tecnológico faz parte do processo, mas o determinismo tecnológico deixa de considerar o comportamento do consumidor no processo de aceitação das inovações tecnológicas. A variedade e fluidez dos conteúdos se contrapõem à rigidez de um sistema de distribuição unificado. Para Jenkins (2009, p. 43), “[...] a convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência”.

4.5 O SUJEITO NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA

As interações humanas foram historicamente limitadas por questões de espaço-tempo, o imperativo do presencial e temporal foram fatores presentes na maior parte da história da humanidade. A modernidade, porém, trouxe mudanças. Através de tecnologias as formas de interação ganharam um novo ator, os dispositivos de mediação. Um dos frutos desses dispositivos são as mídias de massa, que passam a mediar a comunicação. Mas ao mesmo tempo em que esses dispositivos trouxeram a libertação dos limites de tempo e espaço, um novo limite se estabelece. Na era das culturas das massas, as trocas passam a ser limitadas, aquele que é receptor, é apenas isso. Thompson (1998) define algumas características da comunicação de massa, entre elas:

A terceira característica da comunicação de massa é que ela estabelece uma dissociação estrutural entre a produção das formas simbólicas e sua recepção. Em todos os tipos de comunicação de massa, o contexto de produção é geralmente separado do contexto (ou contextos de recepção). Os bens simbólicos são produzidos em um contexto ou conjunto de contextos (as instituições que formam as indústrias da mídia) e transmitidos para receptores localizados em contextos distantes e diversos (tais como diferentes residências domésticas). (THOMPSON, 1998, p. 34).

Quando a produção (ou emissão) passa a ser dissociada da recepção, o sujeito receptor das comunicações mediadas por mídias de massa tem seu escopo de atuação reduzido, o sujeito passa a ser “achatado” e unificado como se todos fossem uma só massa, partindo dessa limitação do papel do receptor. Lévy (1999) faz uma crítica:

As mídias de massa: imprensa, rádio, cinema, televisão, ao menos em sua configuração clássica, dão continuidade à linhagem cultural do universal totalizante iniciado pela escrita. Uma vez que a mensagem midiática será lida, ouvida, vista por milhares ou milhões de pessoas dispersas, ela é composta de forma a encontrar o "denominador comum" mental de seus destinatários. Ela visa os receptores no mínimo de sua capacidade interpretativa. (...) É este dispositivo ao mesmo tempo muito redutor e conquistador que fabrica o "público" indiferenciado das mídias de "massa". Por vocação, as mídias contemporâneas, ao se reduzirem à atração emocional e cognitiva mais "universal", "totalizam". (LÉVY, 1999, p. 117).

Na cultura das massas, que ainda é realidade para uma parcela da nossa sociedade, já que Jenkins (2009) descreve a adoção de novas tecnologias e práticas como um processo gradual, o sujeito, no contexto da mídia e comunicação tradicional, é um receptor passivo, visto como parte da grande massa, e aqui é corroborado na afirmativa de McLuhan (1964, n.p.) de que “[...] o meio é a mensagem [...]” e como ele mesmo explica, “[...] porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas”.

Com o advento da internet, mais uma vez, diferentes tecnologias oferecem a oportunidade de transformação nos processos comunicacionais. Buscamos a definição desse novo contexto em Lévy (1999):

Eu defino o ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. Insisto na codificação digital, pois ela condiciona o caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço. (LÉVY, 1999, p. 93-94).

O ciberespaço passa a permitir uma nova forma de mediação. O limite ao receptor estabelecido nas mídias de massa pode ser transposto através de conexões e interatividade, por meio das quais o sujeito pode ativamente devolver reações ao emissor.

A internet e suas articulações permitiram o que diversos autores definem como “novas” mídias, entre esses Bolter e Grusin (1999) em sua obra *Remediation: Understanding the new media*. Para os autores mencionados, umas das principais características que definem a “nova” era digital é a remediação, um processo no qual um meio se apropria de características de outro. Uma das características provenientes das mídias digitais e incorporadas às mídias mais tradicionais é a abertura para participação mais ativa do receptor na produção da mensagem:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p. 30).

Essa mudança de paradigma coloca o sujeito em um novo lugar, no papel de produtor, antes reservado a corporações e indivíduos que controlavam os meios, e que passa a ser dividido a partir de agora com aqueles que antes ocupavam um espaço de receptores. Assim, o fluxo da teoria da informação deixa de ser linear, onde a informação flui de um emissor através de um canal e termina na captação da mensagem pelo receptor. A convergência desenha um fluxo mais complexo, com limites e papéis menos delineados. Surge um novo papel o de *producer*, uma convergência de papéis do produtor (emissor) e do usuário (receptor). De acordo com Bruns (2007, p. 3), esses *producers* não se envolvem na forma tradicional de produção de conteúdo, e sim com *produsage* – a construção coletiva, colaborativa e que expande o conteúdo existente na busca por melhoria”.²¹

²¹ “These producers engage not in a traditional form of content production, but are instead involved in produsage – the collaborative and continuous building and extending of existing content in pursuit of further improvement.”

Além de reconfigurar o fluxo da informação, esse novo contexto também influencia a construção do eu através das mídias. Bolter e Grusin (1999), no que lhes diz respeito, dedicam um capítulo ao “eu remediado”. Para os autores, “[...] nós nos vemos na e através da mídia [...]”. Na era da convergência, “[...] sempre que nossa identidade é mediada dessa forma, também é remediada, porque sempre entendemos um meio em particular em relação a meios antigos e atuais”²² (BOLTER; GRUSIN, 1999, p. 231).

A abrangência e a variedade de produtos midiáticos têm tornado os *fandoms* cada vez mais populares e “com mais e mais pessoas pertencendo a *fandoms* de produtos da mídia, o que antes poderia ser descrito como apenas uma atividade de lazer se tornou uma nova forma de cultura participativa”. (GROENE; HETTINGER, 2016, p. 324)²³. Estudos sobre a cultura pop e suas comunidades de fãs online demonstraram que esses fãs têm um nível de engajamento muito superior ao do simples consumo passivo. Eles procuram um consumo intertextual e produzem novos significados às obras originais.

As transformações paradigmáticas dos meios proporcionaram organicamente a mudança de lugar do sujeito, progressivamente ganhando mais espaço participativo, alternando e fundindo papéis, antes distintos e distantes, de emissor e receptor.

Consideramos que as narrativas transmídia são decorrentes do processo de convergência observado no consumo midiático contemporâneo, demonstrando como o desenvolvimento da *Marvel* e do UCM está diretamente relacionado com esse processo. O contexto apresentado neste capítulo lança a base para a discussão a se realizar no capítulo dois, onde os conceitos publicados sobre transmídia serão apresentados como os elementos indicadores para uma análise de um universo transmidiático.

²² “[...] whenever our identity is mediated in this way, it is also remediated, because we always understand a particular medium in relation to other past and present media.

²³ “With more and more people belonging to media fandoms, what once could have been described as mere leisure activity has become a new form of participatory culture.”

CAP 3

CONSTRUÇÃO DAS NARRATIVAS TRANSMÍDIA



3 ELEMENTOS DA CONSTRUÇÃO DAS NARRATIVAS TRANSMÍDIA

3.1 CONCEITOS PRECURSORES

A consideração de uma nova modalidade narrativa, caracterizada como transmídia, é consequência direta do fenômeno da convergência, através das diversas facetas da convergência descritas por Jenkins e exploradas no capítulo anterior. A transmidialidade passa a ser uma oferta presente em alguns seguimentos da comunicação, entretenimento e arte.

A convergência tecnológica traz a possibilidade de novas plataformas de distribuição, de continuidade e conexão entre elas. É possível começar a assistir um filme na TV de sua casa, parar, e continuar do mesmo ponto em seu celular. É possível clicar em um link disponibilizado em um vídeo para expandir o conteúdo através de um website. As possibilidades oferecidas pela convergência tecnológica permitem que a transmidialidade se torne fluída.

Um rápido olhar para a estrutura e modelos de negócio na indústria da comunicação permite perceber a convergência industrial desde a perspectiva de como os grandes conglomerados dispersam seus segmentos de atuação através de unificações e aquisições. Esse processo transforma a relação entre franquias e patentes, permitindo o desenvolvimento de relações transmidiáticas ente produtos audiovisuais distintos.

A convergência global dissemina as produções a um público cada vez maior, oportunizando o desenvolvimento de novos conteúdos que atendam demandas segmentadas por elementos socioculturais. As narrativas transmídia são uma das formas de suprimir a demanda por segmentação.

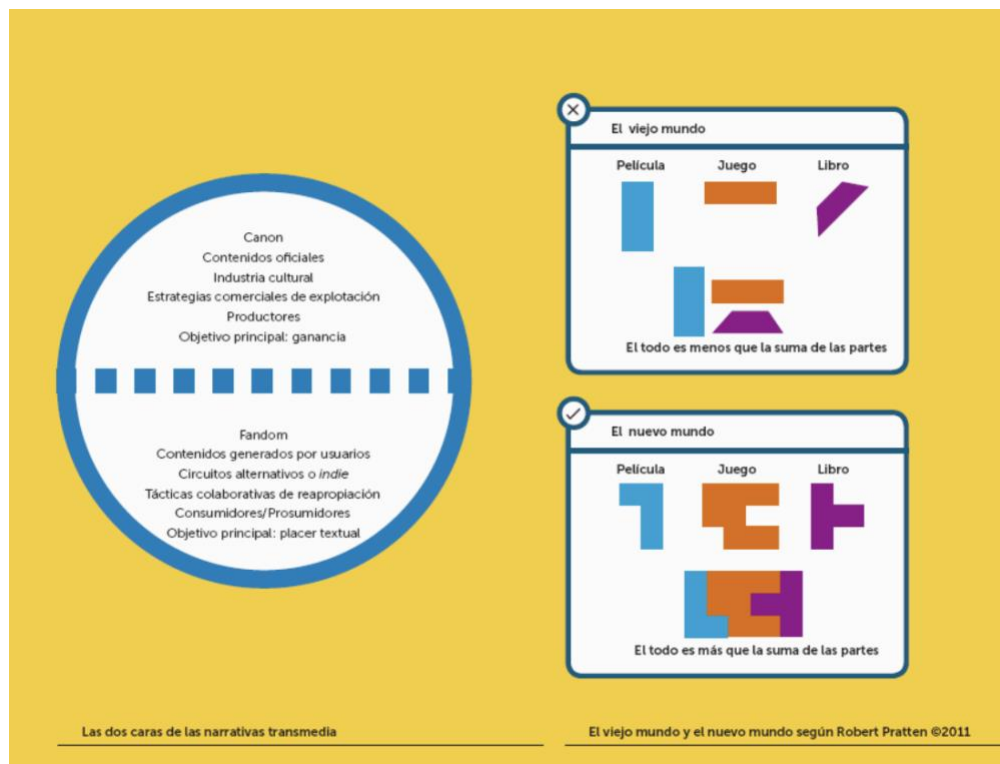
A convergência orgânica representa a transformação do consumo midiático, a constante expansão enquanto a busca por conteúdos novos e complementares é a essência da transmidialidade. Gambarato afirma que:

Jenkins (2006) problematizou como cultura da convergência o momento em que vivemos, no qual narrativas transmídia funcionam como catalizadores da convergência tecnológica e cultural em conjunção com mudanças sociais e de comportamento, oferecendo às pessoas uma experiência midiática mais significativa e satisfatória, excedendo a comercialização e comodificação identificadas por Kinder. (GAMBARATO, 2019, p. 16)

A diversidade de novos meios, produtos comunicacionais e hábitos de consumo de informação demandou uma nova forma de analisar a construção das narrativas comunicacionais. Kinder (1991) originalmente utiliza o termo “transmídia” como definição de uma expansão multimodal e multiplataforma de conteúdo midiático.

Posteriormente, Jenkins adota um novo termo: “*transmedia storytelling*”, traduzido e aplicado no português como narrativas transmídia. Para Jenkins (2009), uma narrativa transmídia é um desdobramento da convergência, onde diferentes meios são utilizados para construir um “universo”. Cada meio explora o aspecto narrativo que é melhor aplicado ao seu contexto, formando um “universo” multiplataforma, onde cada parte é autônoma, e ao mesmo tempo complementar às demais. E assim, segundo Santaella (2014), o receptor recebe as diferentes facetas da informação conforme consome cada mídia.

Figura 6: Infográfico Narrativas Transmídia.



Fonte: Scolari (2013, p. 59).

No infográfico acima, Scolari (2013, p. 59) compara o modelo que chama de “velho mundo” com o “novo mundo”, representado pelas narrativas transmídia. O gráfico destaca o valor da expansão estratégica da narrativa que se complementa, permitindo que o valor do todo seja maior que a simples soma das partes.

Apesar de parecer uma fórmula simples de partes que se somam, o conceito de narrativas transmídia é complexo e possui diferentes aplicações e significados, mas como pressuposto, podemos dizer que um texto transmídia simplesmente não dispersa informação, ele necessariamente agrega. Jenkins (2007) propõe que esse modelo se encaixe perfeitamente na era da inteligência coletiva como uma estrutura que permite a elaboração e distribuição de conhecimento em uma sociedade conectada.

Freeman e Gambarato (2019) argumentam que existe um grande potencial para confusão na definição do que é transmídia, já que o termo passa a ser utilizado com frequência cada vez maior, seja no âmbito acadêmico, seja no mercadológico. Portanto, os autores propõem que “[...] apenas pela incorporação das multiplicidades e pluralidades da transmidialidade como um fenômeno multidisciplinar é que podemos apreciar sua notoriedade”.²⁴

Jenkins (2007) define transmídia como um processo de dispersão estratégica da narrativa em canais de entrega de acordo com a contribuição individual que cada meio pode oferecer para a experiência e desenvolvimento da história. Uma narrativa transmídia pode ser experimentada por uma variedade de públicos através de uma variedade de plataformas, em variadas sequências. As transformações dos paradigmas da comunicação através da tecnologia passam a mimetizar um sentido já natural ao cérebro humano, um fluxo contínuo que trafega em vários sentidos e através de diferentes vias.

²⁴ “[...] only by embracing the multiplicities and pluralities of transmediality as a cross-disciplinary phenomenon can one fully grasp its prominence”.

3.2 ELEMENTOS TRANSMÍDIA

Scolari (2009) também busca conceituar o termo afirmando que transmídia não é uma simples adaptação de um meio para outro, propondo que a dispersão textual é um dos recursos mais relevantes para a cultura popular contemporânea. A partir dessa necessidade de expandir a compreensão sobre narrativas transmídia, Scolari (2013) reúne algumas definições e estratégias próprias de Henry Jenkins para expandir o universo narrativo e construir uma narrativa transmídia. Essas considerações serão exploradas a seguir, com o objetivo de delinear o contexto conceitual de um modelo de categorização para uma análise tendo o Universo Cinemático da *Marvel* como objeto.

3.1.1 Expansão²⁵

Uma das características presentes no contexto da convergência midiática é uma cultura de expansão de conteúdos através dos diversos canais de convivência digital. Nas narrativas transmídia, conforme a descrição de Scolari (2013), esse fator é preponderante para que a narrativa assuma a forma transmidiática. Para o autor supracitado, é necessária a expansão através de práticas virais em redes sociais, potencializando o capital e a influência da obra.

Jenkins (2003, n.p.) afirma essa necessidade quando descreve o perfil do consumidor na cultura da convergência, que, segundo ele, são “[...] jovens consumidores se tornaram caçadores e coletores de informação, tendo prazer em rastrear os antecedentes, *plot points* e conexões entre diferentes textos da mesma franquia”.²⁶

A expansão através de práticas do universo digital se torna um elemento relevante na captação e fidelização dos consumidores da narrativa em construção.

²⁵ Spreadability.

²⁶ “[...] younger consumers have become information hunters and gatherers, taking pleasure in tracking down character backgrounds and plot points and making connections between different texts within the same franchise”.

3.1.2 Profundidade²⁷

Além da expansão, também se faz necessário considerar a capacidade de aprofundar o envolvimento da audiência com a narrativa transmídia. Jenkins (2003) afirma que a “[...] redundância entre mídias acaba com o interesse dos fãs e causa o fracasso das franquias. Oferecer novos níveis de percepção e experiências renova a franquia e sustenta a lealdade do consumidor”.²⁸

Jenkins (2009, n.p.) ressalva que a “[...] mídia com profundidade tipicamente recebem o engajamento de menos pessoas, mas ocupam mais do tempo e energia delas, em um aprofundamento vertical na complexidade dos textos”.²⁹ Mas justamente os novos níveis de percepção oferecidos criam o engajamento dos consumidores, criando um grupo de seguidores fiéis e militantes, que ainda sendo menor do que o grupo de consumo de massa, funciona como impulsionador da franquia.

3.1.3 Continuidade³⁰

Entre os elementos mais presentes nas franquias de entretenimento, sejam elas transmidiáticas ou não, a continuidade é componente determinante, de forma ainda mais relevante no contexto das narrativas transmídia. Para Bertetti (2019, n.p.), a continuidade transmídia “[...] envolve uma narração única e coerente se desenvolvendo através de diferentes textos midiáticos, cada um oferecendo conteúdo distinto, significativo e não redundante”.³¹

Sustentar uma narrativa coerente através de diferentes textos, plataformas e meios é uma atividade complexa. Jenkins (2003, n.p.) assevera que “[...] as franquias

²⁷ Drillability.

²⁸ “[...] redundancy between media burns up fan interest and causes franchises to fail. Offering new levels of insight and experience refreshes the franchise and sustains consumer loyalty”.

²⁹ “[...] drillable media typically engage far fewer people, but occupy more of their time and energies in a vertical descent into a text's complexities”.

³⁰ Continuity.

³¹ “[...] transmedia storytelling involves a unique and coherent narration developing across different media text, each one offering a distinct, significant, and non-redundant content”.

transmídia mais bem sucedidas surgiram quando um único criador ou unidade criativa mantém o controle da franquia”.³²

3.1.4 Multiplicidade³³

Jenkins (2009, n.p.) afirma que a “[...] multiplicidade permite que os fãs se envolvam com narrativas alternativas, vendo personagens e eventos sob novas perspectivas”³⁴. Ao contrário da continuidade, citada acima, a multiplicidade é menos encontrada nas franquias de entretenimento, mas se estabelece como uma possível ferramenta narrativa, especialmente em universos ficcionais transmídia, complementando a continuidade e oferece novos caminhos de consumo, criando experiências alternativas à narrativa principal, mas mantendo as características principais do universo.

3.1.5 Imersão³⁵

A imersão representa a possibilidade de experiências individuais e mais próximas do “real”. Os avanços tecnológicos aproximam cada vez mais a estética ficcional do realismo. Jenkins (2003, n.p.) credita a capacidade de imersão ao “[...] movimento em direção a efeitos visuais nos filmes e o salto em qualidade dos gráficos de vídeo games significa que o mercado tem se tornado cada vez mais realístico”.³⁶

E continua reforçando que “[...] na forma ideal das narrativas transmídia, cada meio faz o que tem de melhor para que a história possa ser introduzida em um filme,

³² “[...] the most successful transmedia franchises have emerged when a single creator or creative unit maintains control over the franchise”.

³³ Multiplicity.

³⁴ “[...] multiplicity allows fans to take pleasure in alternative retellings, seeing the characters and events from fresh perspectives”.

³⁵ Immersion.

³⁶ “[...] the move toward digital effects in film and the improved quality of video game graphics means that it is becoming much more realistic”.

expandida na televisão, em livros e quadrinhos e possa ser explorado através da experiência com games”.³⁷

Nesse sentido, a mescla de realismo digital e a múltipla experiência entre meios contribui para que o consumidor seja imerso na experiência narrativa.

3.1.6 Extractibilidade³⁸

A extractibilidade de uma narrativa transmídia está relacionada com a sua capacidade de ter seus elementos, personagens e *plots* extraídos de seu contexto original ficcional e transportados ao mundo real. Tosca e Klasttrup (2019, n.p.) descrevem esse movimento como “[...] uma experiência complexa, onde nós interpretamos, nos envolvemos emocionalmente, e acessamos nossas memórias e repertório de conhecimento sobre um universo transmidiático”.³⁹

3.1.7 Construção de Mundos⁴⁰

Boa parte da cultura pop, notadamente as franquias atuais, tem como base universos ficcionais que incluem uma grande variedade de detalhes, personagens, narrativas e mercadorias. Wolf (2019, n.p.) descreve que “[...] a construção um mundo transmidiático vai além de uma história individual, meio ou autor, e provê a base, em muitos casos até mesmo uma marca, que a audiência pode retornar múltiplas vezes e também antecipar futuros lançamentos”.⁴¹

³⁷ “[...] in the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best-so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics, and its world might be explored and experienced through game play”.

³⁸ Extractability.

³⁹ “[...] is a complex affair, where we interpret, get emotionally involved, and access our memories or repertoire of knowledge about the transmedial universe’.

⁴⁰ Worldbuilding.

⁴¹ “[...] the building of a transmedial world goes beyond an individual story, medium, or author, and provides the basis, and in many cases even a brand, that audiences can return to multiple times as well as anticipate future releases set in the same worlds”.

Assim, a construção de um universo ficcional detalhado proporciona conectores para os múltiplos textos que compõem uma narrativa transmídia e oferecem a possibilidade de vitalidade e inumeráveis desdobramentos.

3.1.8 Serialidade⁴²

Uma prática recorrente em produtos televisivos, a serialidade é caracterizada pela distribuição de conteúdo em peças e fragmentos organizados em sequência para ampliação da trama narrativa. Para Jenkins (2009, n.p.) a serialidade:

Cria pedaços significativos e convincentes e então dispersa a história completa através de várias parcelas. O *cliff-hanger* representa o momento arquetípico de ruptura onde um texto termina e se fecha, onde ele vaza e se integra ao próximo texto, criando um enigma que direciona o leitor a continuar a consumir a história, ainda que a satisfação tenha sido adiada até o próximo pedaço.⁴³ (JENKINS, 2009, n.p.).

3.1.9 Subjetividade⁴⁴

A subjetividade presente nas narrativas transmídia potencializa a reconstrução dos textos através da experiência do leitor. Para Tosca e Klasttrup (2019, n.p.) os “[...] usuários (leitores/espectadores/jogadores) precisam realizar um trabalho

⁴² Seriality.

⁴³ Creates meaningful and compelling story chunks and then disperses the full story across multiple installments. The cliff-hanger represents an archetypical moment of rupture where one text ends and closure where one text bleeds into the next, creating a strong enigma which drives the reader to continue to consume the story even though our satisfaction has been deferred while we await the next installment.

⁴⁴ Subjectivity.

interpretativo e emocional para que possam experimentar a narrativa na qual estão interagindo”.⁴⁵

Kennedy (2019, n.p.) afirma que essa prática “[...] permite uma subjetividade diferente e um modo alternativo de engajamento”.⁴⁶ Quando o consumidor consegue enxergar novas possibilidades de interpretação ou projeções narrativas a respeito do produto, essa forma de engajamento permite que o consumidor se envolva de forma mais participativa com o universo narrativo.

3.1.10 Realização⁴⁷

Para Freeman e Gambarato (2019, n.p.), “[...] as práticas da transmidialidade são um cuidadoso equilíbrio entre criatividade e estratégia, ecoando a ideia já citada de que é essencialmente uma mistura de conteúdo e promoção, ficção e não ficção, comércio e democratização, experiência e participação”.⁴⁸

O último elemento descrito por Scolari (2013) é a realização, que pode ser considerado o resultado desse equilíbrio, quando o envolvimento dos fãs em participar e compartilhar os conteúdos se torna peça relevante na composição transmídia, ações que estão além do controle de quem detém o direito da macro-história.

Os elementos transmídia apresentados neste capítulo são descrições teóricas de possíveis práticas a serem observadas e analisadas. A partir deles, delimitaremos a seguir uma área do Universo Cinemático da *Marvel* para que possamos observar e analisar a presença desses elementos.

⁴⁵ “[...] users (readers/viewers/players) need to perform interpretive and emotional work in order to aesthetically experience the narrative they interact with”.

⁴⁶ “[...] allowing for a different subjectivity and an alternate mode of engagement”.

⁴⁷ Performance.

⁴⁸ “[...] the practices of transmediality as a careful balance between creativity and strategy, echoing aforementioned ideas that it is essentially a blend of content and promotion, fiction and non-fiction, commerce and democratization, experience and participation”.

CAP 4

METODOLOGIA



4 METODOLOGIA

4.1 RELEVÂNCIA DE PERSONAGENS NAS FRANQUIAS TRANSMÍDIA

Elementos conectores entre os diversos títulos de um universo transmídia são determinantes para que a transmidialidade realmente aconteça. Apesar da aplicação do transmídia ser considerada a capacidade que um título possui de existir sozinho, de forma independente dos demais, a sua capacidade de se conectar com outros títulos também é determinante.

Na história da produção de entretenimento, objetivamente quando recortado o entretenimento ficcional, a personagem e sua construção sempre tiveram destaque como elemento de retenção do público. Personagens de livros transportam seus leitores de um título a outro, atuando como mediadores entre leitor e narrativa. No universo audiovisual, produções seriadas – sejam em plataformas tradicionais como a TV, sejam em sistemas de distribuição mais recentes como *Netflix* –, têm obtido cada vez mais audiência através de personagens permanentes que criam pontes para a construção da narrativa.

Entre os elementos que podem ser considerados conectores transmídia, a personagem é notadamente relevante para a construção de um universo. Porém, para Rosenfeld (1968, n.p.), “é a personagem que com mais nitidez torna patente a ficção, e através dela a camada imaginária se adensa e se cristaliza”.

Buscamos delimitar a análise de como esse universo se interconecta através de um dos elementos narrativos mais tradicionais e marcantes em qualquer produção ficcional: a personagem.

4.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Tendo como objetivo, identificar quais personagens seriam mais relevantes e como contribuem para a análise da transmidialidade presente no Universo Cinemático da *Marvel*, optou-se por utilizar a análise de conteúdo como método de investigação. Bardin (2016, p. 37) afirma que “análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. Junior (2005), por sua vez, reúne um “roteiro” de organização, exploração e interpretação do material que oferecem, segundo o autor, o diferencial da análise de conteúdo enquanto método de pesquisa em comunicação à sistematicidade e à confiabilidade. Abaixo, adaptamos esse roteiro ao nosso objeto de estudo:

1. O que analisar

Primariamente são analisados os índices de participações de personagens nos vários títulos do UCM. Posteriormente, analisam-se as comunicações e representações linguísticas das personagens identificadas e suas contribuições transmidiáticas ao UCM.

2. Constituição do corpus

- a) Exaustividade: todas as personagens estão listadas no corpus inicial da pesquisa.
- b) Representatividade: representa o universo completo.
- c) Homogeneidade: todos têm a mesma fonte e são personagens do UCM.
- d) Pertinência: Identificar as personagens transmidiáticas e suas contribuições ao UCM é o objetivo da pesquisa.

3. Codificação

A codificação é baseada nos títulos e plataformas em que cada personagem participa. Cada unidade de registro representa uma personagem e cada unidade

de contexto representa título/plataforma onde cada personagem está inserida.

As Regras de enumeração são quantificadas com base na frequência de participações em diferentes títulos. Na prática, a codificação foi feita em planilha do *Google Sheets*. O processo está descrito no item “3.4. Coleta e tratamento de dados”.

4. Categorização

Os processos de categorização também seguem as orientações de Bardin (2016) e Junior (2005):

- a) Exclusão mútua: Número de plataformas
- b) Homogeneidade: Personagens, número de plataformas
- c) Pertinência: relevância da personagem em diferentes plataformas
- d) Objetividade e fidelidade: codificação da pesquisa.
- e) Produtividade: permite analisar uma parte relevante do universo de personagens.

5. Inferências

Por fim, após a identificação dos índices através das etapas anteriores, é aplicada a técnica de inferência a partir das bases descritas no capítulo dois, analisando as personagens identificadas a partir dos elementos ali descritos. As análises de cada personagem são apresentadas no capítulo quatro.

4.3 RECORTE DA ANÁLISE

A partir do objetivo de definir quais personagens ofereceriam maior relevância ao estudo transmidiático proposto, procuramos identificar quais seriam os papéis com mais aderência ao universo ficcional em questão. De forma empírica, a hipótese inicial

seria uma análise da presença dos heróis que integram primariamente o grupo de Vingadores originais, presentes nos principais filmes da franquia até o momento: “*Vingadores 1*”, “*2*” e “*3*”, o grupo de Vingadores é composto dos seguintes personagens, considerados os protagonistas do UCM: Homem de Ferro, Capitão América, Hulk, Thor e Viúva Negra. Porém, com o objetivo de validar essa hipótese, buscamos listar os personagens presentes em todos os títulos que compõem o UCM e seus índices de participação em diferentes títulos.

O primeiro passo consistiu em identificar quais produções seriam consideradas para o estudo. O site oficial (“*Explore the Marvel Universe | Marvel*”) apresenta em páginas separadas os filmes e séries. Para essa análise, foram considerados apenas os títulos exibidos entre 2008 e 2018, e incluídos os cinco curtas-metragens que são oferecidos como extras nos *Blue Ray’s* dos longas-metragens e distribuídos digitalmente, totalizando 36 títulos.

Tabela 3: Títulos componentes do UCM e número de personagens creditados.

Título	Ano	Plataforma	Personagens
Homem de Ferro	2008	Cinema	96
Hulk	2008	Cinema	102
Homem de Ferro 2	2010	Cinema	138
Thor	2011	Cinema	92
Capitão América	2011	Cinema	159
O Consultor	2011	Curta	5
Uma Coisa Engraçada Aconteceu no Caminho para o Martelo de Thor	2011	Curta	4
Vingadores	2012	Cinema	142
Item 47	2012	Curta	5
Homem de Ferro 3	2013	Cinema	264
Thor 2	2013	Cinema	97

Agentes da SHIELD	2013	TV	699
Agente Carter	2013	Curta	17
Capitão América 2	2014	Cinema	248
Guardiões da Galáxia	2014	Cinema	130
Todos Saúdem o Rei	2014	Curta	16
Vingadores 2	2015	Cinema	152
Homem Formiga	2015	Cinema	176
Demolidor	2015	Web	350
Jessica Jones	2015	Web	337
Agente Carter	2015	TV	183
Capitão América 3	2016	Cinema	196
Doutor Estranho	2016	Cinema	76
Luke Cage	2016	Web	373
Homem Aranha	2017	Cinema	145
Guardiões da Galáxia 2	2017	Cinema	84
Thor 3	2017	Cinema	121
Defensores	2017	Web	64
Punho de Ferro	2017	Web	167
Justiceiro	2017	Web	107
Fugitivos	2017	Web	96
Inumanos	2017	TV	75
Vingadores 3	2018	Cinema	111
Pantera Negra	2018	Cinema	144
Homem Formiga 2	2018	Cinema	184
Manto e Adaga	2018	Web	116

Fonte: Elaboração dos autores (*"Marvel Cinematic Universe - Rotten Tomatoes"*).

4.4 COLETA E TRATAMENTO DE DADOS

Identificados os títulos para análise, foi criada uma base de dados em uma planilha do *Google* com os atores e personagens de cada um dos títulos indicados como parte do UCM. Para realizar esse levantamento, utilizamos o “*IMDb - Internet Movie Database*”, considerado um dos principais repositórios de informações sobre produções audiovisuais em todo o mundo, especialmente na indústria de entretenimento. A plataforma é utilizada como um portfólio para técnicos, atores, produtores e diretores e adotada por profissionais do segmento e seus agentes para cadastrar suas participações em projetos .

Utilizando as informações contidas nesse repositório, após utilização de fórmula de eliminação de itens duplicados, das 5.468 personagens iniciais, foram listadas 4.795 personagens únicas, incluídas em referência a cada uma delas e em quais títulos eram creditadas com participações. Assim, através da aplicação de fórmula de soma, foi possível identificar quais personagens são recorrentes nos títulos integrantes da franquia que formam o *corpus* desta análise. A planilha base para essa análise está disponível digitalmente.

. A mesma contém as seguintes pastas de dados, que servem como base para o método de pesquisa aplicado:

1. Títulos_UCM: Contém os títulos do UCM utilizados no recorte aplicado, seu ano e plataforma de divulgação.
2. Personagens: Lista completa de todas as personagens creditadas em cada um dos títulos que compõem o corpus da pesquisa.
3. Personagens_Sem Duplicados: Lista tratada dos atores, em que foram eliminados os nomes que apareciam mais de uma vez, representando, assim, uma lista unificada dos atores.
4. Personagens_2ouMais: Lista contendo apenas atores que aparecem em dois ou mais títulos.
5. Personagens_3ouMais: Lista contendo apenas atores que aparecem em três ou mais títulos.

6. Personagens_3ouMais_Plataformas: Lista contendo apenas atores que aparecem em três ou mais títulos e classificados com o número de plataformas em que estão presentes.
7. Personagens_7ouMais_3Plataformas: Lista destacando apenas atores que aparecem em sete ou mais títulos e em pelo menos três plataformas diferentes.
8. Comparativo_Títulos: Apresenta cada título, número de atores, e atores que aparecem em três ou mais títulos diferentes.

Assim, chegamos aos seguintes números:

- 438 personagens estão presentes em dois ou mais títulos;
- 120 personagens estão presentes em três ou mais títulos;

Além da presença em diferentes títulos, muitos dos quais possuem o mesmo canal de entrega, Parody (2011, p. 110) afirma que “talvez a mais comum e importante forma de multiplicidade na representação de franquias de personagens é o fato de que por definição, a personagem na franquia transmídia é articulada em múltiplos meios.”⁴⁹ Por isso, definimos que as personagens a serem analisadas deveriam estar presentes em ao menos três canais de entrega diferentes.

4.5 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS IDENTIFICADOS

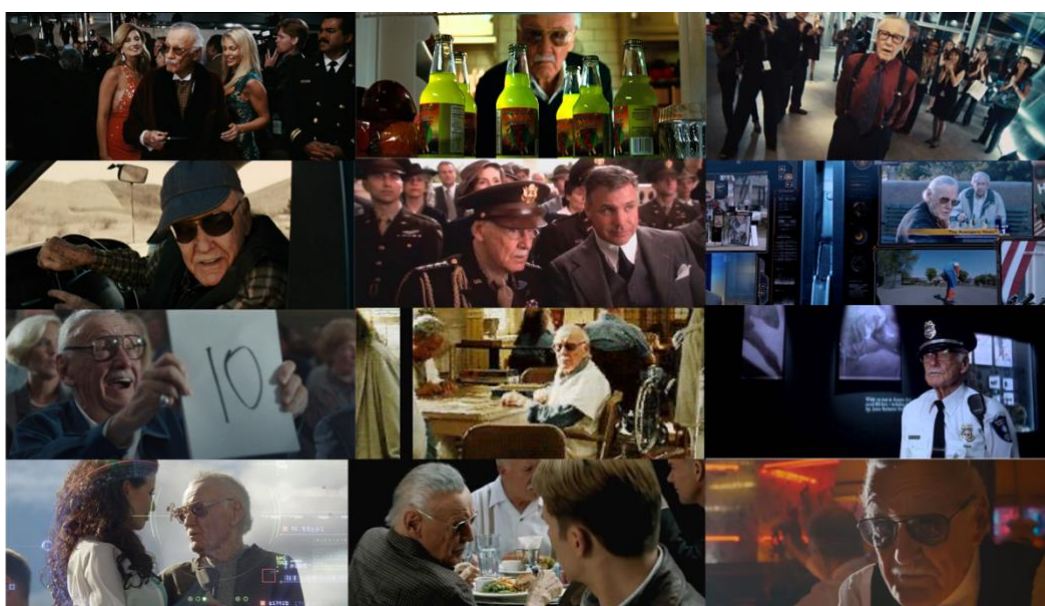
Considerando as definições e recortes apresentados acima, das personagens recorrentes, destacam-se os que estão presentes em três canais de distribuição diferentes: *Phil Coulson*, representado por Clark Gregg e *Peggy Carter*, representada por Hayley Atwell, que funcionam como ponto de entrada do UCM para os curtas-metragens e séries de TV. Por esse motivo, foram eleitos, para fins deste estudo, como os principais elementos transmidiáticos no âmbito narrativo dos papéis ficcionais

⁴⁹ “Perhaps the most common and important form of multiplicity in the representation of franchise characters, of course, is the fact that by definition, the transmedia franchise character is articulated in multiple media.”

do UCM, demonstrando que as narrativas transmídia são dependentes de diferentes elementos para sua constituição, incluindo personagens coadjuvantes.

Além das duas personagens multiplataforma citadas acima, em uma inversão da transmidialidade da personagem, Stan Lee, um dos fundadores da Marvel, aparece em 23 títulos da franquia, não como um personagem recorrente, mas atuando em diferentes papéis, sendo reconhecido instantaneamente por fãs do UCM (*Indie Wire, 2018*). Suas aparições são aguardadas em cada novo lançamento e surgem como elemento surpresa em cada título. A conexão entre o universo ficcional e o real, definida por Scolari (2013) como extractibilidade, pode ser reconhecida pela emblemática presença de um senhor de bigode e cabelos brancos.

Figura 7: Cameos Stan Lee na UCM.



Fonte: Montagem - Elaboração da autora.

Stan Lee foi um dos fundadores da *Marvel* e é amplamente reconhecido por suas participações como ator em diversos títulos que compõem o UCM, tendo participado de todos os longas-metragens e da maioria das séries, tanto de televisão,

como de streaming, totalizando 23 *cameos*⁵⁰. Do ponto de vista popular, Lee poderia ser considerado o personagem mais transmidiático da franquia.

Apesar de não ser considerado efetivamente um personagem, já que sua participação em cada um dos títulos tem características diferentes, uma teoria popular entre os fãs afirma que seu personagem e seus diferentes papéis são, na verdade, apenas um: ele representaria Uatu, um *watcher*, que dentro do UCM é uma espécie extraterrestre que observa grandes eventos universais.

As participações de Lee também funcionam como elementos transmidiáticos. Oferece extractibilidade, pois conecta aspectos da realidade com a narrativa ficcional quando inclui o fundador da *Marvel* na maioria de seus títulos e permite a construção de mundo através da teoria dos fãs de que ele, na realidade, é um *watcher*. Além disso, contribui de forma expressiva para a realização, sendo largamente discutido, especulado e compartilhado por fãs da franquia.

Por esses motivos, incluímos Lee como uma menção à parte da análise principal das personagens. Apesar de se enquadrar em características semelhantes, torna-se diferente por ser uma figura real, que através da narrativa é transformada e transportada para o universo ficcional.

O capítulo seguinte é dedicado a analisar as personagens identificadas Phil Coulson e Peggy Carter, sob a ótica dos dez elementos base para a transmidialidade apresentados no capítulo dois e de qual maneira a aplicação desses elementos contribuem para a formação da narrativa transmídia.

⁵⁰ Uma breve aparição de uma pessoa conhecida em uma obra. Normalmente sem nome ou aparecendo como a si mesmo.

ANÁLISE DAS PERSONAGENS

CAP 5

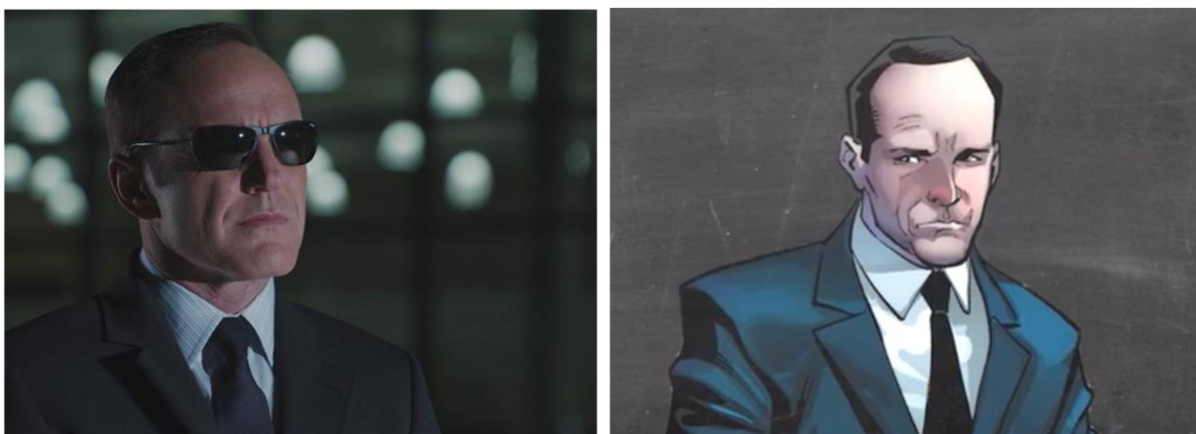


5 ANÁLISE DAS PERSONAGENS

As personagens serão apresentadas nesse capítulo e, na sequência, a análise será realizada a partir das participações, relações e contextos das personagens identificadas nos títulos componentes do UCM.

5.1 PHIL COULSON – CLARK GREGG

Figura 8: Phil Coulson nos cinemas x quadrinhos.



Fonte: Marvel.com.

Na figura 8, podemos ver à esquerda Phil Coulson como protagonista da série Agentes da SHIELD (2013), e à direita, sua representação nos quadrinhos, surgindo pela primeira vez em Nick Fury, Agent of SHIELD (1968).

Phil Coulson é interpretado pelo ator Clark Gregg no UCM. O personagem é uma das principais representações dos agentes da SHIELD (Strategic Homeland Intervention, Enforcement and Logistics Division), a agência responsável pela iniciativa Vingadores, sendo que Coulson é considerado um vice-diretor da agência,

e é um dos agentes diretamente envolvidos no recrutamento dos principais heróis. Ele se torna amigo de diversos personagens principais e figura inspiradora de algumas narrativas.

O personagem é originário dos quadrinhos como parte da SHIELD, uma das principais instituições representadas tanto no universo dos quadrinhos, como no cinemático, que serve de pano fundo para diversas ações narradas em ambos os universos, a SHIELD. Scott (2017, p. 1045) afirma que “Coulson é notavelmente o único personagem a aparecer em todos os canais de distribuição canônicos da franquia”⁵¹ e que a personagem “é a cola ficcional que inicialmente une o UCM, se movendo de texto a texto”⁵².

Nos quadrinhos, uma das características que é transferida para o personagem no universo cinemático é a fascinação por super-heróis. Esse encantamento se transforma em um desejo de defender os valores que esses heróis representam. Scott (Op. Cit., 2017) defende que o perfil representado por Coulson é o do fã da franquia *Marvel*, alguém que não tem superpoderes, mas que está imerso nesse universo.

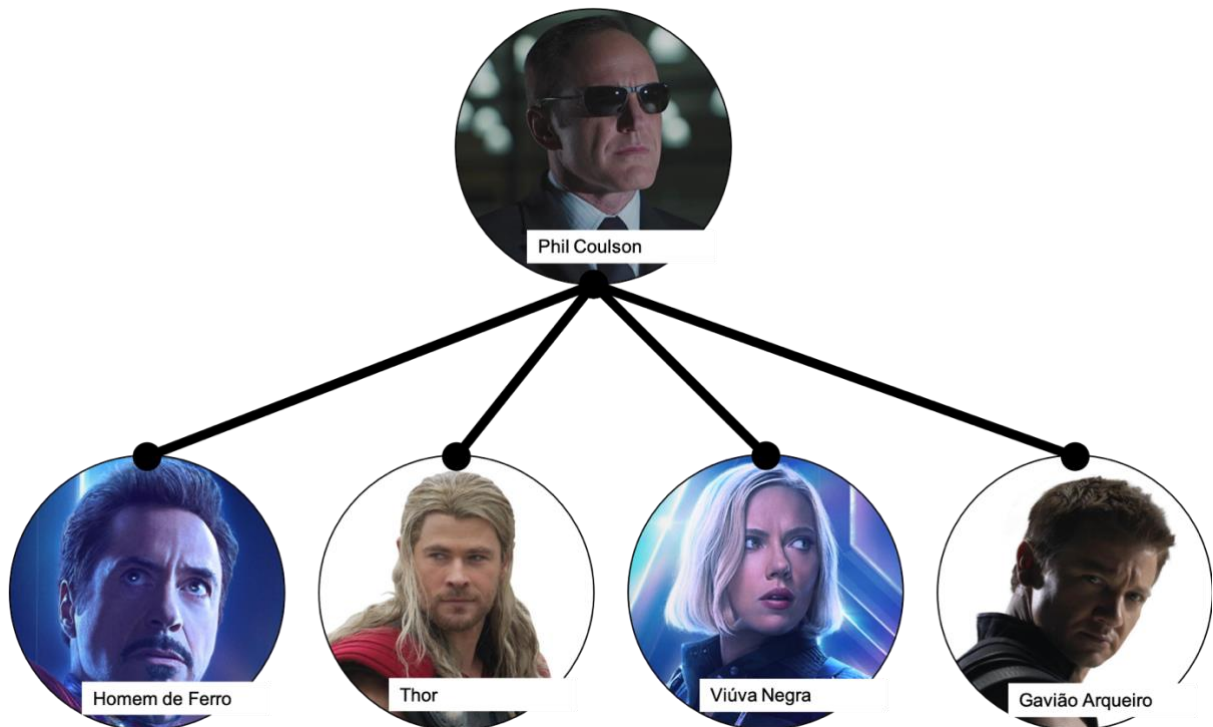
Além dos filmes, o agente Coulson surge como protagonista de alguns curtas que foram lançados como extras, que acrescentam detalhes entre as narrativas dos filmes. A partir de 2011, o UCM introduz curtas-metragens que funcionam como preenchimento dos espaços deixados entre um longa-metragem e outro, onde o agente surge como um dos personagens principais nas produções lançadas em 2011. Esses curtas-metragens servem como ferramenta de expansão através de sua distribuição digital permitindo “práticas virais nas redes sociais, aumentando dessa maneira o capital simbólico e econômico do relato” (SCOLARI, 2013, p. 39).

Em 2013, o UCM introduz um novo canal de distribuição à sua narrativa, a série de TV *Agentes da SHIELD*, funcionando como continuidade do universo da *Marvel*. O personagem que faz o aporte inicial e conecta as diferentes plataformas é o agente Phil Coulson. A série e sua narrativa são decorrentes dos eventos introduzidos através dos longas-metragens. Coulson ressurge, forma um novo grupo de agentes e passa a atuar em casos ao redor do mundo, e posteriormente passa a trabalhar como diretor da SHIELD. Atualmente em sua sexta temporada, a série continua em exibição.

⁵¹ Coulson is notably the only character to appear across all of the transmedia franchise’s canonical delivery channels.

⁵² is the fictive glue that initially bound the MCU together, moving from text to text.

Figura 9: Conexões de Phil Coulson com heróis Vingadores.



Fonte: Elaboração da autora.

Em suas aparições iniciais nos longas-metragens de 2008 a 2011, o agente tem papel secundário dos primeiros títulos da franquia, surgindo no primeiro filme do UCM, “Homem de Ferro” (2008), no qual o agente interage com a personagem principal, Tony Stark, tentando extrair informações. Em “Homem de Ferro 2” (2010), o agente Coulson tem como tarefa vigiar Tony Stark (Homem de Ferro) até que é relocado para outra missão. Essa tarefa fica clara nas cenas pós-créditos de “Homem de Ferro 2” e em “Thor” (2011), em que ele deve investigar o aparecimento do martelo de Thor, servindo como intermediário entre este e a SHIELD. Em “Vingadores” (2012), ele é ferido por Loki, e dado como morto, o que acaba servindo como fator motivacional para o grupo de heróis. Além disso, sua conexão é direta com a Viúva Negra e Gavião Arqueiros, ambos também são agentes da SHIELD que trabalham em parceria com Coulson.

As relações estabelecidas entre o personagem de Phil Coulson e os heróis protagonistas, componentes dos Vingadores, demonstram a importância de Coulson como conector entre personagens que inicialmente não são relacionados. Os

protagonistas são normalmente introduzidos na narrativa do UCM através de longas-metragens nominais, que funcionam como “histórias de origem”. O agente Coulson é um recrutador que passa a unir essas personagens em torno de uma iniciativa central e desdobra essas narrativas através de outras plataformas.

7 Produções:

- “Homem de Ferro” – Longa-Metragem (2008),
- “Homem de Ferro 2” – Longa-Metragem (2010),
- “Thor” – Longa-Metragem (2011),
- “Vingadores” – Longa-Metragem (2012),
- “O Consultor” – Curta-Metragem (2011),
- “Uma Coisa Engraçada Aconteceu no Caminho para o Martelo de Thor” – Curta-Metragem (2011).
- “Agentes da SHIELD” – Série de TV (2013),

5.2 PEGGY CARTER – HAYLEY ATWELL

Figura 10: Peggy Carter nos cinemas x quadrinhos.



Fonte: Marvel.com.

Na figura 10, vemos a personagem Peggy Carter, à esquerda no longa-metragem Capitão América (2011), e à direita em sua representação nos quadrinhos, originalmente em “*Captain America and the Falcon #162*” (1968).

A personagem também é parte do universo original dos quadrinhos. Surge no universo cinematográfico a partir do primeiro longa-metragem com foco no Capitão América (2011). Ela é uma agente britânica que trabalha para a SSR durante a Segunda Guerra Mundial. Uma de suas atribuições foi treinar diversos candidatos para o projeto de um super soldado que transformou Steve Rogers em Capitão América.

Eles desenvolvem um relacionamento afetivo e também uma parceira em diversas missões devido ao fato de ela ser uma agente militar formada com treinamento extensivo. Nos filmes subsequentes, a personagem aparece em *flashbacks*, alucinações de Steve Rogers, e em idade avançada, compatível com a época de “Capitão América 2” (2014). No filme Homem Formiga (2015), ela surge em uma reportagem dos anos 60.

O momento histórico em que essa personagem se localiza abre a possibilidade de agregar uma nova relação temporal ao universo, em razão de Peggy ser uma agente que atua na Segunda Guerra Mundial. A partir da introdução dessa personagem, o UCM passa a trabalhar com uma narrativa paralela no curta “Agente Carter”, lançado em 2013, e expande a trama com a série de TV homônima em 2015.

Além dos filmes, ela ganha um curta, “Agente Carter”, conteúdo extra no *Blu-ray* de “Homem de Ferro 3” (2013), e também participa de alguns episódios da série “Agentes da SHIELD” (2013), até que, em 2013, ganha sua própria série, também intitulada “Agente Carter”. A narrativa acontece no período pós-guerra, imediato ao fim de Capitão América (2011). A série tem enfoque no desenvolvimento profissional da agente, buscando uma narrativa que fortalece o espaço feminino. A personagem funciona como uma representante do movimento feminista e seus avanços em uma área de atuação e época com forte viés machista.

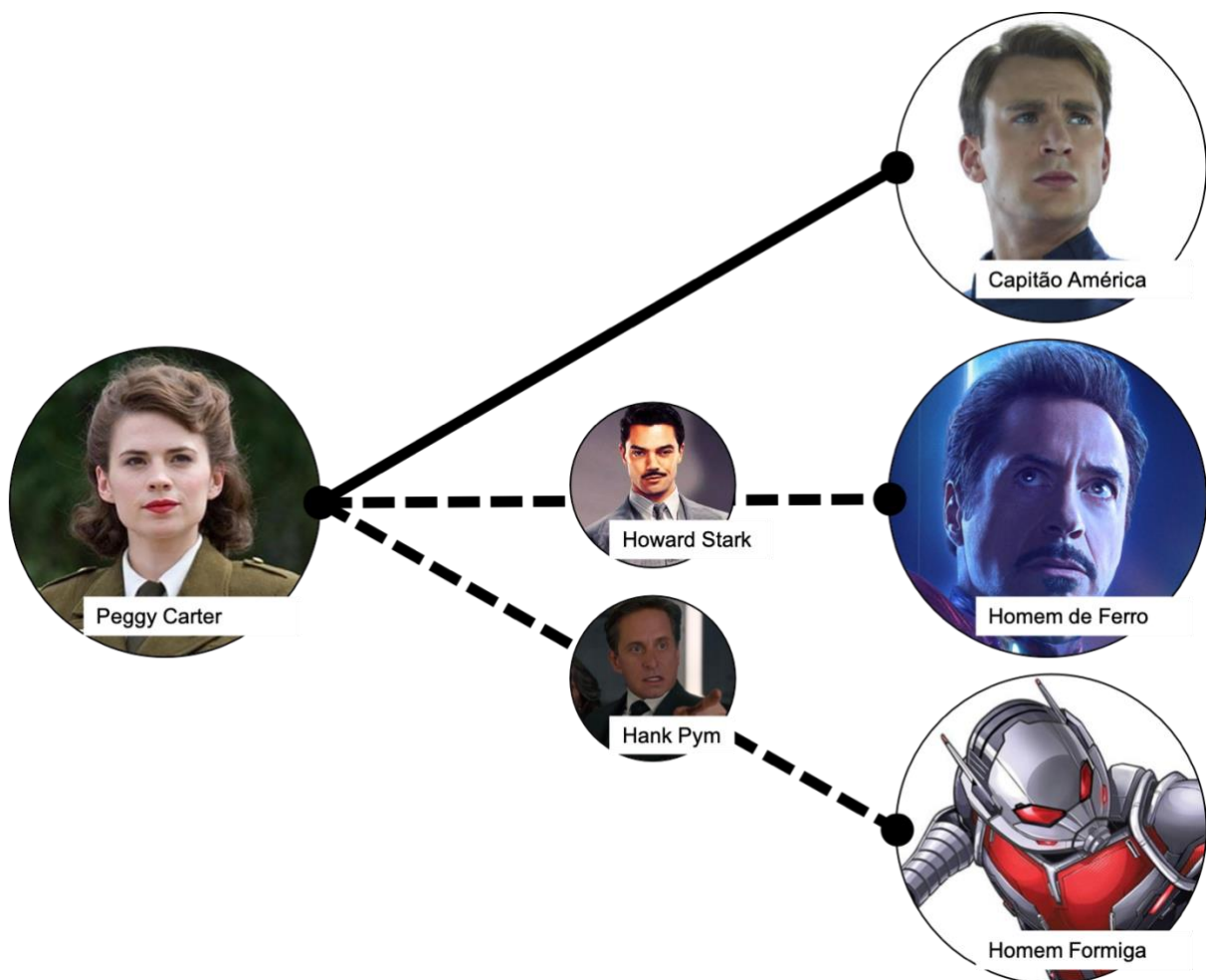
Uma conexão de grande relevância é a relação de Carter com Howard Stark, pai de Tony Stark, o Homem de Ferro. Essa relação funciona como uma janela para o passado de um dos principais vingadores, lançando bases que justificam iniciativas e comportamentos contemporâneos de Tony, enriquecendo, assim, não apenas a

narrativa específica da série de TV, mas contribuindo para a construção do personagem do Homem de Ferro.

O relacionamento com Stark também proporciona a conexão com Jarvis, que na série de TV é um humano, mordomo de Stark. Nos filmes, Tony Stark desenvolve um sistema de inteligência artificial, nomeado Jarvis em homenagem ao mordomo.

Peggy Carter também forma mais uma conexão indireta, que também permite um vislumbre do passado. A personagem também trabalha com Hank Pym, desenvolvedor da tecnologia do traje do Homem Formiga.

Figura 11: Conexões entre de Peggy Carter com heróis Vingadores.



Fonte: Elaboração da autora.

Assim como Coulson, descrito assim, Peggy Carter também estabelece relações interessantes com alguns dos super-heróis protagonistas. Mas ao contrário de Coulson, que é um agente recrutador, Carter funciona como uma historiadora, desvendando o passado das personagens através de conexões secundárias com seus precursores e familiares. Esses elementos conferem multiplicidade, complementando a narrativa principal e fortalecem a construção de mundo, agregando historicidade à narrativa principal enquanto mantém a consistência do universo criado.

Sete (07) Produções:

“Capitão América” – Longa-metragem (2011),

“Capitão América 2” – “Longa-metragem” (2014),

“Vingadores 2” – Longa-metragem (2015),

“Homem Formiga” – Longa-metragem (2015),

“Agente Carter” – Curta-metragem (2013).

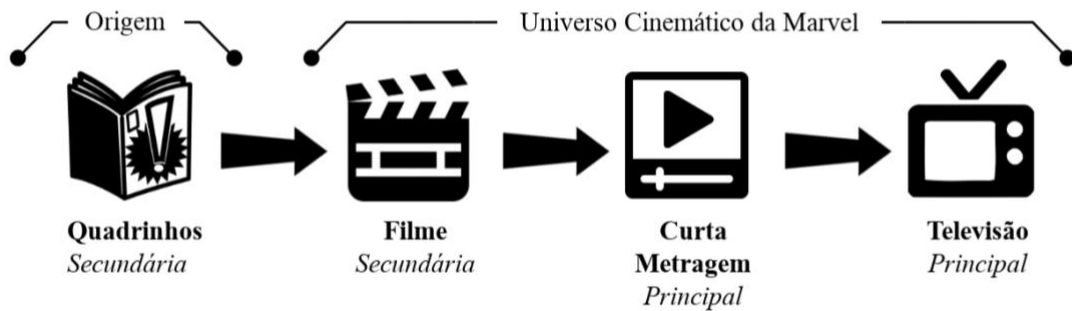
“Agentes da SHIELD” – Série de TV (2013),

“Agente Carter” – Série de TV (2015),

5.3 ELEMENTOS TRANSMÍDIA NAS PERSONAGENS

A partir dos elementos transmídia descritos no capítulo 3, a pesquisa buscou identificar e descrever as contribuições das personagens Phil Coulson e Peggy Carter para cada um dos elementos, construindo uma visão geral sobre como o UCM se desenvolve.

Figura 12: Fluxo das personagens analisadas no UCM



Fonte: Elaboração da autora.

Primariamente, podemos verificar que a trajetória das personagens identificadas é similar, originárias dos quadrinhos, com papéis secundários nos longas-metragens da franquia, tomando o protagonismo nos curtas-metragens e, por fim, conquistando mais espaço com suas próprias séries de televisão.

Esse fluxo entre as plataformas permite buscarmos e analisarmos os elementos transmidiáticos presentes através das personagens. A análise de cada elemento, com base nos conceitos de Jenkins (2009) e Scolari (2013), será apresentada a seguir.

5.3.1 Expansão

Expansão é descrita por Jenkins (2009) e Scolari (2013) como a capacidade que um elemento transmidiático tem em tornar o universo narrativo maior e mais complexo, oferecendo desdobramentos e possibilidades de ampliação.

O personagem Phil Coulson é o primeiro elemento de expansão do UCM. O curta-metragem “O Consultor” (2011) foi o primeiro canal de distribuição alternativo introduzido no universo. Além dos curtas, a expansão também acontece através de uma série de TV, a “Agentes da SHIELD” (2013). A agente Carter é introduzida a

seguir e segue o mesmo caminho transmidiático, figurando em curta-metragem e protagonizando uma série de televisão.

Figura 13: Logotipo Agents of SHIELD



Fonte: ABC.com.

Figura 14: Logotipo Agent Carter



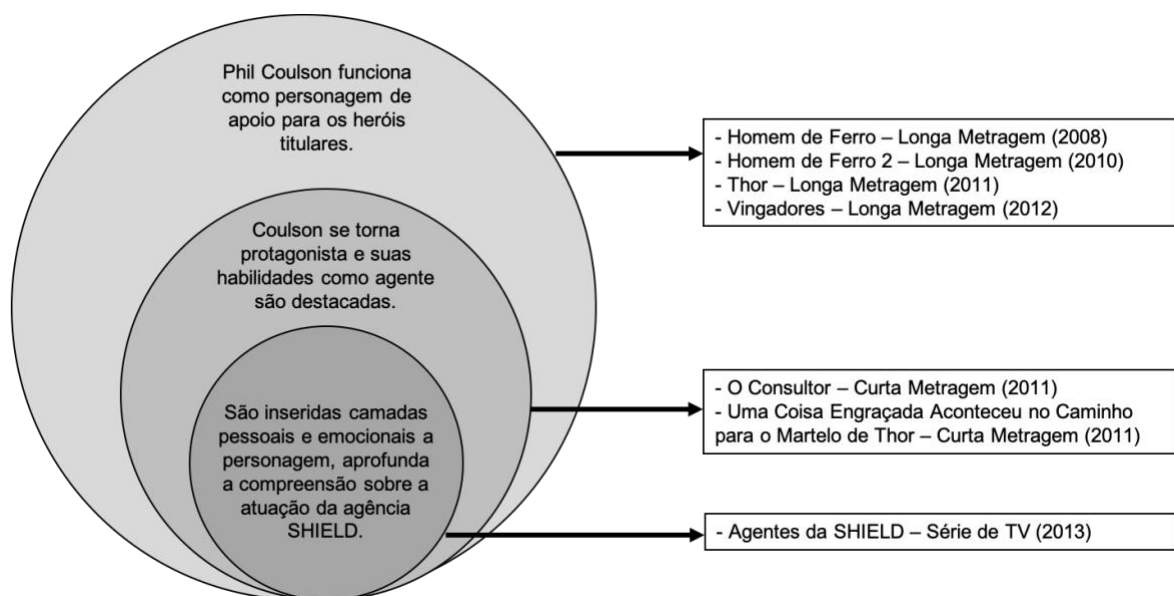
Fonte: ABC.com.

As séries de televisão “Agentes da SHIELD” e “Agente Carter” são grandes expansões do universo narrativo da *Marvel*. Através delas, as histórias desenvolvidas nos longas-metragens puderam se desdobrar em detalhes e ampliações que não puderam ser contempladas nos filmes. Enquanto os filmes totalizam 42,2 horas de duração, a soma das duas séries citadas acima oferece cerca de 94 horas de narrativa.

5.3.2 Profundidade

Para Jenkins (2009) e Scolari (2013), a profundidade consiste em oferecer novos níveis de percepção, tornando a narrativa mais complexa e com possibilidade de diferentes camadas de compreensão a depender do nível de engajamento do consumidor do texto. As personagens analisadas contribuem para enriquecer a narrativa principal.

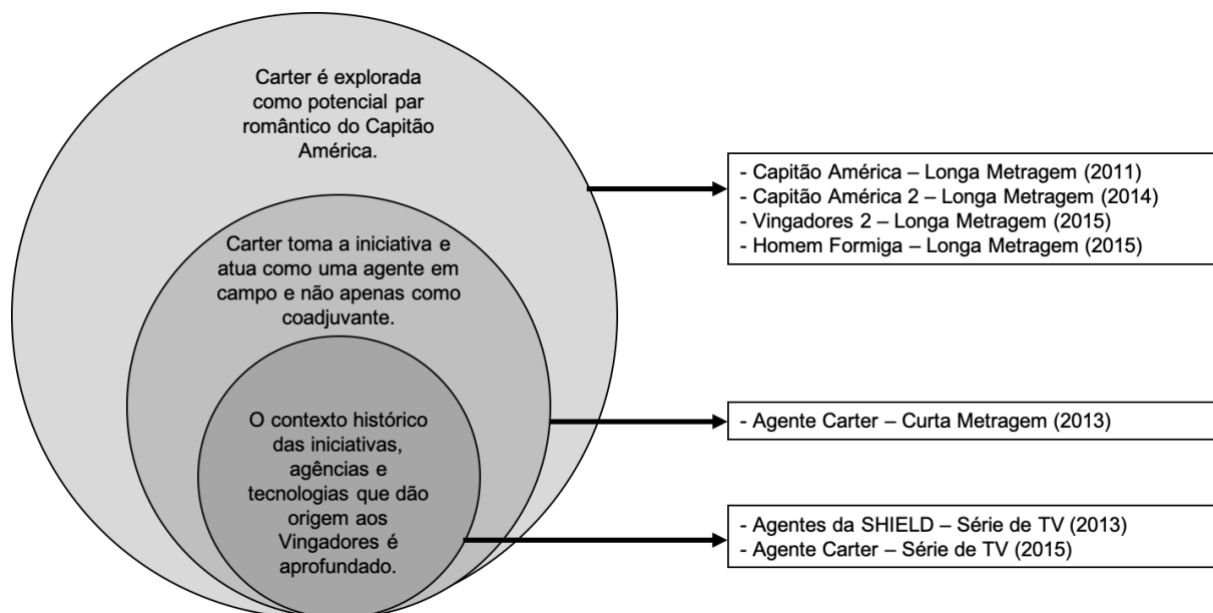
Figura 15: Camadas da personagem – Phil Coulson



Fonte: Elaboração da autora.

Também através dos dois curtas-metragens, dos quais faz parte, e da série de TV, a personagem oferece profundidade narrativa ao UCM. Os dois curtas-metragens apresentam novas perspectivas sobre eventos já introduzidos anteriormente. Já a série de TV permite o aprofundamento da percepção da SHIELD, a agência fundadora da iniciativa Vingadores e um elemento narrativo presente em todos os títulos do UCM.

Figura 16: Camadas da personagem – Peggy Carter



Fonte: Elaboração da autora.

Já Carter aprofunda detalhes apresentados principalmente em Capitão América, enriquecendo a narrativa canônica e possibilitando ao consumidor que segue esse caminho com uma compreensão maior de todo o universo. Inicialmente, a personagem é utilizada na narrativa apenas como par romântico do protagonista. Mas sua participação no curta, como agente, tem suas habilidades intelectuais e físicas apresentadas ao público com mais profundidade. Isso abre caminho para sua atuação na série de TV, que, por sua vez, oferece um vislumbre histórico sobre as

iniciativas, agências governamentais e tecnologias que são exploradas e desenvolvidas em todo o UCM como base para os Vingadores.

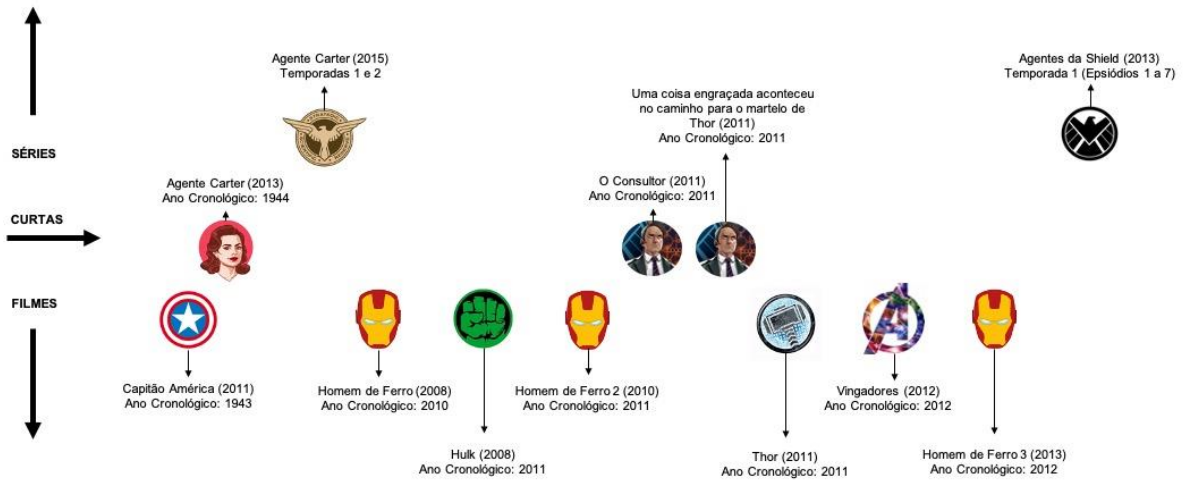
5.3.3 Continuidade

Continuidade é manter uma conexão narrativa entre diferentes produções e plataformas. A participação das personagens em diferentes títulos, transitando como coadjuvantes nos longas-metragens e como protagonistas nos curtas e nas séries funciona como elemento de continuidade narrativa.

No caso de Coulson, o enredo descrito no primeiro curta “O Consultor” (2011) é fruto de acontecimentos oriundos dos longas “Hulk” (2008) e “Thor” (2011), os quais oferecem base para acontecimentos em Capitão América (2011). A série “Agentes da SHIELD” (2013) é baseada e faz referência aos acontecimentos e personagens dos longas-metragens de toda a franquia.

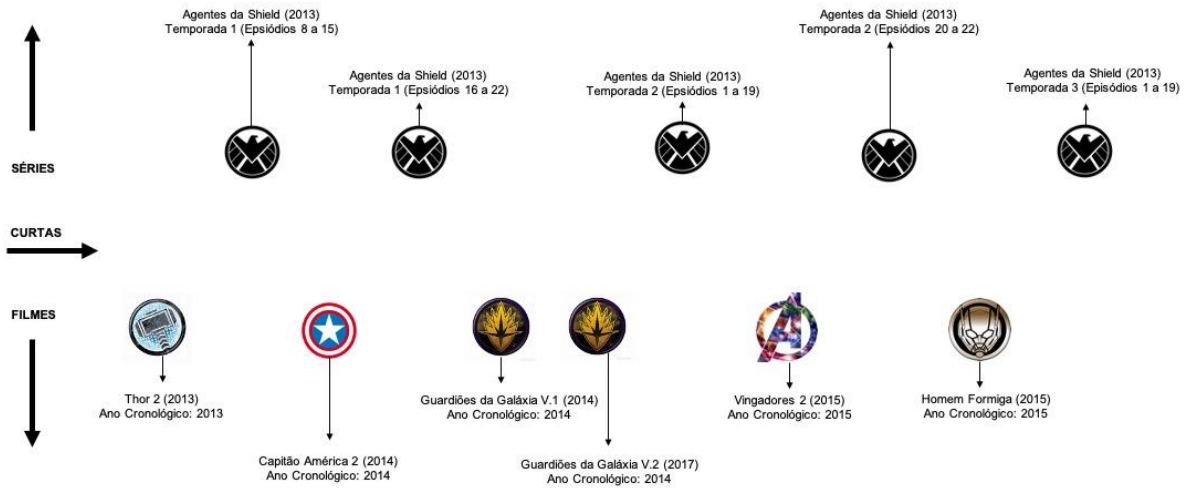
Carter possui conexão direta com Capitão América e indiretamente com Homem de Ferro, já que na série de televisão trabalha de forma próxima com o pai de Tony Stark. A série Agente Carter funciona como um *prequel* (produção que está temporalmente no passado de um texto principal) dos longas-metragens após o primeiro longa “Capitão América” (2011).

Figura 17: Linha do tempo da narrativa cronológica – Parte 1



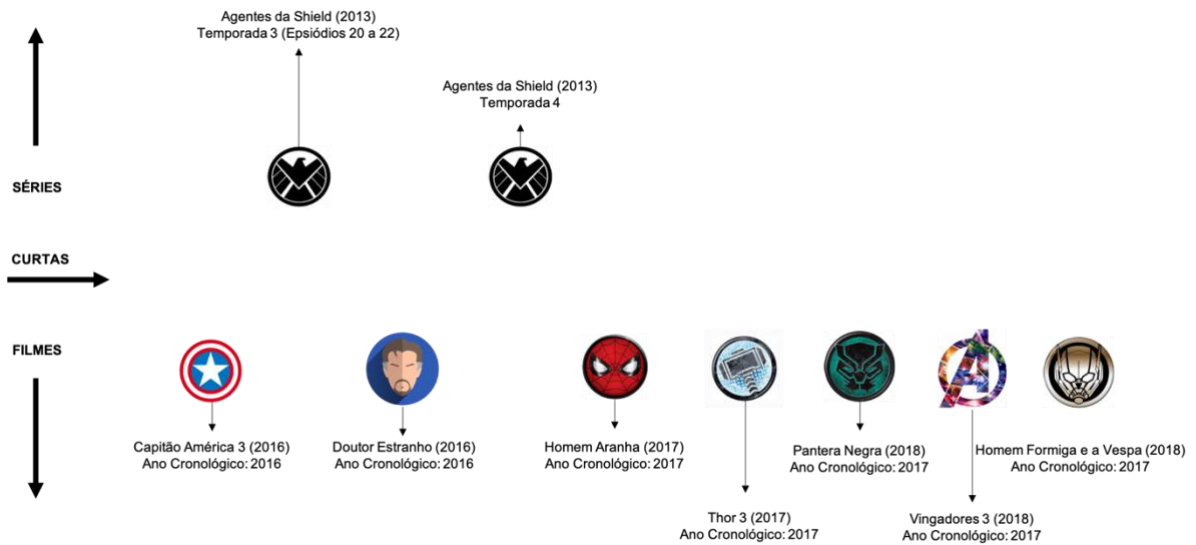
Fonte: Elaboração da autora.

Figura 18: Linha do tempo da narrativa cronológica – Parte 2



Fonte: Elaboração da autora.

Figura 19: Linha do tempo da narrativa cronológica – Parte 3



Fonte: Elaboração da autora.

Através da linha do tempo ilustrada acima, podemos perceber que o fluxo narrativo é intercalado entre as diferentes plataformas, apesar da essência da narrativa transmídia consistir na capacidade de um texto ser entendido mesmo que de forma independente dos demais. A continuidade aplicada no UCM permite aquilo que o consumidor deseja, mantenha uma relação constante, mesmo durante os longos intervalos entre os lançamentos dos longas-metragens.

5.3.4 Multiplicidade

Na conceituação de Jenkins (2009) e Scolari (2013), a principal característica da multiplicidade é a introdução de narrativas alternativas à principal, que não tomam os textos canônicos necessariamente como base.

Através da série de TV *Agentes da SHIELD*, essas narrativas se tornam possíveis. *Flashback's* (saltos na linha do tempo oficial que remetem a acontecimentos passados) e *flash-forward's* (saltos na linha do tempo oficial que mostram o que acontecerá no futuro) são explorados para multiplicar a narrativa canônica do UCM.

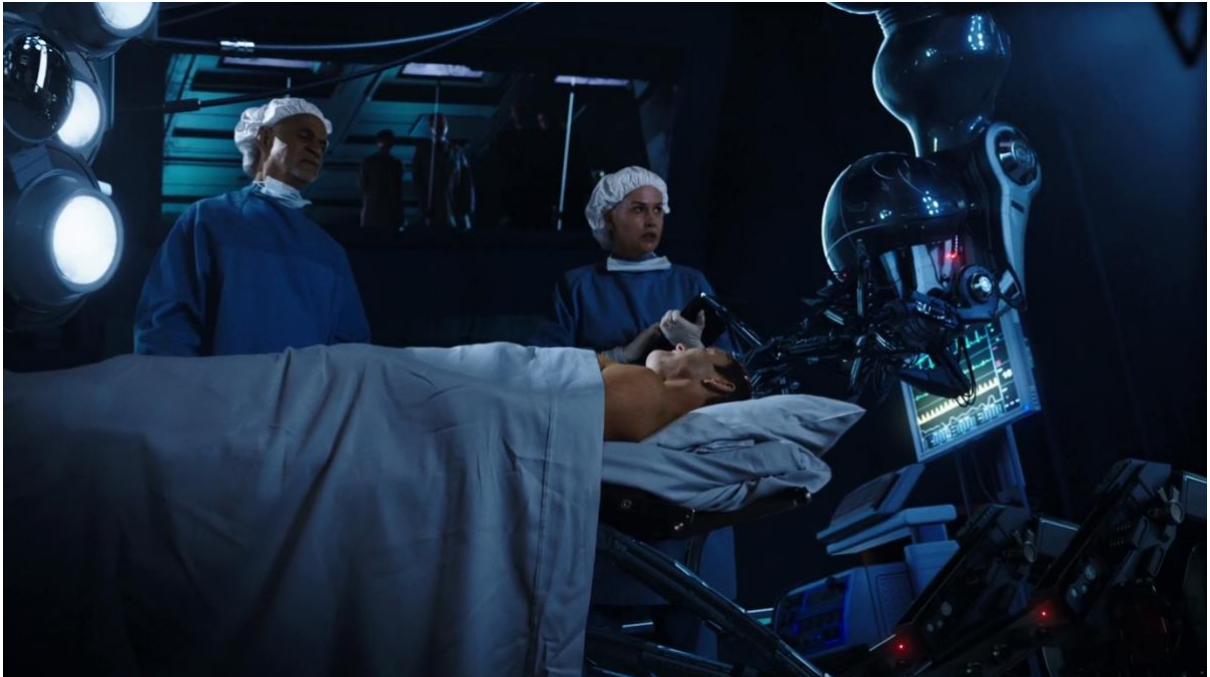
Além desses dispositivos narrativos, também é possível criar narrativas alternativas, eventos que resultam em um rumo diferente para a história sendo desenvolvida.

Figura 20: Morte de Coulson



Fonte: Vingadores (2012).

Figura 21: Coulson no projeto TAHITI



Fonte: Agents of SHIELD (2013).

Um exemplo conhecido entre os fãs da franquia é a morte de Phil Coulson em “Vingadores” (2012)⁵³. O agente é morto por Loki, vilão do título e irmão de Thor. Sua morte é significativa para a narrativa dos Vingadores, mas, em 2013, com o lançamento da série Agentes da SHIELD, o agente Coulson ressurgiu como líder da agência, e, por vários episódios, a sua “ressurreição” não é explicada até que a série apresenta o projeto TAHITI, que através de recursos tecnológicos é capaz de trazê-lo de volta à vida. Mas, para alguns fãs da franquia que se restringem apenas à narrativa dos longas-metragens, o agente permanece morto. Essa possibilidade de que linhas do tempo diferentes decorram paralelamente enriquece e potencializa a experiência personalizada do consumidor.

⁵³ Cena disponível no repositório de recursos digitais da dissertação
<<https://sites.google.com/view/convergenciaetransmidia>

5.3.5 Imersão

A experiência individual caracterizada pela imersão está presente através das inúmeras combinações de consumo da franquia que as personagens proporcionam. Um fã pode consumir apenas os longas-metragens e compreender perfeitamente a narrativa principal, mas a imersão oferece novas possibilidades, que podem ser personalizadas de acordo com as preferências do consumidor. Os curtas, as séries de TV e *streaming* permitem uma forma de consumo individualizada.

Essa possibilidade pode ser percebida ao analisarmos as figuras 17, 18 e 19, exposta no item “continuidade acima”; qualquer dos longas-metragens e séries podem ser consumidos isoladamente, ou em combinações personalizadas, de acordo com os interesses de cada consumidor.

O que as personagens Phil Coulson e Peggy Carter proporcionam é a criação de um vínculo entre diversos títulos, o que incentiva o consumidor a se envolver cada vez mais com os produtos da franquia.

5.3.6 Extractibilidade

A capacidade de um texto em ser transportado da ficção à realidade é descrita por Scolari (2013) como extractibilidade. Phil Coulson oferece esse elemento por suas características humanizadas. Scott (2017) afirma que seu perfil é próximo à comunidade de fãs do UCM em razão de exercer um papel de representatividade dentro da ficção.

Figura 22: Coulson como Fanboy



Fonte: Reddit – u/FaeryKnight.

A figura 22 acima é a produção de um fã, que representa Phil Coulson como fã do Capitão América. Essa representatividade também está presente dentro da narrativa, em “Vingadores” (2011). O agente tem contato direto com Steve Rogers (Capitão América) e enquanto participam juntos de uma missão, Coulson declara: “Eu tenho que dizer – é uma honra te conhecer oficialmente. Eu meio que já te conhecia, eu te assistia enquanto você dormia. Ou melhor, eu estava presente enquanto você estava inconsciente no gelo. Bem, é uma grande honra ter você conosco.”

Manifestações de apreciação aos heróis são marca registrada do agente, o que o tornou um tipo de representante da base de fãs da franquia.

Figura 23: Peggy Carter “Lute como uma garota”



Fonte: Pinterest (Karol Porfírio).

Ao representar as dificuldades e preconceitos enfrentados pelas mulheres em seu contexto histórico, Peggy Carter traz esse elemento ao UCM. Descrevendo Natasha Romanoff (Viúva Negra) e Peggy Carter, DeMarchi (2014) afirma que ambas se destacam por serem “mulheres decididas, em carreira militar, que tomam mais papéis proativos e ativamente desafiam comandos e autoridades.”⁵⁴

Os ideais feministas representados pela personagem permitem uma reconstrução do texto pelas consumidoras, que podem se identificar com as lutas enfrentadas.

⁵⁴ “driven military women who take on more pro-active roles than the other women and each actively defies a command”

5.3.7 Construção de mundos

A construção de mundo consiste em criar detalhes, elementos e personagens que compõem um universo ficcional. Ao consumir determinado produto da franquia, deve ficar claro que o aficionado faz parte do mesmo universo ficcional. Um evento marcante na narrativa do UCM é a Batalha de Nova York, que se passa no primeiro “Vingadores”. Essa batalha passa a ser um marco referencial em outros títulos que fazem parte do UCM. Outros longas-metragens, séries de TV e de *streaming* fazem referência ao evento, apesar de não o exibirem de forma direta em suas narrativas. Um evento como esse deixa claro para o consumidor que todos esses títulos têm relação espaço-tempo.

Phil Coulson é um dos elementos chave para a participação da agência SHIELD em todo o UCM. SHIELD poderia ser considerada uma linha conectora por si só. Coulson, porém, é uma representação física dessa agência que serve como base para o desenvolvimento da iniciativa “Vingadores”, que funciona como ferramenta de construção de mundo.

Peggy Carter ajuda construir o mundo representado no UCM ao empregar detalhes históricos relacionados à Segunda Guerra Mundial como ferramenta narrativa, que oferece detalhes passados sobre eventos que acontecem na *timeline* atual.

5.3.8 Serialidade

A serialidade é uma ferramenta constantemente utilizada que fragmenta a narrativa em porções menores entre o todo. Jenkins (2009) e Scolari (2013) consideram esse dispositivo um elemento essencial para construção transmídia.

Tabela 4: Séries derivadas das personagens transmídia

Série	Temporadas	Total de Episódios
Agentes da SHIELD	6*	123
Agente Carter	2	18

Fonte: Elaboração da autora.

Agentes da SHIELD se concentram nas missões e iniciativas da agência (Strategic Homeland Intervention, Enforcement, and Logistics Division). Após os eventos de “Capitão América 2” (2014), em que a organização é destruída, Phil Coulson é encarregado de reconstruí-la, se torna o novo diretor (em substituição a Nick Fury) e enfrenta diversos inimigos. Sua sequência de episódios acompanha, de forma paralela, os eventos que acontecem nos longas-metragens.

Já Agente Carter se passa em 1949. Com Peggy Carter, equilibra as demandas de sua vida pessoal e seu trabalho, que inclui atividades militares e uma parceria não-oficial com Howard Stark (pai de Tony Stark, o Homem de Ferro).

O papel transmidiático das séries se enquadra no elemento de serialidade apontado por Scolari (2013) já que os fragmentos de suas participações em diferentes títulos formam uma narrativa expandida do universo em construção através de novos textos – os episódios introduzidos nas séries de televisão.

5.3.9 Subjetividade

A subjetividade é a capacidade de oferecer ao leitor a reconstrução da narrativa sob sua própria perspectiva e releitura.

A subjetividade é promovida por ambas personagens através das novas perspectivas que surgem através dos mesmos acontecimentos ou períodos narrativos. Quando as personagens se expandem em novas plataformas, permitem que a narrativa possa ser explorada sob novos pontos de vista.

Uma busca no *Reddit*, uma das plataformas que dá mais vazão a essa prática, selecionou 287 posts quando usamos “coulson theory marvel” como termo de busca.

No caso de Carter, a mesma busca, com os termos “carter theory marvel” são 534 posts com teorias sobre a personagem.

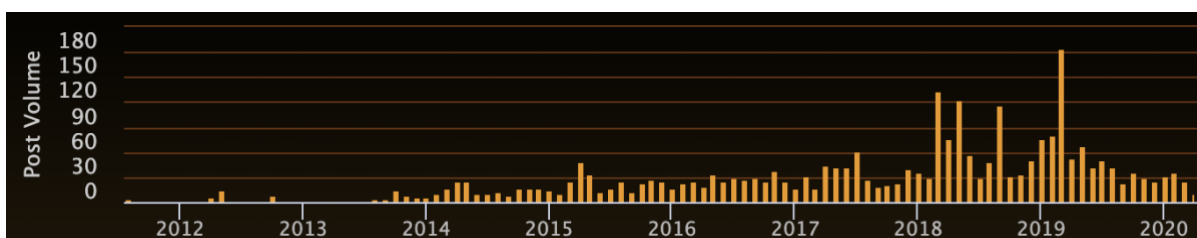
Uma teoria interessante exposta pelo usuário OutrageousAnimal no Reddit⁵⁵: Phil Coulson seria filho de Peggy Carter. A teoria apresenta sete argumentos, baseados em acontecimentos dos filmes e de ambas as séries. Vários fãs curtem e apoiam a teoria proposta, e buscam se apegar a todos os detalhes possíveis para que a teoria seja plausível, enquanto outros acreditam que a proposta é utópica e não condiz com o universo narrativo. Apesar dos diversos argumentos, a teoria nunca foi provada ou descartada dentro do UCM.

A subjetividade pode se apresentar de forma prática no desenvolvimento de teorias, os fãs passam a produzir seus próprios enredos a partir de suas interpretações da narrativa.

5.3.10 Realização

A realização deve ser compreendida como o resultado dos elementos descritos acima. O conjunto das percepções e possibilidades que esses elementos permitem a realização. Os consumidores são motivados para tomar parte ativa no desenvolvimento do universo narrativo sob a condição de se envolverem buscando influenciar decisões sobre a franquia, gerando conteúdo personalizado e criando narrativas alternativas. A realização se resume à efetividade da cultura participativa.

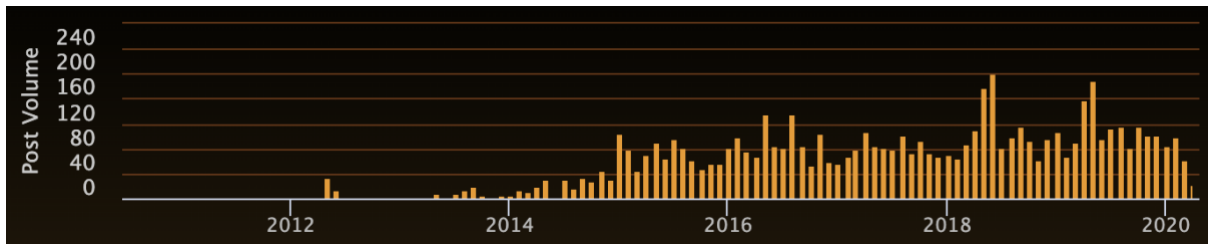
Figura 24: Volume de posts no Reddit com a busca “coulson marvel” – Total: 10.068



Fonte: REDDITSEARCH.IO (Internet).

⁵⁵ Reddit. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/ImaginaryMarvel/comments/c58yqr/fanboy_coulson_by_julie_dillon/> Acesso em: 5 abr. 2020.

Figura 25: Volume de posts no Reddit com a busca “carter marvel” – Total: 6.168



Fonte: REDDITSEARCH.IO (Internet).

O volume de posts relacionados às personagens citadas representa o envolvimento dos fãs. Essas publicações consistem em teorias sobre a narrativa, propostas de desfechos alternativos aos apresentados, releituras artísticas de elementos audiovisuais e gráficos relacionados à franquia, entre outras formas de participação que podemos classificar como a atuação de *producers*, conforme descrito por Bruns (2007). Os fãs exercem papéis de produtores e fazem de forma colaborativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um contexto de convergência, conforme descrito por Jenkins (2009), é possível perceber que a construção dos textos pode ser dependente de diferentes canais de entrega, criando um ambiente dialógico para construção dos enunciados. O UCM se apropria, portanto, de diferentes canais de entrega para construir um universo narrativo ficcional. Tendo sua origem nos quadrinhos, a narrativa é transportada para as telas através de filmes, séries de televisão e serviços de *streaming*, utilizando diversas ferramentas para que esse caminho seja trilhado pelo consumidor.

A presente investigação buscou expor os caminhos e princípios utilizados pela *Marvel* no que se refere ao ambiente transmidiático e na tentativa cada vez mais acertada de entender as técnicas transmídia. Entre os diversos elementos que a bibliografia existente apresenta como possíveis fatores de construção de uma narrativa transmídia, a personagem foi identificada como um dos principais objetos para a construção de um universo transmídia.

A criação desse universo oferece uma experiência com a narrativa que se mantém continuamente através de diversos canais. Além disso, as interconexões permitem que o fã participe ativamente das descobertas narrativas, em que cada canal, apesar de oferecer uma experiência de entretenimento nele mesmo, também contribui para uma macroexperiência que só será apreciada por aqueles envolvidos de forma transmidiática.

Destacamos como as personagens possuem papel central da construção transmidiática, servindo como pontos de entrada e saída através dos títulos da franquia, especialmente em momentos de mudança de plataforma, dirigindo o espectador através dos diversos caminhos e tramas narrativas criadas no UCM.

Em ambos os contextos das personagens analisadas, o fluxo de construção destas é o mesmo, o padrão de origem (quadrinhos), primeira participação (filme), introdução de uma nova plataforma (curta metragem com distribuição digital em que a personagem antes secundária passa a ser principal) e, posteriormente, a produção de uma série de televisão em que se tornam protagonistas.

A partir da análise dos elementos transmídia apresentados por Scolari (2013), foi possível identificar que as personagens analisadas (Phil Coulson e Peggy Carter) contribuem de forma significativa para que a transmídia aconteça no UCM. A contribuição acontece sob três perspectivas.

Primeiramente, acontece através de uma contribuição tecnológica. As personagens são transpostas para outros canais de distribuição e transitam entre diferentes plataformas. Funcionando como um guia multiplataforma da franquia, o consumidor pode trafegar entre os dispositivos de consumo (salas de cinema, televisores, computadores, *tablets* e *smartphones*) ao acompanhar a trajetória de uma ou das duas personagens analisadas.

A segunda contribuição é estritamente narrativa. As personagens enriquecem a narrativa principal do UCM. Quando são introduzidas como coadjuvantes no UCM, já funcionam como ferramenta narrativa para construção e detalhamento dos protagonistas – Phil Coulson como assistente dos heróis Vingadores e Peggy Carter como interesse romântico do Capitão América. Mas, ao serem exploradas de forma mais profunda nos curtas-metragens e séries de TV, o universo ficcional é exponencialmente ampliado ao oferecer novos desdobramentos e introduzir novas personagens associadas àqueles.

Por fim, as personagens oferecem uma contribuição dialógica entre ficção e consumidor. Ao funcionarem como elementos de conexão entre diferentes títulos da franquia, as personagens também operam como vínculo pessoal entre mensagem e sujeito. O fã pode “se ver através da mídia”, segundo proposto por Bolter e Grusin (1999).

Concluimos que é possível verificar como determinados elementos servem como base para que uma franquia transmídia possa ser bem-sucedida, mas reforçando o que Jenkins (2009) afirma: convergência e transmídia “acontecem nos consumidores” e não é fruto apenas de avanços tecnológicos. Os elementos que constroem as narrativas transmídia permanecem em constante transformação, acompanhando as mudanças socioculturais. Assim, a pesquisa deve permanentemente se atualizar, considerando as nuances contemporâneas a cada produção analisada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABC.COM. Disponível em: <<https://abc.com/shows/marvels-agent-carter>>. Acesso em: 8 abr. 2020.

ABC.COM. Disponível em: <<https://abc.com/shows/marvels-agents-of-shield>>. Acesso em: 8 abr. 2020.

ALL Time Worldwide Box Office Grosses. Disponível em: <<https://www.boxofficemojo.com/alltime/world/?pagenum=1&sort=wwgross&order=DESC&p=.htm>>. Acesso em: 28 out. 2018.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BERTETTI, P. **Transmedia Archaeology: Narrative Expansions across Media Before the Age of Convergence**. In: FREEMAN, M.; GAMBARATO, R. R. (Ed.). *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York: Routledge, 2019.

BITTENCOURT, M. C. A. **Convergência Midiática e Redes Digitais: modelo de análise para pesquisas em comunicação**. Curitiba: Appris, 2017.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. 1. ed. Cambridge: MIT Press, 1999.

BRUNS, A. **Prodsusage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation**. *Proceedings Creativity & Cognition*, v. 6, 2007.

CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

DANESI, M. **Dictionary of Media and Communications**. New York: M.E Sharpe, 2009.

DEMARCHI, Mary Louise. **Avenging women: an analysis of postfeminist female representation in the cinematic Marvel's Avengers series**. Dissertação - DePaul University - College of Liberal Arts & Social Sciences, Chicago, 2014.

ERLICH, D. Every Stan Lee Movie Cameo Ranked from Worst to Best | IndieWire. Disponível em: <<https://www.indiewire.com/2018/07/stan-lee-best-marvel-cameos-ranked-1201981621/>>. Acesso em: 9 nov. 2018.

EUROPEAN COMMISSION. **Green paper on the convergence of the telecommunications, media and information technology sector, and the implications for regulation**. 1997.

EXPLORE the Marvel Universe | Marvel. Disponível em: <<https://www.marvel.com/explore>>. Acesso em: 9 nov. 2018.

FLANAGAN, M.; MCKENNY, M.; LIVINGSTONE, A. **The marvel studios phenomenon - inside a transmedia universe**. 1. ed. New York: Bloomsbury, 2016.

FREEMAN, M.; GAMBARATO, R. R. **Transmedia Studies—Where Now?** In: FREEMAN, M.; RENIRA, G. R. (Ed.). *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York: Routledge, 2019.

GAMBARATO, R. R. **Transmedia Journalism: The Potencialities of Transmedia Dynamics in the News Coverage of Planned Events**. In: FREEMAN, M.; GAMBARATO, R. R. (Ed.). *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York: Routledge, 2019.

GROENE, S. L.; HETTINGER, V. E. Are you “fan” enough? The role of identity in media fandoms. **Psychology of Popular Media Culture**, v. 5, n. 4, p. 324–339, 2016.

HACKLIN, F.; MARXT, C.; FAHRNI, F. Coevolutionary cycles of convergence: An extrapolation from the ICT industry. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 76, n. 6, p. 723–736, 2009.

HAN, E. J.; SOHN, S. Y. Technological convergence in standards for information and communication technologies. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 106, p. 1–10, 2016.

IMDb - Internet Movie Database. Disponível em: <<https://www.imdb.com/pressroom/>>. Acesso em: 25 out. 2018.

ITZKOFF, D. 'Avengers,' the Most Lucrative Movie Franchise Ever, Is Wrapping Up. Why? **The New York Times**, 23 Apr. 2018. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2018/04/23/movies/avengers-infinity-war-disney-marvel.html>>. Acesso em: 11 nov. 2018.

JENKINS, H. **A Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H. Convergence? I Diverge. 2001. Disponível em: <<https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

JENKINS, H. Transmedia Storytelling 101. 2007. Disponível em: <http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html>. Acesso em: 23 mar. 2018.

JENKINS, H. Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. **MIT Technology Review**, 2003.

JOHNSON, D. Cinematic Destiny: Marvel Studios and the Trade Stories of Industrial Convergence. **Cinema Journal**, v. 52, n. 1, p. 1–24, 2012.

JUNIOR, W. C. de F. **Análise de Conteúdo**. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Ed.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

KENNEDY, H. W. Transmedia Games: Aesthetics and Politics of Profitable Play. In: FREEMAN, M.; GAMBARATO, R. R. (Ed.). *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York: Routledge, 2019.

KINDER, M. **Playing with Power in Movies, Television, and Video Games From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles**. Los Angeles: University of California Press, 1991.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 1. ed. São Paulo: 34, 1999.

MARVEL Cinematic Universe - Rotten Tomatoes. Disponível em: <https://www.rottentomatoes.com/franchise/marvel_cinematic_universe/>. Acesso em: 8 nov. 2018.

MARVEL Cinematic Universe Movies at the Box Office - Box Office Mojo. Disponível em: <<https://www.boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=avengers.htm>>. Acesso em: 28 out. 2018.

MARVEL.COM. Disponível em: < <https://www.marvel.com/characters/peggy-carter>>. Acesso em: 07 de março de 2020.

MARVEL.COM. Disponível em: < <https://www.marvel.com/characters/phil-coulson>>. Acesso em: 07 de março de 2020.

MCLUHAN, M. **Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem**. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

ONYANGO, R. A. Echoes of Pan Africanism in Black Panther. **The Journal of Pan African Studies**, Long Beach, v. 11, n. 9, p. 39–43, 2018.

PARODY, C. E. **A Theory of the Transmedia Franchise**. 2011. University of Liverpool, Liverpool, 2011.

PINTEREST Geek Trooper. <https://br.pinterest.com/pin/366550857171568743/>. Acesso em: 21 abr. 2020.

PINTEREST Karol Porfirio.
https://br.pinterest.com/pin/4433299610865425/?autologin=true&nic_v1=1a0fNP2bVz42Axbn0wRozJjS%2BPtB2Osx1mv5hQsrXyF%2F5WctNeYKiOi0HGpVCvPzGo. Acesso em: 21 abr. 2020.

PORTO-RENÓ, D.; VERSUTI, A. C.; MORAES-GONÇALVES, E. Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. **Palavra Chave**, Chía – Colombia, v. 14, n. 2, p. 201–215, 2011.

REDDIT u/OutrageousAnimal. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/Marvel/comments/3sl0dg/definitely_an_interesting_coulson_theory_do_you/>. Acesso em: 21 abr. 2020.

REDDIT, u/FaeryKnight. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/ImaginaryMarvel/comments/c58yqr/fanboy_coulson_by_julie_dillon/>. Acesso em: 8 abr. 2020.

REDDITSEEARCH.IO. Disponível em: <<http://redditsearch.io>>. Acesso em: 8 abr. 2020.

ROSENFELD, A. **Literatura e Personagem**. In: A Personagem de Ficção. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1968.

SANTAELLA, L. Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia. **Bakhtiniana**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 206–216, 2014.

SCOLARI, C. A. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. **International Journal of Communication**, Los Angeles, v. 3, p. 586–606, 2009.

SCOLARI, C. Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. **Austral Comunicación**, Pilar – Argentina, v. 2, n. 2, p. 247–249, 2013.

SCOTT, S. Modeling the Marvel Everyfan: Agent Coulson and/as Transmedia Fan Culture. **Palabra Clave - Revista de Comunicación**, Chía – Colombia, v. 20, n. 4, p. 1042–1072, 2017.

SHUTTERSTOCK.COM. Disponível em: < <https://www.shutterstock.com/pt/vectors>>. Acesso em: 07 de março de 2020

SIMS, D. The Game-Changing Success of Black Panther. **The Atlantic**, Boston, 20 Feb. 2018.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

THON, J.-N. **A narratological approach to transmedial storyworlds and transmedial universes**. In: FREEMAN, M.; RAMPAZZO GAMBARATO, R. (Ed.). *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. Kindle ed. New York: Routledge, 2019.

THORTHEWISECRACKER. This video took me 6 hours to make, I hope It was worth it. : [marvelstudios](https://www.reddit.com/r/marvelstudios/comments/aaqjrn/this_video_took_me_6_ho_urs_to_make_i_hope_it_was/). Disponível em: <https://www.reddit.com/r/marvelstudios/comments/aaqjrn/this_video_took_me_6_ho_urs_to_make_i_hope_it_was/>. Acesso em: 1 abr. 2019.

TOSCA, S.; KLASTRUP, L. An Experience Approach to Transmedia Fiction. In: FREEMAN, M.; GAMBARATO, R. R. (Ed.). *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York: Routledge, 2019.

WOLF, M. J. P. **Transmedial World-Building: history, conception, and construction**. In: FREEMAN, M.; GAMBARATO, R. R. (Ed.). *The Routledge Companion to Transmedia Studies*. New York: Routledge, 2019.

YEGAN_D2. A total of 7 nomination, and the first ever comic book movie to be nominated for best picture. Truly deserves it! (Art by BossLogic): marvelstudios. Disponível em: <https://www.reddit.com/r/marvelstudios/comments/ainpzi/a_total_of_7_nomination_and_the_first_ever_comic/>. Acesso em: 1 abr. 2019.

REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS

AGENTE Carter. Direção: Louis D'Esposito. Produção: Sarah E. Winter. Intérpretes: Hayley Atwell, James D'Arcy, Chad Michael Murray, Enver Gjokaj, Shea Whigham. Criada por Christopher Markus e Stephen McFeely. Estados Unidos: Marvel Studios, 2013.

AGENTE Carter. Direção: Louis D'Esposito. Produção: Sarah E. Winter. Intérpretes: Hayley Atwell, James D'Arcy, Chad Michael Murray, Enver Gjokaj, Shea Whigham. Autores: Christopher Markus e Stephen McFeely. Estados Unidos: ABC Studios e Marvel Television, 2015.

AGENTES da SHIELD. Direção: Joss Whedon. Produção: Garry A. Brown e Chris Chermie. Intérpretes: Clark Gregg, Ming-Na Wen, Brett Dalton, Chloe Bennet, Iain De Caestecker, Elizabeth Henstridge, Nick Blood, Adrianne Palicki, Henry Simmons, Luke Mitchell, John Hannah, Natalia Cordova-Buckley, Jeff Ward. Autores: Jed Whedon, Joss Whedon e Maurissa Tancharoen. Estados Unidos: ABC Studios, Mutant Enemy Television e Marvel Television, 2013.

ARTIGO 47. Direção: Louis D'Esposito. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Lizzy Caplan, Jesse Bradford, Maximiliano Hernández, Titus Welliver. Estados Unidos: Marvel Studios, 2012

CAPITÃO América 2. Direção: Antony Russo e Joe Russo. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Chris Evans, Scarlett Johansson, Sebastian Stan, Anthony Mackie, Cobie Smulders, Frank Grillo, Emily VanCamp, Hayley Atwell, Robert Redford, Samuel L. Jackson. Estados Unidos: Marvel Studios, 2014.

CAPITÃO América 3. Direção: Antony Russo e Joe Russo. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Chris Evans, Robert Downey Jr., Scarlett Johansson, Sebastian Stan, Anthony Mackie, Don Cheadle, Jeremy Renner, Chadwick Boseman, Paul Bettany, Elizabeth Olsen, Paul Rudd, Emily VanCamp, Tom Holland, Frank Grillo, William Hurt, Daniel Brühl. Estados Unidos: Marvel Studios, 2016.

CAPITÃO América: O primeiro vingador. Direção: Joe Johnston. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Chris Evans, Tommy Lee Jones, Hugo Weaving, Hayley Atwell, Sebastian Stan, Dominic Cooper, Neal McDonough, Derek Luke, Stanley Tucci. Estados Unidos: Marvel Studios, 2011.

DOUTOR Estranho. Direção: Scott Derrickson. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Benedict Cumberbatch, Chiwetel Ejiofor, Rachel McAdams, Benedict Wong, Michael Stuhlbarg, Benjamin Bratt, Scott Adkins, Mads Mikkelsen, Tilda Swinton. Estados Unidos: Marvel Studios, 2016.

GUARDIÕES da Galáxia 2. Direção: James Gunn. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Chris Pratt, Zoë Saldaña, Dave Batista, Vin Diesel, Bradley Cooper, Michael Rooker, Karen Gillan, Pom Klementieff, Elizabeth Debicki, Chris Sullivan, Sean Gunn, Sylvester Stallone, Kurt Russell. Estados Unidos: Marvel Studios, 2017.

GUARDIÕES da Galáxia. Direção: James Gunn. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Chris Pratt, Zoe Saldana, Dave Bautista, Vin Diesel, Bradley Cooper, Lee Pace, Michael Rooker, Karen Gillan, Djimon Hounsou, John C. Reilly, Glenn Close, Benicio del Toro. Estados Unidos: Marvel Studios, 2014.

HOMEM Aranha: de volta ao lar. Direção: Jon Watts. Produção: Kevin Feige e Amy Pascal. Intérpretes: Tom Holland, Michael Keaton, Jon Favreau, Gwyneth Paltrow, Zendaya, Donald Glover, Jacob Batalon, Laura Harrier, Tony Revolori, Bokeem Woodbine, Tyne Daly, Marisa Tomei, Robert Downey Jr. Estados Unidos: Columbia Pictures, Pascal Pictures e Marvel Studios, 2017.

HOMEM de Ferro 2. Direção: Shane Black. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Robert Downey Jr., Gwyneth Paltrow, Don Cheadle, Guy Pearce, Rebecca Hall, Stéphanie Szostak, James Badge Dale, Jon Favreau, Ben Kingsley. Estados Unidos: Marvel Studios, 2010.

HOMEM de Ferro 3. Direção: Jon Favreau. Produção: Avi Arad e Kevin Feige. Intérpretes: Robert Downey Jr., Terrence Howard, Jeff Bridges, Shaun Toub, Gwyneth Paltrow. Estados Unidos: Marvel Studios, 2013.

HOMEM de Ferro. Direção: Jon Favreau. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Robert Downey Jr., Gwyneth Paltrow, Don Cheadle, Scarlett Johansson, Sam Rockwell, Mickey Rourke, Samuel L. Jackson. Estados Unidos: Marvel Studios, 2008.

HOMEM Formiga e a Vespa. Direção: Peyton Reed. Produção: Kevin Feige e Stephen Broussard. Intérpretes: Paul Rudd, Evangeline Lilly, Michael Peña, Walton Goggins, Bobby Cannavale, Judy Greer, Tip "T.I." Harris, David Dastmalchian, Hannah John-Kamen, Abby Ryder Fortson, Randall Park, Michelle Pfeiffer, Laurence Fishburne, Michael Douglas. Estados Unidos: Marvel Studios, 2018.

HOMEM Formiga. Direção: Peyton Reed. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Paul Rudd, Evangeline Lilly, Corey Stoll, Bobby Cannavale, Michael Peña, Tip "T.I." Harris, Anthony Mackie, Wood Harris, Judy Greer, David Dastmalchian, Michael Douglas. Estados Unidos: Marvel Studios, 2015.

HULK. Direção: Louis Leterrier. Produção: Avi Arad, Gale Anne Hurd e Kevin Feige. Intérpretes: Edward Norton, Liv Tyler, Tim Roth, Tim Blake Nelson, Ty Burrell, William Hurt. Estados Unidos: Marvel Studios, 2008.

O CONSULTOR. Direção: Leythum. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Clark Gregg, Maximiliano Hernández, Deborah Knox, Robert Downey Jr., William Hurt. Estados Unidos: Marvel Studios, 2011.

PANTERA Negra. Direção: Ryan Coogler. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Chadwick Boseman, Michael B. Jordan, Lupita Nyong'o, Danai Gurira, Martin Freeman, Daniel Kaluuya, Letitia Wright, Winston Duke, Angela Bassett, Forest Whitaker, Andy Serkis. Estados Unidos: Marvel Studios, 2018.

THOR: O mundo sombrio. Direção: Alan Taylor. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Chris Hemsworth, Natalie Portman, Tom Hiddleston, Anthony Hopkins, Stellan

Skarsgård, Idris Elba, Christopher Eccleston, Adewale Akinnuoye-Agbaje, Kat Dennings, Ray Stevenson, Zachary Levi, Tadanobu Asano, Jaimie Alexander, Rene Russo. Estados Unidos: Marvel Studios, 2013.

THOR: Ragnarok. Direção: Taika Waititi. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Chris Hemsworth, Tom Hiddleston, Cate Blanchett, Idris Elba, Jeff Goldblum, Tessa Thompson, Karl Urban, Mark Ruffalo, Anthony Hopkins. Estados Unidos: Marvel Studios, 2017.

THOR. Direção: Kenneth Branagh. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Chris Hemsworth, Natalie Portman, Tom Hiddleston, Stellan Skarsgård, Colm Feore, Ray Stevenson, Idris Elba, Kat Dennings, Rene Russo, Anthony Hopkins. Estados Unidos: Marvel Studios, 2011.

UMA coisa engraçada aconteceu no caminho para o martelo de Thor. Direção: Leythum. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Clark Gregg, Jeff Prewet, Jessica Manuel, Zack Hudson I. Estados Unidos: Marvel Studios, 2011.

VINGADORES: Era de Ultron. Direção: Joss Whedon. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Robert Downey Jr., Chris Hemsworth, Mark Ruffalo, Chris Evans, Scarlett Johansson, Jeremy Renner, Don Cheadle, Aaron Taylor-Johnson, Elizabeth Olsen, Paul Bettany, Cobie Smulders, Anthony Mackie, Hayley Atwell, Idris Elba, Stellan Skarsgård, James Spader, Samuel L. Jackson. Estados Unidos: Marvel Studios, 2015.

VINGADORES: Guerra Infinita. Direção: Anthony Russo e Joe Russo. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Robert Downey Jr., Chris Hemsworth, Mark Ruffalo, Chris Evans, Scarlett Johansson, Benedict Cumberbatch, Don Cheadle, Tom Holland, Chadwick Boseman, Paul Bettany, Elizabeth Olsen, Anthony Mackie, Sebastian Stan, Danai Gurira, Letitia Wright, Dave Bautista, Zoe Saldana, Josh Brolin, Chris Pratt. Estados Unidos: Marvel Studios, 2018.

VINGADORES. Direção: Joss Whedon. Produção: Kevin Feige. Intérpretes: Robert Downey Jr., Chris Evans, Mark Ruffalo, Chris Hemsworth, Scarlett Johansson, Jeremy

Renner, Tom Hiddleston, Clark Gregg, Cobie Smulders, Stellan Skarsgård, Samuel L. Jackson. Estados Unidos: Marvel Studios, 2012.

