

Universidade Federal de São Carlos
Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade

**A narrativa transmídia como gênero do discurso:
um estudo de caso do longa-metragem *Capitão
América 2 o soldado invernal***

Felipe Mussarelli

São Carlos – SP
2017

FELIPE MUSSARELLI

**A narrativa transmídia como gênero do discurso:
um estudo de caso do longa-metragem *Capitão
América 2 o soldado invernal***

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade, do Centro de Educação e Ciências Humanas, da Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Ciência, Tecnologia e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Arthur Autran Franco de Sá Neto

São Carlos – SP
2017



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade

Folha de Aprovação

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Tese de Doutorado do candidato Felipe Mussarelli, realizada em 15/02/2017:

Prof. Dr. Arthur Autran Franco de Sá Neto
UFSCar

Prof. Dr. Valdemir Miotello
UFSCar

Prof. Dr. Leonardo Antonio de Andrade
UFSCar

Prof. Dr. André Piero Gatti
FAAP

Prof. Dr. Rogério Ferraraz
UAM

Para Monica

Agradecimentos

Primeiramente gostaria de agradecer meu orientador Prof. Dr. Arthur Autran Franco de Sá Neto por me aceitar como orientado e, não só ajudar cada dia mais nesta pesquisa, mas também servir como inspiração profissional e pessoal.

À minha esposa e melhor amiga por ser sempre a melhor pessoa do universo.

Ao Prof. Dr. Valdemir Miotello por caminhar, e continuar caminhando ao meu lado por um bom pedaço desse caminho.

À Profa. Dra. Nádea Regina Gaspar por ter me motivado e ajudado de tantas maneiras.

Ao Prof. Dr. João Carlos Massarolo por ajudar a firmar o alicerce de uma teoria nova pra mim, mas que a cada dia vem fazendo mais e mais sentido.

Ao Prof. Dr. Leonardo Antonio Andrade e ao Prof. Dr. Paulo Ramos por mostrarem que a ciência também se encontra nos quadrinhos.

Aos Prof. Dr. André Piero Gatti e o Prof. Dr. Rogerio Ferraraz por aceitaram participar dessa caminhada.

Ao Prof. Dr. Wilson Pedro e ao Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade (PPGCTS), pela oportunidade e as condições necessária para tornar essa pesquisa uma realidade.

Aos meus pais e irmã.

Aos amigos do GEGe.

Aos amigos de todos os dias pelos risos e pelas músicas.

A todos aqueles que um dia me perguntaram por que cargas d'água estudar histórias em quadrinhos.

A CAPES por possibilitar dedicação exclusiva a esta pesquisa.



A narrativa transmídia como gênero do discurso: um estudo de caso do longa-metragem *Capitão América 2 o soldado invernal*.

Resumo: O atual mercado do entretenimento encontra-se dominado por grandes grupos midiáticos cujo alcance abrange desde a produção, passando pela distribuição até a exibição de conteúdo em diversas plataformas e suportes, movimentando altos valores. Nesse cenário, o presente trabalho buscou cotejar o conceito de Narrativa Transmídia, tal como formulado de Henry Jenkins, com os estudos de linguagens de Mikhail Bakhtin, por meio da hipótese de que a narrativa transmídia pode se configurar como um gênero bakhtiniano do discurso. Para tal, tomamos como objeto da pesquisa o filme *Capitão América 2: o soldado invernal* (*Captain America: the winter soldier*, Anthony Russo e Joe Russo, 2014) e suas expansões narrativas produzidas em formato de história em quadrinhos, curta-metragem, série televisiva e jogo eletrônico. Além de analisar o longa-metragem, buscamos observar de que maneira os três elementos constituintes do gênero do discurso (tema, estilo e forma composicional) comportam-se em cada uma das expansões narrativas do longa-metragem em comparação com narrativas do personagem Capitão América não vinculadas ao longa-metragem. Como resultado notamos que, enquanto os elementos do gênero de cada uma das narrativas não vinculadas comportam-se de forma independente entre si, os elementos de cada um dos gêneros das expansões narrativas ligadas ao longa-metragem comportam-se de forma bastante semelhante, o que nos levou a concluir que a narrativa transmídia pode ser considerada um gênero bakhtiniano do discurso.

Palavras-Chave: Transmídia; Bakhtin; Capitão América; Audiovisual; História em Quadrinhos.

Transmedia storytelling as a speech genre: a case study of *Captain America the winter soldier*.

Abstract: The current entertainment industry finds itself dominated by big media groups, whose reach starts from production through distribution until the content exhibition in many platforms, with high revenue stream. This study aimed to compare the concept of transmedia storytelling by Henry Jenkins with Mikhail Bakhtin's language theory by means of the hypothesis of that transmedia storytelling might be a bakhtinian speech genre. For this reason, we considered *Captain American: the winter soldier* (Anthony Russo and Joe Russo, 2014) and its narrative expansion produced in comic, short motion videos, television series and video games. Besides analyzing the motion picture, we sought to observe in which way the three speech genre elements (theme, style and compositional content) behaved in each narrative expansion of the motion picture in comparison to the character Captain America's narratives not linked to the motion. As a result, we noticed that, while each narrative genre element not linked to the motion behaved independently, the linked narrative elements behaved similarly leading us to the conclusion that transmedia storytelling can be considered a bakhtinian speech genre.

Keywords: Transmedia; Bakhtin; Captain America; Audio-visual; Comic Books.

Lista de Figuras

FIGURA 1 - MARTIN GOODMAN SEGURANDO UMA PROVA DE CAPA DE UMA EDIÇÃO DO CAPITÃO AMÉRICA.....	17
FIGURA 2 - BILL EVERETT	20
FIGURA 3 - CARL BURGOS	20
FIGURA 4 - PRIMEIRA APARIÇÃO DO TOCHA HUMANA NA CAPA DA PRIMEIRA EDIÇÃO DA MARVEL COMICS, 1939	21
FIGURA 5 - PRIMEIRA APARIÇÃO DE NAMOR, O PRÍNCIPE SUBMARINO, 1939.	22
FIGURA 6 – PRIMEIRA EDIÇÃO DA <i>MOTION PICTURE FUNNIES WEEKLY</i> , 1939.....	23
FIGURA 7 - O JOVEM JOE SIMON	26
FIGURA 8 - JACK KIRBY E SEU ICÔNICO CHARUTO.	27
FIGURA 9 - ESCUDO, CRIADO POR HARRY SHORTEN E IRV NOVICK EM 1940.	28
FIGURA 10 - CAPA DA PRIMEIRA EDIÇÃO DE CAPITÃO AMÉRICA.....	29
FIGURA 11 - STAN LEE EM 1940.	31
FIGURA 12 - EDIÇÃO ORIGINAL DA OBRA DE FREDRIC WERTHAM, <i>SEDUCTION OF THE INNOCENT</i> , PUBLICADA EM 1954.....	36
FIGURA 13 - CAPA DA EDIÇÃO N. 28 DA REVISTA <i>STRANGE TALES</i> , PUBLICADO EM 1951.	36
FIGURA 14 - SELO DE APROVAÇÃO DA CMAA – COMIC MAGAZINE ASSOCIATION OF AMERICA.....	37
FIGURA 15 - STEVE DITKO EM SUA MESA DE DESENHOS	39
FIGURA 16 - CAPA DA EDIÇÃO N. 1 DE <i>STRANGE WORLDS</i> , 1958.....	40
FIGURA 17 - CAPA DA EDIÇÃO N. 3 DE <i>STRANGE WORLDS</i> , 1959.....	40
FIGURA 18 - CAPA DO PRIMEIRO VOLUME DO QUARTETO FANTÁSTICO, 1961.	42
FIGURA 19 – CAPA DO TERCEIRO VOLUME DE QUARTETO FANTÁSTICO, MARÇO DE 1963.	44
FIGURA 20 – MOMENTO EM QUE BRUCE BANNER É ATINGIDO PELOS RAIOS GAMA.....	45
FIGURA 21 - PRIMEIRA EDIÇÃO DE THOR PUBLICADO NO VOLUME 83 DA REVISTA <i>JOURNEY INTO MYSTERY</i> , AGOSTO DE 1962.....	47
FIGURA 22 - CAPA DA PRIMEIRA EDIÇÃO DE HOMEM-FORMIGA, PUBLICADA NA REVISTA <i>TALES TO ATONISH</i> 35, SETEMBRO 1962.....	48
FIGURA 23 - CAPA DA <i>AMAZING FANTASY</i> Nº 15, AGOSTO DE 1962.	49
FIGURA 24 - DESTAQUE PARA OS TRAÇOS DE STEVE DITKO EM HOMEM-ARANHA.	50
FIGURA 25 - PRIMEIRA EDIÇÃO DE <i>OS VINGADORES</i> , 1963.	53
FIGURA 26 - PRIMEIRA EDIÇÃO DE <i>X-MEN</i> , 1963.	54
FIGURA 27 - CAPA DE <i>SUPERMAN VS. THE AMAZING SPIDER-MAN</i> (1976).....	61
FIGURA 28 – VARIAÇÕES DA CAPA DE HOMEM-ARANHA Nº1 (1990).....	68
FIGURA 29 - EDIÇÃO COM EMBALAGEM PLÁSTICA DA PRIMEIRA EDIÇÃO DE HOMEM-ARANHA (1990).....	68
FIGURA 30 – FEITICEIRA ESCARLATE E MERCÚRIO EM SUAS VERSÕES EM QUADRINHOS.....	93
FIGURA 31 – CAPA DE OS VINGADORES #16, PUBLICADA EM MAIO DE 1965.....	94
FIGURA 32 – PIETRO E WANDA.	97
FIGURA 33 – PIETRO E WANDA EM <i>VINGADORES 2: A ERA DE ULTRON</i> (2015).	99
FIGURA 34 - MERCÚRIO EM SUA VERSÃO IDEALIZADA POR BRYAN SINGER E FOX.	100
FIGURA 35 - CAPA DA SEGUNDA EDIÇÃO DE CAPITÃO AMÉRICA.	139
FIGURA 36 - CAPITÃO AMÉRICA E BUCKY VESTIDOS EM TRAJES FEMININOS (1941).....	140
FIGURA 37 - CRUZAR DE PERNAS E CACHIMBO (1941).....	141
FIGURA 38 - PÁGINA 146 DA EDIÇÃO BRASILEIRA DE <i>OS SUPREMOS: SUPER-HUMANO</i>	142
FIGURA 39 - CENA DA ABERTURA DA SÉRIE ANIMADA.	144
FIGURA 40 - DICK PURCELL COMO CAPITÃO AMÉRICA.....	146
FIGURA 41 – CARTAZ DE <i>THE PURPLE DEATH</i>	148
FIGURA 42 – CARTAZ DE <i>THE AVENGING CORPSE</i>	148
FIGURA 43 - PÔSTER DO LONGA DE 1992.....	149
FIGURA 44 - CAPITÃO AMÉRICA EM BATALHA CONTRA O CAVEIRA-VERMELHA.	150

FIGURA 45 - BALÃO DE PENSAMENTO.	154
FIGURA 46 - CAIXA DO NARRADOR.	155
FIGURA 47 – BALÃO OU ONOMATOPEIA?	156
FIGURA 48 - BALÃO ESTILIZADO.	156
FIGURA 49 - ESTÁGIO DO GAME <i>CAPTAIN AMERICA AND THE AVENGERS</i> DE 1991 DA VERSÃO PARA O CONSOLE MEGA-DRIVE.	158
FIGURA 50 - ESTÁGIO DO GAME <i>CAPTAIN AMERICA AND THE AVENGERS</i> DE 1991 DA VERSÃO PARA O CONSOLE NES.....	159
FIGURA 51 - <i>MARVEL VS CAPCOM 3</i>	160
FIGURA 52 - CAPITÃO AMÉRICA NO ESTILO DE JACK KIRBY.	163
FIGURA 53 - CAPITÃO AMÉRICA NO ESTILO DE ALEX ROSS.	163
FIGURA 54 - CAPITÃO AMÉRICA NO ESTILO DE ROBB LIEFELD.....	164
FIGURA 55 - CAPITÃO AMÉRICA NO ESTILO DE BRYAN HITCH.....	164
FIGURA 56 - CONVERGÊNCIA POR NEGROPONTE.....	171
FIGURA 57 - LOGOMARCA DO PRIMEIRO LONGA DA PERSONAGEM CAPITÃO AMÉRICA.	193
FIGURA 58 - LOGOMARCA DO SEGUNDO LONGA DA PERSONAGEM CAPITÃO AMÉRICA.	193
FIGURA 59 - LOGOMARCA DO TERCEIRO LONGA DA PERSONAGEM CAPITÃO AMÉRICA.....	193
FIGURA 60 – LOGOMARCA MARVEL.	194
FIGURA 61 - O SORO DO SUPERSOLDADO EM <i>O INCRÍVEL HULK</i> (2008).....	217
FIGURA 62 - ESCUDO DO CAPITÃO AMÉRICA EM <i>HOMEM DE FERRO 2</i> (2010).	217
FIGURA 63 - CARTAZ DO LONGA <i>CAPTÃO AMÉRICA 2: O SOLDADO INVERNAL</i>	219
FIGURA 64 - CAPA DA EDIÇÃO BRASILEIRO DA HISTÓRIA EM QUADRINHOS QUE DEU ORIGEM AO LONGA DE 2014.	220
FIGURA 65 - NOVO UNIFORME.	225
FIGURA 66 - PÔSTER PROMOCIONAL DE <i>MARVEL'S AGENTS OF S.H.I.E.L.D.</i>	227
FIGURA 67 - CAPA DA EDIÇÃO DE <i>CAPTAIN AMERICA: THE WINTER SOLDIER INFINITE COMIC</i>	237
FIGURA 68 - NOTA DE ESCLARECIMENTO.	237
FIGURA 69 – ZODÍACO.	238
FIGURA 70 - APRESENTAÇÃO DAS PERSONAGENS.....	240
FIGURA 71 - APRESENTAÇÃO DE NATASHA.....	241
FIGURA 72 - COMPARAÇÃO DOS UNIFORMES.....	244
FIGURA 73 - DESGASTE DO ESCUDO.	245
FIGURA 74 - CARTAZ PROMOCIONAL DO CURTA.....	246
FIGURA 75 - FRASCO CONTENDO O ZODÍACO.	249
FIGURA 76 - CARTAZ DO GAME PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS.....	252
FIGURA 77 - BALÕES DE FALA COMO PROGRESSÃO NARRATIVA.	253
FIGURA 78 – TRISKELION NO JOGO ELETRÔNICO.....	255
FIGURA 79 - TRISKELION NO LONGA-METRAGEM.	256
FIGURA 80 - TELA DO JOGO CONTENDO O HUB.	257
FIGURA 81 - MAPA DA APARIÇÃO DAS PERSONAGENS NAS NARRATIVAS	261

Sumário

Introdução.....	10
Capítulo 1. Marvel Comics, Capitão América e o Universo Cinematográfico Marvel.....	16
1.1. A origem da Marvel Comics.....	16
1.1.1. Timely Comics.....	16
1.1.2. Pós-Guerra, Comic Code e Atlas Comics.....	33
1.1.3. Quarteto Fantástico e Marvel Comics.	42
1.1.4. Venda para a Perfect Film.....	56
1.1.5. Venda para a New World Pictures e expansão desordenada.....	65
1.1.6. Independência na produção, a criação do Universo Cinematográfico Marvel (MCU) e a compra pela Disney.	79
1.2. Convergência: novos acordos, velhas disputas.	84
1.2.1. Relações de parceria e co-produção.....	87
1.2.2. Relações de disputa e provocação.....	91
Capítulo 2. Compreendendo os gêneros do discurso em diversas manifestações do personagem Capitão América.....	104
2.1. Aspectos fundamentais do pensamento dialógico do Círculo de Bakhtin.....	104
2.2. A Língua e o Enunciado Concreto	108
2.2. Metodologia e compreensão d' os Gêneros do Discurso.....	119
2.2.1. Unidade Temática, Estilo do Gênero/Enunciador e Forma Composicional.....	126
Capítulo 3. Um diálogo acerca do Transmídia	170
3.1. Revisitando a Convergência.....	171
3.2. Cultura Participativa	176
3.3. Franquia e Poder de Fã.....	188
3.4. Narrativa Transmídia.....	203
Capítulo 4. Expansões transmídia em Capitão América 2: O Soldado Invernal.....	216
4.1. Capitão América 2: O Soldado Invernal.....	219
4.2. Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.....	226
4.3. Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic.....	234
4.4. Marvel's Agent Carter.....	246
4.5. Captain America: The Winter Soldier – The Official Game.....	251
4.6. Cotejando os conceitos e construindo o gênero narrativa transmídia.....	263
Conclusão.....	273
Referências Bibliográficas.....	278
Anexo	291

Introdução.

O mercado atual do entretenimento encontra-se dominado por grandes grupos midiáticos cujo alcance abrange desde a produção, passando pela distribuição até a exibição de conteúdo em diversas plataformas e suportes, movimentando altos valores e possibilitando que empresas menores sejam absorvidas por grandes conglomerados, visando o controle de todos os processos da produção midiática.

Esse novo mercado possui uma tendência de controle comunicacional que se divide, de acordo com Biernazki (2000), em duas vias, sendo a primeira horizontal, onde várias mídias distintas são controladas por um mesmo conglomerado, o que faz com que essas mídias passem a interagir de forma integrada. Já a segunda via, vertical, o controle sobre os níveis de produção, ou seja, as etapas de produção, comercialização e distribuição é realizada pela mesma empresa de comunicação.

De acordo com Thomson (1998), embora a globalização da comunicação tenha surgido no século XIX, sua consolidação se deu no século seguinte com a atuação em maior escala dos grandes conglomerados, propiciados pelo rápido desenvolvimento das novas tecnologias e seu barateamento, possibilitando que os produtos midiáticos possam circular internacionalmente. Esses grandes conglomerados expandiram sua área de atuação através da aquisição de ações nos setores de comunicação, bem como compras, fusões entre empresas e outras possibilidades de crescimento corporativo.

Steve Johnson (2012) destaca que as forças deste novo cenário operam em níveis múltiplos: mudanças tecnológicas permitem novos espaços de entretenimento, comentários sobre obras de arte da cultura pop surgem através de ambientes proporcionados por novas formas de comunicação online, mudanças na economia da indústria da cultura incentivam o espectador a assistir mais de uma vez um mesmo conteúdo, além do desejo humano de em buscar desafios intelectuais e recompensas. Esses elementos são responsáveis por criar o que Jenkins (2009) chamará de cultura da convergência, ou seja, uma nova organização onde os consumidores utilizam-se das novas tecnologias para interagirem entre si buscando uma relação mais equivalente com as produtoras de conteúdo.

Desenvolvidas de forma mais consolidada a partir da cultura da convergência, as narrativas transmídia configuram um modo não apenas de contar histórias, mas principalmente um modo de criação de universos através de franquias de mídia guiadas por longas-metragens denominados blockbusters – os quais são produzidos pelos grandes grupos midiáticos mencionados acima.

Os estudos com base na teoria bakhtiniana dos gêneros do discurso tiveram como objeto gêneros complexos cujo agrupamento de gêneros consolidou um produto em um suporte único. Entretanto, as narrativas transmídia quebram essa harmonia unindo gêneros secundários em pontos distintos no tempo e espaço, ou seja, através da distribuição de fragmentos narrativos que se completam e ampliam o universo da franquia em suportes distintos, lançados em diferentes momentos.

Esta pesquisa tem por objetivos buscar relações entre a teoria bakhtiniana dos estudos de linguagens e o conceito de transmídia idealizado por Henry Jenkins, mais precisamente encontrar pontos em que as teorias se cruzam ou se distanciam. Nesse sentido, buscaremos ampliar a concepção do que se entende como gênero do discurso, tendo em vista as novas produções dos conglomerados de mídia. Para isso, ambas as teorias serão cotejadas na busca de elementos que possam estabelecer uma possível relação teórica.

O que nos guia é a hipótese de que o fenômeno transmídia configura-se, dentro da teoria bakhtiniana, como um gênero do discurso; todavia, distinto dos demais apresentados por Mikhail Bakhtin e dos analisados pelos teóricos. Um gênero complexo cujo agrupamento de gêneros se dá fora dele mesmo e em vínculo intrínseco com seu leitor, que determina sua extensão de acordo com sua relação com os enunciados deste gênero.

Com o intuito de compreender de que maneira esse novo formato narrativo se comporta como um gênero do discurso bakhtiniano, buscaremos analisar o longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal* (*Captain America: The Winter Soldier*), dirigido por Joe e Anthony Russo e lançado em 2014 dentro da franquia cinematográfica intitulada Universo Cinematográfico Marvel (*Marvel Cinematic Universe* - MCU), e suas ramificações narrativas produzidas em diferentes gêneros do discurso para complementar a narrativa através de lacunas deixadas entre o lançamento dos longas pertencentes ao MCU. O longa-metragem em questão foi escolhido como objeto desta pesquisa pois dentre todas as

produções fílmicas dentro do MCU, o mesmo destaca-se por sua grande quantidade inserções narrativas em outros gêneros do discurso.

Como metodologia utilizamos o cotejar. Entendemos o termo como o ato de comparar ou realizar uma investigação buscando semelhanças ou diferenças. Uma análise a partir do confronto. Do ponto de vista bakhtiniano, o cotejo configura-se como o processo de confrontar um texto com outro texto, ou seja, como todo e qualquer enunciado. De acordo com Geraldi (2012), a compreensão dos enunciados depende da medida em que o pesquisador consegue ampliar os contextos de maneira que faça surgir “mais vozes do que aquelas que são evidentes na superfície discursiva”. Dessa maneira, à medida que confrontamos enunciados distintos ampliamos nosso contexto de compreensão encontrando relações entre estes enunciados que em princípio podem parecer inexistentes.

Temos ciência dos fundamentais estudos de teóricos e pensadores como Adorno e Horkheimer, Walter Benjamin e Armand Mattelart acerca dos problemas inerentes a indústria da cultura e seus produtos, todavia, há um interesse dos estudos bakhtinianos que busca dar conta de outras áreas para além da língua, de lançarem olhares para tais produtos através de outros vieses, como os estudos de Robert Stam.

Com base nesta perspectiva, partimos do pressuposto lançado por Augusto Ponzio de que a arte deve ser infuncional. Para Ponzio (Disciplina/Seminário “Tópicos de Linguagem: o Diálogo como Prática da Escuta”, 2012), o que imprime singularidade na sociedade capitalista é o potencial de exercer uma função, ou seja, o trabalho produtivo é o que determinara o quanto cada um vale. O que define o homem na sociedade capitalista é sua funcionalidade.

Entretanto, Bakhtin (2010a) explica que a atividade estética transfere essa realidade conhecida e avaliada do ato ético, ou seja, a realidade preexistente do conhecimento, a vida ordenada pelas diretrizes capitalistas, para um outro plano axiológico, submetendo-a a uma nova unidade, ordenando-a de modo novo. “Individualiza-a, concretiza-a, isola-a, arremata-a, mas não recusa a sua identificação nem a sua valorização”. A arte então, para o filósofo russo, celebra, orna, evoca essa realidade preexistente do conhecimento e do ato (a natureza e a humanidade das relações sociais) enriquecendo-as e completando-as, de maneira que cria uma unidade concreta e intuitiva de ambos os mundos, colocando o homem na natureza compreendida como seu ambiente estético.

Esse ambiente estético configura-se, de acordo com Bakhtin (2010a) a partir das formas dos valores morais e físicos do homem estético, as formas da natureza enquanto seu ambiente, as formas do acontecimento no seu aspecto de vida particular, social, história etc.

Todas essas formas, complementa o filósofo russo, “são aquisições, realizações, não servem a nada, mas se auto-satisfazem tranquilamente; são as formas da existência estética na sua singularidade” (2010^a, p. 25).

Assim, para além da função do produto de entretenimento da indústria cultural, que gera grandes quantias para conglomerados gigantesco que monopolizam todos os processos da produção e distribuição, buscamos observar a obra de arte em sua singularidade estética, ou seja, sob a perspectiva da infuncionalidade, como um lugar onde o gênero do discurso bakhtiniano possa expandir seus contornos e dar um passo adiante.

Para tanto, no capítulo primeiro apresentaremos uma pesquisa histórica para observar a trajetória da editora Marvel Comics, criada por Martin Goodman em 23 de junho de 1939, até sua recente aquisição em 2009 pela Walt Disney, discutindo a origem de suas principais propriedades intelectuais, a revitalização comandada por Stan Lee, os problemas enfrentados ao longo dos anos, bem como a criação de um lucrativo universo cinematográfico baseado nos quadrinhos.

O capítulo discorrerá também acerca da comercialização desregrada dos direitos de filmagens que, embora tenham sido fator fundamental para a recuperação financeira da produtora de conteúdos, hoje resulta em acordos e disputas para reaver os direitos, ou utilizar através de coprodução personagens basilares para o universo Marvel.

No capítulo segundo buscaremos lançar compreensões acerca do que Mikhail Bakhtin e seu Círculo entendem como gêneros do discurso. Para tal, introduziremos alguns elementos fundamentais dos estudos bakhtinianos das linguagens, que nos permitam analisar com mais clareza a constituição do conceito dos gêneros.

Para tanto, introduziremos conceitos fundamentais para o entendimento do pensamento bakhtiniano, como língua e enunciado concreto, visando complementar a compreensão dos elementos fundadores dos gêneros do discurso, tema, forma composicional e estilo.

O capítulo segundo também fará uma relação pré-narrativa transmídia acerca de obras relacionadas à personagem Capitão América em quatro gêneros distintos: história quadrinhos, longa-metragem, série televisiva e jogo eletrônico. Buscaremos observar como o conceito de gênero do discurso se relaciona com as produções relacionadas à personagem Capitão América anteriores a consolidação do Universo Cinematográfico Marvel, comumente conhecido como MCU (Marvel Cinematic Universe). Entender como se relacionam os distintos gêneros das produções da Marvel anteriores ao MCU nos ajudará a entender como a relação dentro do Universo Cinematográfico se configura de uma maneira outra.

No capítulo terceiro apresentaremos um diálogo acerca do fenômeno transmídia idealizado por Henry Jenkins, apresentando primeiramente os elementos responsáveis por sua consolidação como produção narrativa, como a cultura da convergência, a cultura participativa, as noções de franquia e o poder dos fãs.

Todos os elementos citados anteriormente contribuem de forma significativa para consolidar o fenômeno que, embora tenha sido possibilitado pela novas tecnologias midiáticas, tem como ponto central a participação dos consumidores e o uso inesperado que os mesmos fazem de tais tecnologias.

No capítulo quarto apresentaremos o longa-metragem Capitão América 2: O Soldado Invernal com mais detalhes, e com base na compreensão dos gêneros do discurso de Mikhail Bakhtin e no fenômeno transmídia apontado por Jenkins, buscamos entender que forma a narrativa se expandiu através de lacunas intencionalmente criadas para serem preenchidas em fragmentos narrativos em gêneros distintos, na busca da consolidação de um universo narrativo em torno da personagem Capitão América dentro do MCU.

Assim, buscaremos no capítulo quarto explorar as narrativas da série televisiva *Marvel's Agents Of S.H.I.E.L.D.* (Maurissa Tancharen, Jed Whedon, Joss Whedon, 2013 -), a história em quadrinhos disponibilizada de forma impressa e digitalmente *Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic* (Peter David, Daniel Govar, 2013), o curta-metragem intitulado *Marvel's Agent Carter* (Christopher Markus, Stephen McFeely, 2015-2016) e o jogo eletrônico para dispositivos móveis *Captain America: The Winter Soldier – The Official Game* (Christos N. Gage, 2014), buscando os elos entre essas narrativas e o longa-metragem *Capitão América 2*, de modo que configurem uma expansão narrativa ao mesmo tempo que os elementos particulares de cada um dos gêneros se comportem de forma semelhante, visando a

criação de uma identidade visual e narrativa que os identifiquem como parte de uma mesma produção.

Com base nas postulações de Jenkins, relacionaremos o conceito de transmídia ao longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal* e suas ramificações narrativas produzidas em outros gêneros, no intuito de aproximar o conceito bakhtiniano do conceito de Jenkins, buscando os pontos onde as teorias se cruzam e que nos permitem afirmar que o novo modelo de produção narrativa se configure como um gênero do discurso.

Capítulo 1. Marvel Comics, Capitão América e o Universo Cinematográfico Marvel.

1.1. A origem da Marvel Comics.

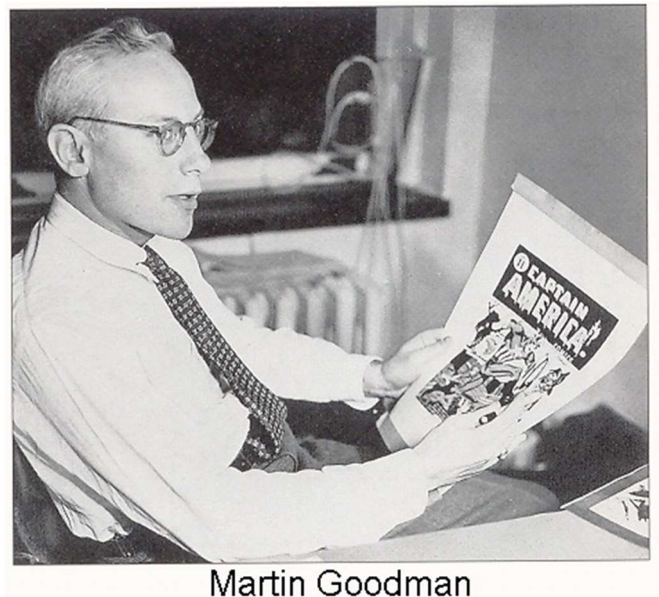
Responsável pelo recente amadurecimento do gênero de super-heróis no cinema graças a produções cinematográficas mais criteriosas, ambiciosas campanhas de publicidade e um momento favorável para as produções de cunho *geek*, as indústrias Marvel tiveram seu início de forma menos grandiosa. Mais do que a história de uma marca, a história da Marvel Comics configura-se como a trajetória de indivíduos, artistas muitas vezes desconhecidos, mas que ao conseguir um nome para si, contribuíram para fortalecer uma marca que alcançaria dimensões globais.

Buscaremos nesta seção trazer os principais fatos e acontecimentos envolvendo a história da editora de quadrinhos hoje conhecida como Marvel Comics; acontecimentos estes intrínsecos ao comportamento de vários setores da indústria do entretenimento, ou a momentos históricos muito precisos. Quando necessário, teceremos estas relações com base nos estudos de teóricos consagrados da comunicação. Discorreremos aqui passagem referente à história da criação da editora, em 1939, até sua aquisição realizada pela Walt Disney Company em 2009.

1.1.1. Timely Comics.

Fundada por Martin Goodman em 23 de junho de 1939, a Marvel Comics, como é conhecida atualmente, foi primeiramente batizada de Timely Comics, com sede em Nova York. Martin possuía certo renome da área de edição de revistas de faroeste, tema de muito sucesso na época.

Figura 1 - Martin Goodman segurando uma prova de capa de uma edição do Capitão América



Martin Goodman

Fonte: <http://www.thecomickbooks.com/>

Martin nasceu em 1908, sendo filho de imigrantes russos e o nono entre treze irmãos e, desde muito jovem, nutria afeição por revistas. Iniciou os trabalhos muito cedo após seu pai sofrer um acidente, largando os estudos ainda na quinta série. Ao fim da adolescência decidiu viajar pelos Estados Unidos. (HOWE, 2013).

De volta em Nova York, Goodman trabalhou como representante editorial na Eastern Distributing no ramo dos *pulps*. Todavia, a empresa logo entrou em declínio, consequentemente fechando as portas/interrompendo as atividades. No entanto, tal emprego possibilitou a Goodman acumular certa fortuna e, junto ao colega Louis Silberkleit, criar a Newsstand Publications, localizada na baixa Manhattan, e lançando contos românticos, histórias de detetives e os populares *westerns* a quinze *cents*.

A distribuidora da Newsstand Publications sofreu um declínio em 1934, acumulando milhares de dólares em contas não pagas. Os ativos da empresa foram confiscados e Louis Silberkleit abandonou a Newsstand. Todavia, Goodman convenceu a gráfica de que as dívidas seriam pagas se permitissem que continuasse a publicar ao menos alguns títulos. Rapidamente, Goodman conseguiu sanar suas dívidas possibilitando, alguns anos mais tarde, realocar a Newsstand para um prédio visivelmente mais elegante.

De acordo com Howe (2013), Goodman teria encontrado uma fórmula simples para o sucesso: “se você tem um título que pega, é só botar mais que o

lucro vai bater a sua porta” (GOODMAN, 2013)¹. Assim, mesmo em épocas de crise, Goodman conseguiu manter-se graças a sua experiência e visão do mercado, observando tendências, “sem querer algo mais que literatura descartável” (HOWE, 2013, p. 18). Goodman preenchia suas revistas com publicações de outras editoras, sem dizer que as mesmas não eram inéditas, mantendo sempre boas vendas e circulação. *Two Gun Western*, *Sex Health* e *Marvel Science Stories* eram algumas das mais de vinte publicações em nome de Goodman no ano de 1939. *Marvel Science Stories* não era um grande sucesso, entretanto, havia algo naquele título que agradava Goodman.

Mais tarde, após nova mudança, Martin começou a empregar seus irmãos, seja na contabilidade, produção ou fotografia. Goodman possuía inúmeras razões sociais que o favoreciam na hora do fisco, e caso houvesse alguma necessidade de manobras jurídicas. Muitos dos nomes vinham de seus familiares, como por exemplo a Chipiden, criado logo após sua esposa Jean dar a luz a seus dois filhos Chip e Iden, todavia, de acordo com Howe (2013), o nome que mais agradou foi *Timely*, subtítulo de uma das revistas de Goodman, a *Popular Digest: Timely Topics Condensed*.

A editora encontrava-se estável, não acumulava dívidas, todavia não gerava lucros, graças, em partes, a popularização das séries de rádio e consequente diminuição das vendas das *pulps*, fazendo com que Goodman precisasse encontrar algo que chamasse novamente a atenção para suas publicações.

Enquanto isso, o modelo da revista em quadrinhos norte-americana estava começando a tomar forma. Em 1933 a Eastern Color Printing Company usou suas prensas ociosas no turno da noite para publicar *Funnies on Parade* [“desfiles de piadinhas”], livro que compilava tiras de jornais dominicais. As tiras eram publicadas lado a lado numa única página em formato tabloide, dobrada ao meio e grampeada, depois vendida à Procter & Gamble para ser dada de brinde. No ano seguinte, a Eastern Color colocou o preço de dez *cents* na capa de *Famous Funnies* n. 1 e vendeu mais de 200 mil exemplares em banca; de uma hora para a outra, a série passou a render US\$ 30 mil por mês. Outras editoras também fizeram a aposta. O que mais vendia eram tiras de jornais dominicais reconcondicionadas, como *Tarzan*, *Flash Gordon* e *Popeye*. Mas a *New Fun*, antologia em preto e branco no formato 25 por 38 centímetros, foi a primeira revista em quadrinhos só de conteúdo inédito. Em 1937, visionários começaram a montar serviços de produção editorial: criavam quadrinhos numa

¹ De acordo com Sean Howe (2013), estas foram declarações do próprio Martin Goodman em uma entrevista realizada para a revista *Literary Digest*.

eficiente linha de produção, seguindo os moldes da indústria de vestuário. O roteirista entregava o roteiro a uma linha de montagem composta de ilustradores veteranos sem muita opção de emprego ou a recém-graduados da escola de artes, armados com pranchas Bristol de 35 por 53. Eles, por sua vez, repartiam a ação numa série de quadros simples, elaboravam o desenho a lápis, acrescentavam o cenário, adornavam a arte com nanquim, inseriam os diálogos e passavam guias de cores à gráfica. Não era rota da fortuna, mas, na agonia da depressão, era trabalho garantido (HOWE, 2013, p. 19-20).

Algo mudou o mercado de quadrinhos em 1938, quando os jovens Joe Shuster e Jerry Siegel apresentaram uma pequena história em um único pacote de cores primárias intitulada de “Superman”. Debutando na capa da *Action Comics* n. 1 da National Allied Publications, rapidamente tornou-se muito popular entre crianças e adultos. Um herói que lutava pelo povo contra criminosos e políticos corruptos cuja identidade secreta, Clark Kent, solitário e trapalhão, tornava-se um ícone para os leitores mais solitários, alguém com quem se identificar. Logo em sua sétima edição a publicação já vendia cerca de meio milhão de edições por número.

A partir da publicação de Superman, inaugurava-se um novo gênero de quadrinhos, de Super-heróis, que viria a se tornar um dos gêneros mais populares de quadrinhos. Surgiram então, cópias e mais cópias de Superman nas bancas, fazendo com que funcionários deixassem seus cargos para investir em suas próprias editoras na busca de uma publicação de sucesso.

Das diversas saídas de funcionários de seus cargos, uma delas seria de suma importância para o futuro das publicações de Martin Goodman. Lloyd Jacquet, um ex-coronel que ocupava o cargo de diretor de arte da Centaur Comics, saiu da editora para formar sua própria firma, a Funnies Inc., e levou consigo alguns artistas, dentre eles, Bill Everett e Carl Burgos, ambos com vinte e um anos de idade. Ambos reuniam-se as mesas de um bar buscando inspiração para a criação de super-heróis e chegaram à conclusão de que deviam ater-se aos temas água e fogo.

Figura 2 - Bill Everett



Fonte: en.wikipedia.org

Figura 3 - Carl Burgos



Fonte: crossgencomicsdatabase.wikia.com

Burgos veio com a ideia de um cientista brilhante, mas avarento, o Professor Phineas T. Horton: ele cria um homem sintético dentro de um tubo de ensaio gigante, mas o vê entrar em chamas ao tomar contato com oxigênio. O Tocha Humana [*Human Torch*] não precisava de uniforme: seu rosto sem traços e anatomia vaga, ambos enrubescidos e obscurecidos por tufos de chamas, são cercados por eclosões dispersas, como gotas de suor escarlate, e as labaredas que se formam no alto da cabeça sugerem intenções diabólicas. Em outras palavras, é uma criatura bruxelante de medo e fúria. Quando foge, ele começa a lançar bolas de fogos das mãos e a deixar tiras e criminosos de cabelo em pé. O estimo primista e de baixo orçamento de Burgos só aumentava a impressão de que os tênues prédios, carros e pessoas que o Tocha encontrava eram construídos as pressas para serem destruídos logo a seguir. Ao fim de sua primeira aventura, o Tocha Humana aprende a controlar seus poderes, mas vira fugitivo da lei. (HOWE, 2013, p. 21).

Figura 4 - Primeira aparição do Tocha Humana na capa da primeira edição da Marvel Comics, 1939



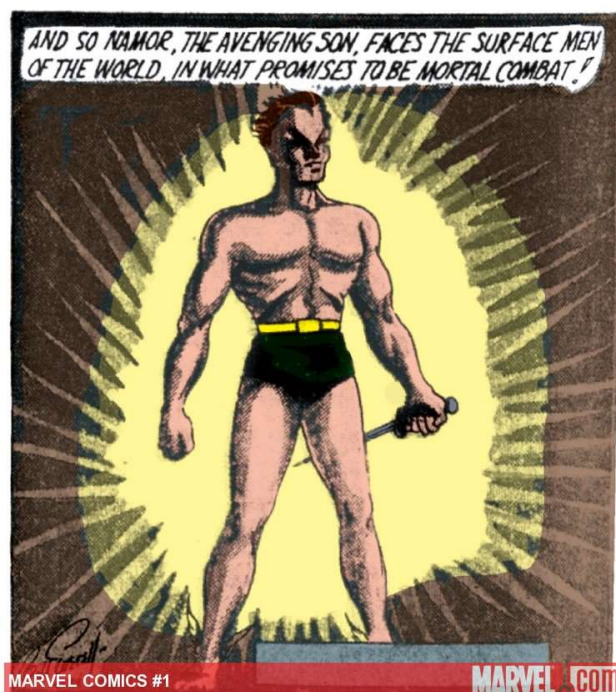
Fonte: <http://media.comicbook.com/>

Como Burgos havia partido do tema fogo, restava a Everett sugerir um super-herói ligado a água, surgindo assim Namor, o Príncipe Submarino. Everett teria se inspirado nas aventuras marítimas de Jack London, entre outros. Namor seria fruto da gravidez entre uma princesa de um povo aquático com um comandante de uma expedição que teria, acidentalmente, destruído parte de uma colônia marinha, cujo imperador, pai da princesa, a teria enviado para investigar os humanos. Mais detalhadamente o Dicionário Marvel explica:

O príncipe Namor é filho da princesa Fen, da Atlântida, e de Leonard Mckenzie, um capitão da marinha americana. Pouco depois da Primeira Guerra Mundial, o navio de Mckenzie, em uma missão de quebrar icebergs nas proximidades do continente antártico, detonou explosivos que causaram severos danos a civilização atlante sob o mar. Thakorr, o então imperador da cidade submersa, enviou sua filha, a princesa Fen, a superfície com a missão de investigar a causa dos danos. Não vendo necessidade de uma escolta, Fen partiu sozinha, levando consigo uma poção que a permitia respirar na superfície durante cinco horas. Ela não tardou em descobrir o navio e subiu a bordo, surpreendendo o capitão e sua tripulação com sua chegada. Até então, o ser humano não sabia da existência do

povo atlante. Permanecendo na embarcação, a princesa logo aprendeu a língua dos marujos e apaixonou-se por Mckenzie. Os dois se casaram a bordo no navio. Depois de várias semanas, vendo que sua filha não retornava, Thakorr deduziu que ela havia sido capturada pelo povo da superfície e enviou um grupo de guerreiros para tentar encontrá-la. O grupo acabou lutando contra a tripulação do navio, e o capitão foi aparentemente morto. Fen retornou à Atlântida e, meses depois, deu à luz a um filho híbrido de nome Namor, que, em língua atlante, significa “filho vingador”. Namor cresceu com um verdadeiro ódio pela raça humana (DICIONÁRIO MARVEL, 1985).

Figura 5 - Primeira aparição de Namor, o príncipe submarino, 1939.



Fonte: <http://marvel.com/>

Namor era o exato oposto de seu concorrente da DC Comics². O anti-herói da Marvel não nutria de amores pelos humanos. O que ele sentia era uma fúria incontrolável e desejo de vingança, relacionada ao período em que sua mãe foi presa e torturada por humanos, e também, pelo descaso com o meio ambiente e o oceano em especial. De acordo com Sean Howe (2013), a história do Príncipe Submarino estava reservada para ser publicada em um exemplar da revista *Motion Picture Funnies Weekly* que seria distribuída gratuitamente as crianças que fossem aos cinemas, na intenção de que as mesmas se interessassem pelas histórias e

² DC Comics, responsável pela publicação de Superman, Batman, etc. configurava-se como a principal rival da Marvel Comics e também uma de suas maiores influências.

voltassem ao cinema para os próximos exemplares. No entanto, a publicação não saiu das gráficas, com exceção de alguns exemplares entregues como amostra para os donos das salas de exibição. Os motivos pelos quais a revista não saiu da gráfica ainda encontram-se incertos, todavia esperamos encontrar evidências em outras bibliografias específicas.

Figura 6 – Primeira edição da *Motion Picture Funnies Weekly*, 1939.



Fonte: <http://marvel.wikia.com/>

Como a publicação não aconteceu, o agente da Funnies Inc., Frank Torpey, possuía alguns contatos, dentre eles, o de Martin Goodman, com quem negociou as publicações de *Tocha Humana* e *Namor* em uma nova antologia.

Marvel Comics n. 1, produzida inteiramente pela equipe de Jacquet, contemplava o sucesso em todas as suas 64 páginas: O Anjo [*The Angel*], herói bigodudo de Paul Gustavson, inspirado no Santo; o aventureiro das selvas Ka-Zar, de Bem Thompson (uma cópia de Tarzan reaproveitada dos *pulps* de Goodman); o caubói Cavaleiros Mascarado [*Masked Raider*], de Al Anders; e cartuns de piadinhas para preencher o espaço vago. Goodman contratou o veterano ilustrador de *pulps* Frank R. Paul para desenhar a capa. Assim, a primeira revista em quadrinhos da Timley foi publicada em 31 de agosto de 1939. Horas depois, do outro lado do mundo, a Alemanha

nazista invadia a Polônia. Começava a Segunda Guerra Mundial (HOWE, 2013, p. 23).

O primeiro número de revista *Marvel Comics* vendeu 80 mil exemplares. Entretanto, Martin optou por uma segunda impressão fazendo com que a edição voltasse às bancas, o que resultou na venda de 800 mil exemplares, número superior a média de sua principal concorrente, a DC Comics

O sucesso da publicação foi tamanho que um ano depois uma segunda edição seria publicada. *Marvel Comics* passou a ser chamada de *Marvel Mystery Comics* logo em sua segunda edição, graças a Martin Goodman que apreciava a mudança dos títulos de suas publicações. Na segunda edição, Tocha Humana passou a comportar-se como um tradicional herói fantasiado, combatendo o crime e ajudando aqueles em perigo, aproximando-se cada vez mais de seu concorrente, o Superman. Ganhou até um alter-ego e um emprego, Jim Hammond, o policial, enquanto Namor continuava sua fúria contra os humanos; contudo agora, apaixonando-se por uma humana, Betty Dean, que era policial e trabalhava junto do alter-ego do Tocha Humana.

Essa característica seria um dos divisores de água na consolidação dos quadrinhos do gênero de super-heróis. Como Betty trabalhava na mesma delegacia que o alter-ego do Tocha Humana, Jim Hammond, sendo inclusive amigos, Betty funcionava como intermediária entre os dois maiores sucessos de Timely. Não demoraria para que os dois Heróis viessem a se encontrar. De acordo com Howe (2013, p. 24), “[...] foi assim que, em *Marvel Mystery Comics* n. 7, um momento aparentemente descartável – no qual Betty avisa Namor que o Tocha Humana está na polícia e à sua procura – foi semente de uma revolução”.

Pela primeira vez dois personagens que figuravam em títulos distintos cruzavam suas narrativas e esse cruzamento viria a se tornar uma marca da *Marvel Comics*. Na concorrente DC, os personagens pareciam viver em universos distintos, onde as narrativas não se cruzavam. Superman e Batman tiveram seu primeiro encontro em 1952, na edição número 76 de *Superman* O primeiro *crossover* da DC Comics ocorreu alguns meses depois da publicação de *Marvel Mystery Comics* n. 7, com a publicação de *All-Star Comics* n. 3, trazendo a reunião da *Justice Society of America*, que seria a primeira equipe de super-heróis nos quadrinhos.

Outro fator que diferenciava as publicações do gênero na Timely era o fato do *background*, da ambientação das narrativas, serem espaços conhecidos de seus leitores, afinal, as histórias passavam-se em Nova York. Este tipo de narrativa saltava aos olhos dos leitores, pois criava-se o imaginário de que a qualquer momento outros personagens da mesma editora poderiam se cruzar em Manhattan, na estátua da liberdade, ou até mesmo, na esquina da rua próxima a casa do leitor.

Eventualmente Tocha Humana e Namor não só encontraram-se como travaram diversas batalhas, como nas edições 8 e 9 da *Marvel Mystery Comics* lançadas em 1940. Aqui podemos encontrar algumas controvérsias. Para a maioria dos fãs de quadrinhos os encontros entre Namor e Tocha Humana configuram o primeiro *crossover* (encontro-cruzamento) de super-heróis dos quadrinhos. Howe (2013) sinaliza que a presença da personagem Betty nos títulos de ambas as personagens foi apenas uma semente no que mais tarde viria a se tornar um *crossover*.

A primeira controvérsia diz respeito à presença da personagem Betty. Sua presença em ambas as narrativas configura um *crossover*? A resposta é sim! Todavia, não representa o *crossover* entre dois super-heróis. Nos quadrinhos o termo *crossover* é usado frequentemente para designar o encontro entre super-heróis. A outra controvérsia tem relação com os encontros entre Namor e Tocha Humana nas edições 8 e 9 da *Marvel Mystery Comics*. Neste caso figura-se um *crossover* tradicional dos quadrinhos, onde dois heróis de títulos distintos encontram-se em uma narrativa. Embora muitos leitores considerem esse encontro o primeiro *crossover* entre heróis, ele ocorreu alguns meses antes em outra editora de quadrinhos, na MLJ Comics e que futuramente viria a se tornar a conhecida Archie Comics. Enquanto a primeira interação entre heróis de títulos distintos da Marvel ocorreu em junho de 1940, o *crossover* da MLJ Comics ocorreu em março de 1940 entre as personagens Wizard e Shield na narrativa intitulada *The Wizard and the Man With The Super-Brain*, que posteriormente ganhariam um título em conjunto graças ao sucesso do recurso usado pela MLJ Comics. Embora a Marvel não tenha sido responsável pelo primeiro *crossover* entre heróis, foi a primeira a figurar personagens de títulos distintos na mesma narrativa.

Martin Goodman precisava de novos sucessos sem a necessidade do intermédio dos estúdios de Lloyd Jacquet. Com isso conseguiu que Joe Simon trabalhasse diretamente para ele, recebendo ligeiramente mais, mas com a

possibilidade de acumular o cargo de editor-chefe da Fox Publications, de Victor Fox, onde desempenhava várias funções, dentre elas, a de supervisionar uma equipe de artistas mal remunerados e quase sempre dotados de pouca experiência. Simon seria de grande importância para Martin, pois viria a apresentar a Timely um artista que traria grandes contribuições para o gênero de quadrinhos de super-heróis.

Figura 7 - O jovem Joe Simon



Fonte: <http://www.thecomicbooks.com/>

Simon encontrou na Fox um artista de 21 anos chamado Jacob Kurtzberg cuja infância e adolescência conturbadas o guiaram para uma gangue de rua. De acordo com Callari, Zago e Lopes (2011), Jacob matriculou-se aos 14 anos na famosa escola de arte *Pratt Institute*, não se adaptando, todavia, às rígidas regras e concepções retrogradadas.

Teve de trancar o curso por conta da demissão do pai, enquanto estudava os estilos de seus desenhistas favoritos, como Hal Foster e Milton Caniff. Encontrou um meio de exercer seu sonho, produzindo cartuns para o Boys Brotherhood Republic, clube de voluntários para resgatar jovens das ruas. Com isso pode voltar a estudar intercalando estudos em mecânica de automóveis com estudos em artes. Posteriormente conseguiu um emprego no estúdio de animação dos irmãos

Fleischer, porém, o sistema de produção fabril o desagradou, passando por vários outros empregos desenhando tiras até conhecer Simon na Fox.

Kurtzberg era hábil, veloz e, como tinha que botar o pão na mesa dos pais e do irmão mais novo, queria ganhar tudo o que fosse possível. Impressionado com o talento e com a ética de trabalho de Kurtzberg, Simon logo o recrutou como sócio nos empreendimentos de freelancer, e no início dos anos 1940 eles trabalharam juntos num novo título para a Timely chamado Corvo Vermelho [*Red Raven*]. Kurtzberg não recebeu créditos pela história de oito páginas, chamada “Mercurio no Século XX”, na qual o deus de pés alados é enviado “do Alto Olimpo, retiro celestial dos deuses da Antiguidade”, para salvar a humanidade de si mesma – e de seu primo, Plutão, que usa o disfarce de Rudolph Hendler”, líder ditatorial da “Prussilândia”. Mas em outra história, “Comet Pierce” (com dívida a Flash Gordon), Kurtzberg assinou com um pseudônimo que logo viria a adaptar em caráter permanente e jurídico: Jack Kirby (HOWE, 2013, p. 26).

Figura 8 - Jack Kirby e seu icônico charuto.



Fonte: <https://rottenink.wordpress.com>

Apesar do fracasso de Corvo Vermelho, que foi logo substituído por um novo título do Tocha Humana (carro-chefe da editora), Goodman manteve Simons e Kirby trabalhando e os incentivando a mandarem novas propostas, pois gostava da

possibilidade de produzir quadrinhos sem o intermédio da Funnies Inc. Após terem criado os super-heróis Marvel Boy e Visão³ [Vision], Simon rabiscou uma versão de um conhecido personagem de umas das concorrentes: o Escudo [Shield] da MLJ Comics.

Figura 9 - Escudo, criado por Harry Shorten e Irv Novick em 1940.



Fonte: <http://goldenagecomics.org/>

Observando a Figura 6, pode-se imaginar qual super-herói os rascunhos de Simon viriam a se tornar.

O Capitão América quase foi batizado de Super Americano, mas seu nome foi repensando antes de ser apresentado a Goodman. Percebendo grande potencial em sua nova criação, Simon negociou de forma distinta os direitos da personagem, ficando não apenas com 25% dos royalties, mas também com um cargo fixo de editor na Timely oferecidos por Goodman, apesar de ter dito que o super-herói não iria durar. Simon fez o mesmo a Kirby, convidando-o para trabalhar para Goodman

³ O super-herói Visão seria reformulado e reaparecia futuramente nos quadrinhos da Marvel Comics.

e, enquanto Simon trabalhava em diversas áreas com Goodman, desde passar trabalho para freelancers até criar logotipos, Kirby passava o dia desenhando.

Chegava as bancas em 20 de dezembro de 1940, Capitão América n. 1 que contava a história de Steve Rogers, rapaz franzino cheio de anseios em defender seu país da ameaça nazista, que é recusado no alistamento militar, mas recebe um formula experimental batizada de soro do super-soldado, responsável por dar-lhe força, agilidade e resistência sobre humanos. Todo esse poder, todavia, não o permitia refletir projéteis, fazendo com que usasse um escudo com a insígnia norte americana para se defender, assim como seu uniforme. A capa da primeira edição de Capitão América trazia uma imagem provocadora.

Figura 10 - Capa da primeira edição de Capitão América.



Fonte: <http://www.comicbox.com/>

Com base na capa da primeira edição de Capitão América, onde podemos observar o alter-ego de Steve Rogers acertando um golpe na face de Hitler em meio a uma reunião de planejamento numa sala repleta de oficiais e símbolos nazistas, é possível traçar um paralelo bastante significativo entre a futura Marvel Comics e sua maior rival, a DC Comics. Enquanto os principais títulos da DC, Superman e Batman, combatiam ameaças distantes e imaginárias, como monstros e

alienígenas, ou vilões clichês, como ladrões de bancos ou vilões caricatadamente fantasiados, os super-heróis da Timely buscavam uma aproximação maior com a realidade vivida pelos norte-americanos. De acordo com Howe,

nas últimas semanas de 1939, o Príncipe Submarino desviara um U-Boat alemão do litoral de Nova York; Marvel Boy enfrentou um ditador chamado Hiller (diz-se que Goodman tinha medo de um processo de Adolf), e Namor colaborava na resistência de uma ilha francesa contra invasores nazistas. Foram batalhas esporádicas. A guerra na Europa, porém, estava ganhando novos tons: A França havia tombado, e a ameaça do mundo nazista espalhar-se pelo mundo começou a entrar a cabeça dos norte-americanos. O Capitão América estaria focado em uma só missão: derrubar o Terceiro Reich (2013, p. 27).

Neste sentido, os heróis da futura Marvel Comics traziam a narrativa mais próxima da realidade. Enquanto os personagens da DC Comics comportavam-se como semideuses enfrentando ameaças de magnitude interestelares, os personagens da Timely enfrentavam ameaças não só mais próximas, como reais.

Enquanto Capitão América n. 1 encontrava-se na gráfica, uma pessoa que, assim como Kirby, viria a se tornar de grande importância para o futuro da editora adentrava pela primeira vez no edifício onde a Timely operava.

Stanley Lieber era sobrinho de Robbie Solomon, gerente de circulação e também tio de Jean Goodman. Stanley havia perdido o emprego recentemente e tinha o sonho de ser escritor. Robbie o levou para conversar com Joe Simon, que percebeu no rapaz um espírito esforçado, apesar de não entender muito de quadrinhos. Stanley trabalhava como faz tudo, varria o chão, buscava café e apagava as marcas de lápis das páginas arte-finalizadas.

Passando um ou dois meses, Simon deu uma chance a Stanley. Ou melhor, algo para ele se manter ocupado. Para qualificar-se à taxa econômica dos correios, a revista precisava ter textos. Então, Stanley teria de escrever um conto do Capitão América a ser acompanhado de duas ilustrações. Ele entregou 26 parágrafos toscos, com o título “Capitão América desbarata a vingança do traidor”, o qual assinou com um pseudônimo para não arruinar a carreira futura de escritor sério. O crédito dizia “Stan Lee” (HOWE, 2013, p. 30).

Figura 11 - Stan Lee em 1940.



Fonte: <http://themarvelageofcomics.tumblr.com/>

As vendas na Timely iam muito bem por conta do sucesso de Capitão América, o que inspirava a criação de novos títulos. Apesar do aumento de trabalho na Timely, Simon e Kirby continuavam a fazer freelance para outras editoras. Entretanto isso mudou quando Morris Coyne, contador da Timely, revelou que Goodman não estava sendo honesto com ambos em relação aos Royalties do Capitão América. Ao invés de procurar Goodman para tirar satisfação e exigir seus direitos, Simon e Kirby entraram em contato com Jack Liebowitz, da DC Comics, editora concorrente, pois achavam que os lucros de personagens populares criados lá seriam repartidos de uma maneira mais justa. Liebowitz já havia manifestado interesse no trabalho de Simon e Kirby.

Ambos alugaram uma pequena sala em um hotel próximo as locações da Timely, onde trabalhavam clandestinamente ganhando quinhentos dólares por semana. Não demorou em se descuidarem, deixando Stan Lee, que trabalhava ao lado dos mesmos na Timely, curioso em saber onde os dois estavam almoçando, pois não almoçavam mais na companhia de Stan.

Acabaram cedendo e contaram a Lee o segredo, que não ficou seguro por muito tempo; em questão de dias foram descobertos, levando Kirby a acreditar que Lee os havia dedurado para os irmãos Goodman, que exigiram a demissão de ambos. E assim aconteceu.

Nascia uma antipatia entre Kirby e Lee. Joe Simon e Jack Kirby criariam uma série de personagem altamente vendáveis, títulos inteiros e novos gêneros, e viriam a se tornar os artistas mais procurados pelos próximos vinte anos. Os irmãos Goodman resolveram aproveitar o talento de seu pupilo e, aos dezoito anos, Lee viu-se editor de uma bem sucedida editora.

A desenvoltura inabalável de Stam desmentia uma infância que não fora fácil. Seu pai, Jack, alfaiate, passara desempregado a maior parte de meninice de Stam, e as suas primeiras memórias eram de Jack debruçado sobre os classificados e brigando com Celia. Stam dormia na sala de estar do apartamento apertado que eles tinham no Bronx. Seria fácil dizer que as leituras vorazes e o cinema foram o escapismo clássico de uma infância difícil. Porém, em vez de refugiado num mundo de fantasia, Stam sempre foi jovial e extrovertido, tão interessado em aprender oratória quanto participar de concursos de redação. Anos depois, ele lembraria muitas vezes da inspiração que teve quando um vendedor de anúncios de jornal visitou a turma do colégio e os deixou fascinados com sua lábia. Resolveu aprender aquilo por conta própria, vendendo para um jornal rival. Agora o tom comunicativo e otimista lhe servia muito bem: todo mundo que trabalhava com ele ficava inspirado com a sua determinação e vigor. O que Joe Simon podia ter visto como astúcia infantil agora parecia, perante os colegas de Stam, as qualidades de um líder, com ou sem aquele boné com hélice que costuma usar. Stam ditava roteiros por telefone, tomava decisões de supetão sobre novas séries e escrevia ele mesmo duas ou três história por semana. “Não importa quantos títulos novos jogassem pra ele, de última hora, ele dava um jeito de nunca perder o prazo”, lembrou um dos artistas. Goodman ainda se envolvia na decisão das capas – e assim continuaria durante décadas –, mas a coleira de Stam estava cada vez mais frouxa (HOWE, 2013, p. 32-33).

Após a entrada definitiva dos Estados Unidos na Segunda Guerra, alguns funcionários da Timely foram recrutados, dentre eles Bill Everett e Carl Burgos. Stan Lee viria a se alistar, passando seu caro para Vince Fago, experiente no ramo de quadrinhos de bichinhos tipo Disney, em 1942. Vez ou outra ainda escrevia o Capitão América, agora assinando com Soldado Stan Lee.

O momento vivido pela população estadunidense favoreceu a recepção do novo super-herói americano, que rapidamente tornou-se muito popular não só entre as crianças e jovens urbanos, mas também entre os soldados americanos.

De acordo com Howe (2013), Capitão América foi o líder de vendas da editora durante o período da guerra, crescendo de 15 milhões para 25 milhões em menos de dois anos, sendo que em 1943 alcançou números próximos a 30 milhões ao ano, dos quais uma porcentagem era destinada às tropas americanas. A tiragem média de uma edição da Timely durante a guerra chegava a meio milhão, fazendo de Goodman um milionário.

1.1.2. Pós-Guerra, Comic Code e Atlas Comics.

Após o término da guerra a Timely passou por transformações, novos setores foram criados e o quadro de funcionários havia crescido. Quando Stan Lee voltou encontrou novas publicações que prosperam graças a Fago. No cargo de editor, enquanto trabalhava para atualizar-se com relação às novas tendências de revistas em quadrinhos dedicadas ao público feminino, como *Tessie, a Datilógrafa* e *Enfermeira Nellie*, Lee contratou diversos subeditores, que trabalhavam em suas próprias salas e em títulos próprios. Lee e Fago chegaram a acumular cerca de cem mil dólares em história publicadas em caso de emergências. No entanto, ainda não havia necessidade de usá-las, pois havia no mercado uma onda de artistas talentosos, como Johnny Romita e John Buscema, prontos para trabalharem no que seus editores precisassem.

As tendências dos gibis estavam mudando a velocidade alarmante. Os EUA pós-guerra, agora obcecados com a praga da delinquência juvenil, começaram a arrancar quadrinhos de temática criminosa das mãos dos jovens e, ao notar permissividade sexual e a violência nas páginas, acharam que haviam encontrado a arma do crime. (Sem considerar que 90% das crianças, de trombadinhas a coroinhas, liam gibi; a culpa pela conduta anômala podia recair igualmente nos chicletes e nas casas na árvore). Cidadezinhas organizaram fogueiras de gibis. Artigos de reprimenda saíram na *Time* e na *Collier's*, e cidades como Detroit tiveram projetos de lei para banir o flagelo. Sentido a necessidade de ação preventiva, um grupo de editores uniu-se e criou uma série de regras quanto ao conteúdo, assim como Hollywood havia feito com o Código Hays vinte anos antes. Os gibis policiais estrangulados pelas novas regras logo

foram substituídos por *westerns*, depois por gibis românticos, depois por piadinhas (HOWE, 2013, p. 36).

Tal código ficou conhecido como Comic Code. Assim como o Código Rays, o Comic Code foi criado a partir da união de profissionais do ramo das publicações quadrinhos onde, através de debates, decidiram por criar um conjunto de regras e normas específicas para a publicação de quadrinhos, visando policiar suas produções, certificando-se de que o material produzido estaria de acordo com os novos padrões impedindo novos ataques ao mercado editorial.

Com isso, os quadrinhos de super-heróis foram perdendo cada vez mais a popularidade sendo pouco a pouco substituídos, uma vez que, com o fim da guerra, não havia mais um inimigo a se enfrentar, muito menos devotos leitores nos campos de batalha. No final de 1949, Bucky, o ajudante mirim do Capitão América havia levado um tiro; Tocha Humana e Namor não estavam mais em circulação, e o próprio Capitão América não passava de parte de um título de uma série de humor que o mesmo não participava: *Captain America's Weird Tales* ou Contos Estranhos do Capitão América.

Martin encontrou algumas histórias inéditas guardadas por Lee em caso de emergências e, questionando a necessidade de um quadro tão volumoso de artistas, cortou boa parte dos funcionários em fevereiro de 1950, restando apenas Stan Lee na área dos artistas.

Apesar do estoque de história inéditas, muitas delas não operavam bem acordando às novas tendências do mercado, que apresentava altas vendas de quadrinhos de guerra, graças a entrada na Guerra da Coréia, e também de quadrinhos de terror, devido a sucessos como *Contos da Cripta (Tales From the Crypt)*⁴. Assim, iniciou-se a busca por novos *freelancers*. As demissões fizeram Lee perceber que a classe de artistas não possuía direitos trabalhistas, o que tornava a profissão deveras insegura em termos legais. Goodman passou a publicar as histórias inéditas por sua conta, usando o nome Atlas.

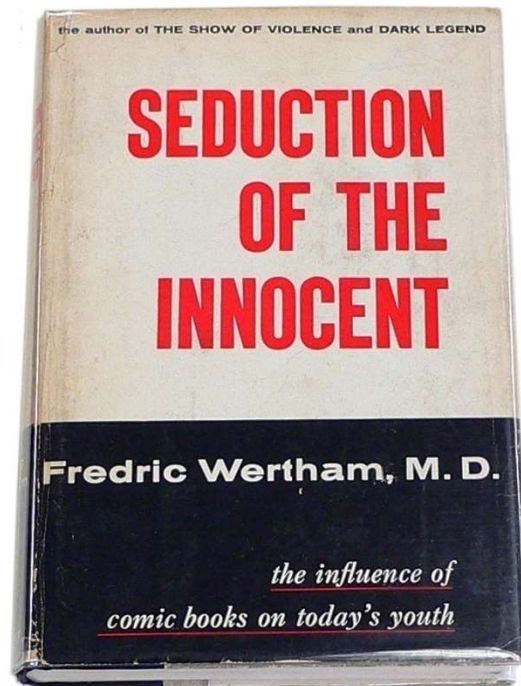
Stan Lee aos poucos montou uma nova equipe de produção, e quando Superman (1952) transformou-se em série televisiva, Goodman ressuscitou seus maiores sucessos, como Capitão América, Namor e Tocha Humana, colocando os três personagens para combaterem juntos a ameaça comunista. Velhos rostos

⁴ Contas da Cripta foi uma série de quadrinhos de horror publicada bimensalmente pelas EC Comics de 1950 to até 1955.

como o de Bill Everett e Carl Burgos voltaram a frequentar as locações de Timely que, após passar por um processo de expansão, mudou suas locações para Madison Avenue. Em sua nova locação, a Timely passou a publicar revistas que evoluíram do gênero pulp - que tratava de temas como fofocas do cinema, confissões, palavras cruzadas e histórias de ação levemente obscenas, como *Stag* [Garanhão], *Male*. [Macho] e *For Men Only* [Só Para Homens] - sob a responsabilidade editorial de Noah Sarlat e Bruce Jay Friedman, enquanto Lee cuidava de mais de setenta títulos junto dos novos funcionários da Timely.

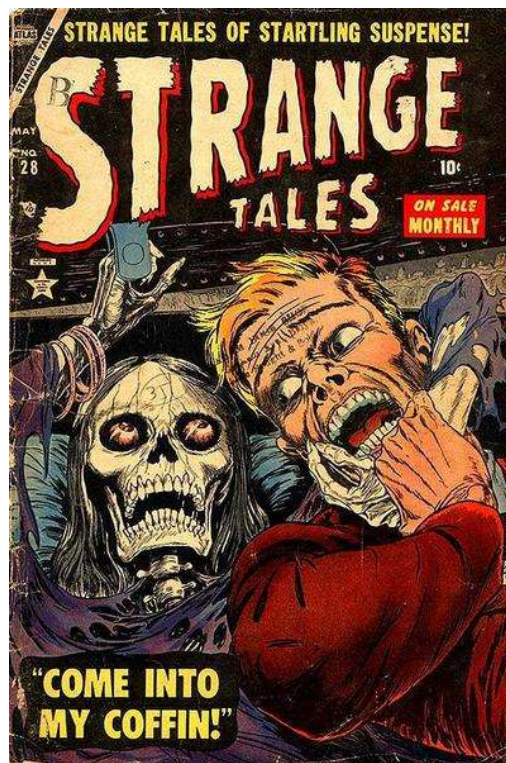
Em abril de 1954, assim que os editores de Goodman começaram a abrir as caixas da mudança e se ajustar à Madison Avenue, a fúria contra os quadrinhos voltou com mais força. O psicólogo infantil Fredric Wertham, que há anos se destacava como crítico de quadrinhos, publicou *A sedução do inocente*, ataque ferrenho ao material lúgubre de diversos títulos de crime, terror e até de super-heróis (incluindo ilustrações explícitas de espancamento de cônjuges, sadomasoquismo e assassinatos macabros); semanas depois um subcomitê do Senado dos EUA que tratava da delinquência juvenil voltou os olhares para a mesma coisa, tendo Wertham como perito. Quando o gerente comercial da Timely, Monroe Froehlich Jr., foi chamado a depor, ele e Martin Goodman encheram uma perua de quadrinhos e dirigiram até Washington, ávidos em fornecer exemplos contrários e salutares. (“Posso lhes apresentar os contos da *Bíblia*?” Froehlich propôs da bancada). Mas não deviam ter se dado ao trabalho; o subcomitê estava bem abastecido de emoções policromáticas. Nas audiências transmitidas pela TV, o inquisidor brandia perante o público um exemplar de *Strange Tales* n. 28, da Timely, destacando que ele continha “cinco histórias nas quais treze pessoas morrem de forma violenta” (HOWE, 2013, p. 38-39).

Figura 12 - Edição original da obra de Fredric Wertham, *Seduction of the innocent*, publicada em 1954.



Fonte: <http://www.printmag.com/>

Figura 13 - Capa da edição n. 28 da revista *Strange Tales*, publicado em 1951.



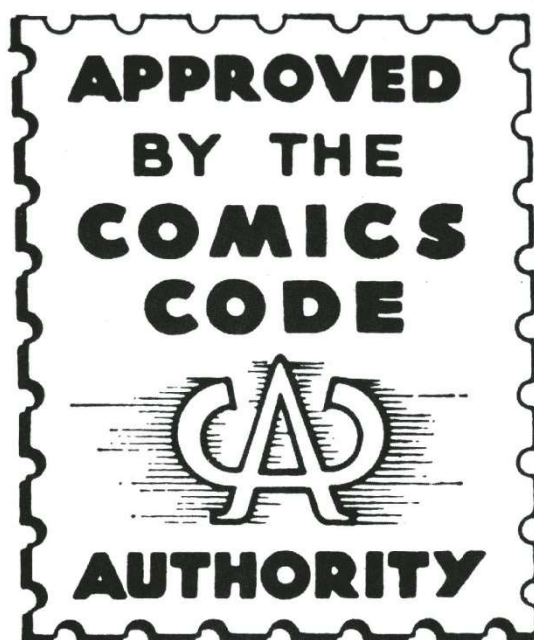
Fonte: <http://marvel.wikia.com/>

Podemos observar na capa da edição 28 da *Strange Tales* uma imagem que causa incômodo ao mostrar o esqueleto de um corpo em decomposição e agarrando uma pessoa pelo pescoço; o alto nível de detalhamento transmite o desespero da vítima. Uma capa nada amistosa.

As capas não deveriam conter as palavras terror ou horror, muito menos fantasmas, zumbis, vampiros ou lobisomens em qualquer página dos gibis. Dentre outras regras, não se podia criar simpatia por vilões ou criminosos.

A CMAA criou um selo que seria impresso na capa dos gibis, o que garantia que o conteúdo do mesmo estava de acordo com as regras estabelecidas pelo Comic Code. Os quadrinhos que não possuíssem o selo da CMAA não seriam distribuídos às bancas pelas distribuidoras.

Figura 14 - Selo de aprovação da CMAA – Comic Magazine Association of America



Fonte: <http://badassdigest.com/>

Segundo Del Manto e Gusman (1991) pretendiam estabelecer um “padrão de moral” para assegurar aos leitores uma revista de “qualidade”.

A censura se espalhou pelo mundo inteiro. E o Brasil não ficou de fora. Na década de 60, os quadrinhos publicados aqui passaram a ser “vigiados” por um código de ética. Eram 18 artigos que proibiam cenas de sexo, violência e ofensas morais, ao Estado, aos pais, aos

professores, aos deficientes físicos e às religiões. Esse “acordo” foi assinado por quatro empresas: Editora Abril, Rio Gráfica e Editora, Editora Brasil – América e Editora Gráfica O Cruzeiro (DEL MANTO; GUSMAN, 1991).

O número de publicações caía cada vez mais e, dois anos após o início das declarações de Wertham, esses números caíram pela metade. O impulso da televisão e do rock ‘n roll diminuía ainda mais a popularidade dos quadrinhos. A Timely, agora batizada de Atlas, cortou drasticamente seu orçamento pagando cada vez menos aos *freelancers*, fazendo com que Stan Lee frequentemente discutisse com o diretor pelos honorários dos artistas que agora já não estavam no auge da juventude e eram pais de família que necessitavam de pagamentos mensais para sustentar uma vida decente.

A Atlas continuou a produzir quadrinhos que dividiam as prateleiras das bancas com outros gibis, que agora tratavam de temas mais genéricos como os da Dell, líder do mercado, que detinha dos direitos vitalícios dos personagens de Walt Disney, da Warner Bros. e da DC, que buscava repaginar seus principais personagens, dando a eles carreiras e papéis sociais acima de qualquer suspeita, em cenários cada vez mais limpos e familiares. Chegava a ser contraditória a necessidade de super-heróis em locais tão pacíficos.

De acordo com Howe,

Em fins de 1954, seguindo um conselho de Monroe Froelich, Goodman desistiu de distribuir por conta própria e assinou contrato com a American News Company. Mas a ANC – titubeante após uma investigação do Departamento de Justiça por conta de prática de monopólio e às voltas com ações movidas pelos próprios clientes – encerrou repentinamente sua Divisão de Periódicos por Atacado em abril de 1957, o que deixou Goodman com um império de revistas e quadrinhos que não tinham como chegar às bancas. A Independent News, ao ver os resultados das revistas de Goodman, aceitou distribuir suas publicações. Mas, como a Independent era propriedade da rival da Timely, a DC, havia um porém: a produção de quadrinhos de Goodman não poderia exceder oito títulos por mês (2013, p. 41).

Os acordos realizados com a Independent News levaram a Atlas ao declínio obrigando mais uma vez o corte no orçamento e a demissão da equipe de artista. Stan Lee foi novamente incumbido por Goodman a demitir seus artistas. Muitos dos artistas demitidos foram buscar trabalho na rival DC, outros não conseguiram se

manter no ramo dos quadrinhos optando por outros tipos de trabalhos gráficos. Mesmo Stan Lee teve de mudar para um escritório mais barato, embora acreditasse que o mercado voltaria a aquecer.

Com o fim dos arquivos de materiais de Goodman, Lee precisou buscar artistas para criarem materiais inéditos para algumas revistas de ficção e aventura de Goodman. Então, entrou em contato com um artista que passará algumas vezes pela Timely pouco antes de perder sua distribuidora, Stevie Ditko, um rapaz tranquilo, que tinha por volta dos trinta anos de idade. Assim como outros, Ditko viria a ser uma grande aquisição da Atlas.

Figura 15 - Steve Ditko em sua mesa de desenhos



Fonte: <http://www.byrnerobotics.com/>

Stan Lee também entrou em contato com outro conhecido da Timely, Jack Kirby que, junto de Joe Simon, havia participado ativamente nos campos de batalha de Omaha durante a Segunda Guerra Mundial. Após a guerra, Kirby e Simon haviam pulado de editora em editora, trabalhando juntos na criação de quadrinhos românticos (*Young Romance*), chegando até mesmo a fundar uma editora em sociedade. Entretanto, o momento da crise dos quadrinhos fez com que a pequena editora não se mantivesse em atividade por muito tempo. Ambos seguiram caminhos distintos encerrando uma parceria de quinze anos. Kirby foi para a DC desenhando o *Arqueiro Verde* e *Desbravadores do Desconhecido*. Quando Lee o

contatou, Kirby aceitou o trabalho, mesmo já estando sobrecarregado com outros serviços.

Trabalhando novamente na Atlas, Kirby, juntamente de Ditko e Stam lançavam histórias que se assemelhavam muito aos famosos contos de *Alem da Imaginação*⁵, como finais cheios de reviravoltas. Enquanto Kirby desenhava máquinas alienígenas e monstros horripilantes, Ditko ficava com o desenvolvimento das personagens de *Strange Worlds*. Kirby chegou a ser processado pela DC por não cumprir acordos relacionados ao título de *Sky Masters*. Contudo, Kirby continuou a desenhar o título mesmo enquanto estava sendo processado pela editora, que após o desfecho, encerrou o processo contra as atividades de Kirby.

Figura 16 - Capa da edição n. 1 de *Strange Worlds*, 1958.

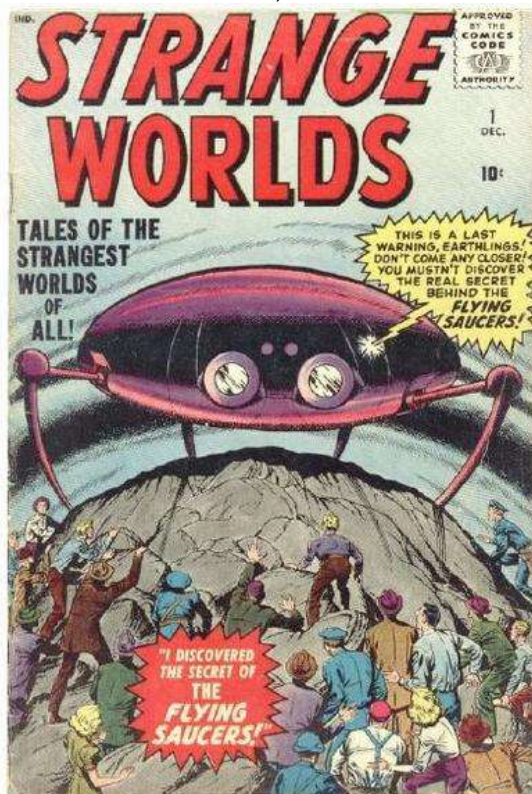
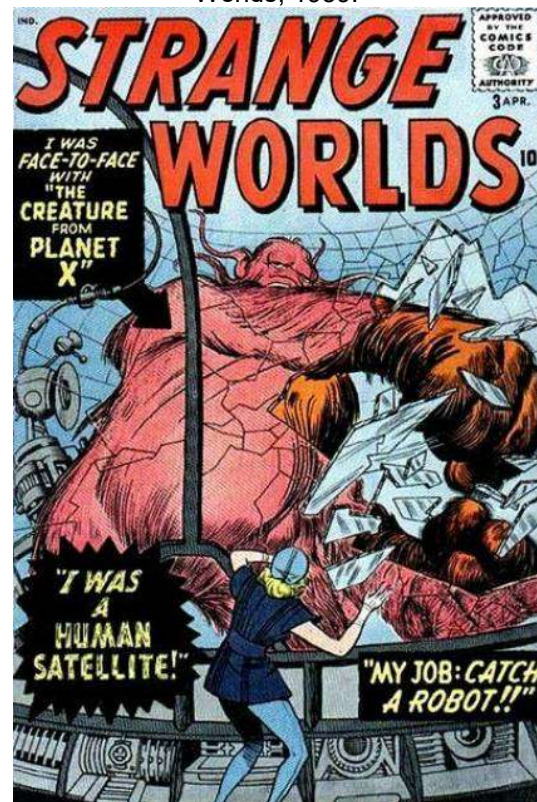


Figura 17 - Capa da edição n. 3 de *Strange Worlds*, 1959.



Fonte: <http://www.comicvine.com/>

As capas de *Strange Worlds* seguiam um padrão: sempre mostravam uma criatura de grandes proporções destruindo algum ambiente próximo a pessoas em

⁵ *The Twilight Zone* era uma série de televisão que foi ao ar de 2 de outubro de 1959 a 19 de junho de 1964 em sua primeira transmissão, e narra contos repletos de elementos sobrenaturais.

desespero, com balões de fala pontiagudos expressando gritos contendo alguma passagem relacionada à temática do quadrinho.

Ao longo de dez anos, Stan Lee permaneceu firme no ramo dos quadrinhos. Ao lado de Goodman e Kirby conseguia bons pagamentos graças a sua experiência e dedicação. Todavia, com a crise no setor, ambos encontravam-se com poucas garantias de um futuro promissor. O desejo de deixarem a Atlas era cada vez maior.

A Atlas necessitava urgentemente de um título que fizesse não apenas suas vendas aumentarem, mas com que o mercado de quadrinhos voltasse a crescer.

O destino interveio (ou assim diz a lenda) na forma de uma partida de golfe que envolveu Martin Goodman e Jack Liebowitz, dono da editora rival DC Comics. Conta-se que Liebowitz falou para Goodman que a DC havia juntado seus personagens mais famosos – Superman, Batman, Mulher-Maravilha, Lanterna Verde – numa única revista, *Liga da Justiça da América*, e de uma hora para outra tinha um sucesso de vendas. Goodman voltou a trote à firma com uma atribuição a Lee: *roube essa ideia e invente uma equipe de super-heróis*. Mas Lee já havia passado por outras experiências de ressuscitar personagens. Foi para casa, conversou com a esposa Jane e anunciou que iria pendurar as chuteiras. Ela o convenceu a não desistir: “Crie do jeito que você gostaria”, ela insistiu. “Coloque as suas ideias no gibi. O pior que pode acontecer é o quê? Eles te demitirem?” (HOWE, 2013, p. 9).

A versão de Howe é também narrada com frequência pelo próprio Stan Lee, inclusive no documentário *Marvel 75 Years: From Pulp to Pop!* (2014, Zak Knutson).

Por volta da metade de 1961, Lee e Kirby amontoaram um punhado de 25 páginas, intitularam de *Quarteto Fantástico n. 1* e soltaram milhares de exemplares nas bancas. Foi também em 1961 que a editora de Goodman trocou seu nome para Marvel Comics.

1.1.3. Quarteto Fantástico e Marvel Comics.

Figura 18 - Capa do primeiro volume do Quarteto Fantástico, 1961.



Fonte: <http://www.hollywoodreporter.com/>

Muitas características diferenciavam publicação de Quarteto Fantástico das demais publicações no mercado. Embora a disposição das personagens na capa assemelhasse-se muito as capas de Strange Worlds, com uma criatura de tamanho anormal ao centro atacando pequenos seres humanos em pânico, o conteúdo daquela edição estava longe de igualar-se aos publicados na Strange Worlds.

Ao invés de trazer um grupo de heróis tradicionais unidos e alinhados sob um mesmo propósito, a publicação trazia grupo em conflito o tempo todo, diferente dos tradicionais grupos onde todos simpatizam entre si, sempre de bom humor.

O Quarteto apareceu nas bancas em 8 de agosto de 1961, mesma semana em que a Alemanha Oriental iniciou os trabalhos no Muro de Berlim. A temática da corrida espacial não tinha como ser mais apropriada: entre concepção e publicação do gibi, os soviéticos haviam feito do cosmonauta Yuri Gagarin o primeiro homem no

espaço (embora não haja relatos dos perigosos raios cósmicos). Os dados de vendas só viriam a aparecer meses depois, mas houve um surto imediato de cartas de leitores – não as reclamações usuais sobre a revista ter vindo sem os grampos, mas um público enlevado pelos personagens complexos. “Estamos tentando (talvez em vão?) chegar a um público um pouco mais velho, mais sofisticado”, escreveu Lee numa carta privada, três semanas depois. Pela primeira vez em anos parecia que a Marvel tinha algo de especial em mãos (2013, p. 47-48).

A primeira edição de Quarteto Fantástico traria para os quadrinhos algo que hoje se encontra comum e bastante consolidado no gênero de Super-heróis: personagens mais humanos e narrativas menos maniqueístas.

Lee e Kirby perceberam que o que tinham em mãos diferenciava-se das outras narrativas publicadas até então e ampliaram cada vez mais a dimensão dos conflitos internos das personagens do Quarteto, ora lançando foco no comportamento imaturo de Johny Storm, ora dando espaço a fúria depressiva de Bem Grimm, O Coisa, cuja aparência amedrontadora e força adquiridas durante a viagem espacial davam contornos distintos a personagem. Ao mesmo tempo em que era um super-herói, sua aparência era a de um monstro saído de um exemplar de *Strange Worlds*.

Outra quebra com as narrativas tradicionais de super-heróis dizia respeito ao fato das personagens não usarem máscara, sendo suas identidades conhecidas de todos. Os integrantes do Quarteto Fantástico só ganharam uniformes devido à insistência de seus leitores.

Figura 19 – Capa do terceiro volume de Quarteto Fantástico, março de 1963.



Fonte: <https://extremisreviews.files.wordpress.com/>

A capa do terceiro volume trazia logo ao lado do título as inscrições de “melhor revista em quadrinhos do mundo” assim como o anúncio das novidades contidas naquele “maravilhoso item de colecionador” como o Fantasticarro (Fantasti-Car) e os uniformes a pedido dos leitores. A edição trazia também a completa análise do Edifício Baxter, o esconderijo nada secreto do grupo de heróis.

O esquema azul dos uniformes, com o número 4 em evidência sob o fundo branco servia, principalmente, para contrastar com os tons de verde, marrom, cinza e púrpura, geralmente atribuídos aos inimigos monstruosos quem viriam a enfrentar ao longo da narrativa.

Graças aos constantes elogios vindos dos fãs através da seção de cartas, Goodman percebeu o sucesso de seu novo produto e decidiu que precisava de mais super-heróis que seguissem o padrão narrativo do Quarteto Fantástico, e cancelou o título Romance Adolescente (Teenage Romance), para dar lugar a uma versão

contemporânea do clássico literário de Robert Louis Stevenson, O Estranho Caso de Dr. Jekyll e Mr. Hyde.

As fronteiras da ciência na Guerra Fria eram mais uma vez vitais à trama: o Dr. Bruce Banner prepara o teste de uma Bomba Gama para as forças armadas dos EUA quando um jovem inconsequente chamado Rick Jones entra com seu conversível no campo de testes deserto, só para cumprir uma aposta. Banner pede adiamento do teste até que Jones esteja em segurança, mas um espião comunista no laboratório da sequência à explosão, e Banner é bombardeado por radiação. O ponto alto da trama é a sequência traumática da explosão gama. (HOWE, 2013, p. 48).

Figura 20 – Momento em que Bruce Banner é atingido pelos raios gama.



Fonte: Página 4 do primeiro volume de *The Incredible Hulk* (1963)

A Figura 20 retrata a sequência traumática da explosão a qual Sean Howe refere-se. Algumas imagens da cena encontradas em pesquisa na internet retratam

os dois últimos quadros em cores diferentes,.; ao invés das cores alaranjadas, são retratados em tons de verde. A diferença pode ser resultado de reedições da primeira impressão da primeira edição de O Incrível Hulk. A edição mais recente publicada no Brasil pela editora Salvat, em 2015, traz os quadros em tons de verde.

Howe ainda discute algumas peculiaridades com relação ao enredo dos quadrinhos iniciais do Incrível Hulk, associando a personagem principal ao novo modelo narrativo da editora e questionando até que ponto Hulk poderia ser considerado um herói. “Tudo virava angústia para o personagem titular, tomado de esquecimentos, medo, culpa e amor não correspondido por Betty, a filha do general⁶. Até seria possível chamar o Hulk de super-herói, mas o que ele estava salvando? E de quem?” (HOWE, 2013, p. 49).

Estes novos contornos narrativos repercutiram em outros heróis clássicos da editora. Namor reapareceria pela primeira vez desde 1954 nas edições do Quarteto Fantástico, aliando-se a Victor Von Doom, arqui-inimigo do grupo de super-heróis, reacendendo seu ódio pela humanidade e desenvolvendo desejos amorosos por Sue Storm, a mulher invisível.

Aproveitando o lançamento do Incrível Hulk e o retorno de Namor, Stan Lee e Jack Kirby criaram três novos super-heróis para figurar em outros três títulos de monstros. Thor, o Deus Nórdico do Trovão seria publicado na revista *Journey Into Mystery*; Homem-Formiga (Ant-Man) estrearia na *Tales to Astonish* e *Amazing Fantasy* abrigaria o Homem-Aranha (Spider-Man). O processo criativo da narrativa do Homem-Aranha demanda mais atenção e voltaremos a ele posteriormente.

Baseado no Deus da mitologia Nórdica, criado por Stan Lee, Jack Kirby e Larry Lieber e publicado pela primeira vez em agosto de 1962, Thor apresenta um médico deficiente físico chamado Donald Blake, que em viagem aos países escandinavos, acaba sendo perseguido por alienígenas chamados Homens de Saturno. Durante a fuga, Donald encontra um cajado, que ao ser batido contra o chão, transforma-se no martelo mágico do deus do trovão e transforma Blake no poderoso Thor.

⁶ General Thaddeus E. "Thunderbolt" Ross é pai do interesse romântico de Bruce Banner, Betty Ross e é também o principal antagonista dos primeiros arcos narrativos de O Incrível Hulk. Foi responsável pelas pesquisas sobre o uso da radiação gama que causaram a transformação de Bruce Banner em Hulk e passa a persegui-lo.

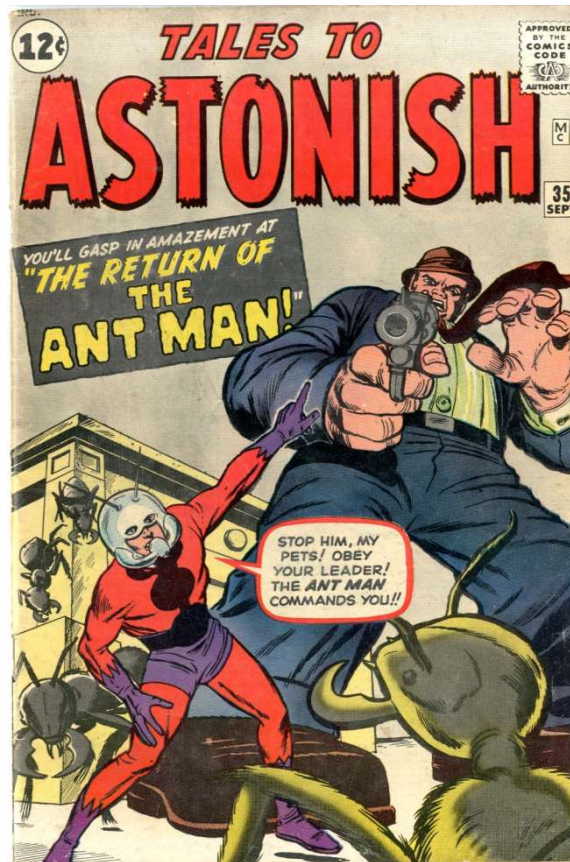
Figura 21 - Primeira edição de Thor publicado no volume 83 da revista *Journey Into Mystery*, agosto de 1962.



Fonte: <http://www.marvel.com>

Criado pelos mesmos autores de Thor e publicado pela primeira vez em setembro de 1962, a narrativa de Homem-Formiga apresenta um cientista chamado Hank Pym, que descobre uma fórmula química capaz de encolhê-lo ao tamanho de um inseto e cria um capacete que o possibilita se comunicar com insetos através de impulsos eletrônicos. Hank trabalhava para o governo na criação de um gás capaz de tornar as pessoas imunes a radiação. Tal projeto é descoberto pelos comunistas, que invadem o laboratório e tentam roubar o gás antirradiação, obrigando o cientista a usar seu soro de encolhimento e seu capacete controlador de formigas para se salvar, e impedir que suas pesquisas caíssem em mãos erradas. Assim Hank Pym utiliza seus novos poderes para se tornar um super-herói e uma espécie de espião detetive.

Figura 22 - Capa da primeira edição de Homem-Formiga, publicada na revista Tales to Astonish 35, setembro 1962.



Fonte: <http://www.fourcolorcomics.com/>

A personagem que estrearia na *Amazing Fantasy* em nada se parecia com o Homem-Aranha que conhecemos hoje. No conceito inicial, um adolescente órfão transformava-se em um super-herói adulto graças aos poderes de um anel mágico. Tal conceito não foi aprovado por Steve Ditko, que estava encarregado de finalizar as páginas desenhadas por Kirby e roteirizadas por Lee. O roteiro foi então revisado e o anel mágico deu lugar a picada de uma aranha radioativa. Lee entregou o novo roteiro para que Ditko o desenhasse. Contudo, seu estilo de desenho diferenciava-se em muito ao de Jack Kirby, que já estava consolidado na nova fase de publicações da editora.

Figura 23 - Capa da *Amazing Fantasy* nº 15, agosto de 1962⁷.



Fonte: <http://www.empireonline.com/>

No enredo de Homem-Aranha, publicado na *Amazing Fantasy* nº 15, Peter Parker, um jovem órfão criado por seus tios, recebe poderes ao ser picado por uma aranha radioativa e passa a enfrentar o crime após a emblemática morte do seu tio, assassinado por um assaltante que Peter voluntariamente deixou escapar. A publicação consolida de vez o modelo de narrativa da editora apresentando super-heróis humanizados. Peter Parker quando não está trajado de Homem-Aranha sofre bullying dos alunos populares da escola e vive, mesmo enquanto combate o crime, entre as preocupações com sua tia doente e a necessidade de conseguir algum pagamento para o sustento de ambos.

O alter-ego do Homem-Aranha configura-se como o exato oposto do super-herói tradicional, e o traço de Steve Ditko fortalecia sua aparência magra e amargurada, contrabalanceados apenas pelo modo como herói provoca de forma cômica seus inimigos durante a batalha.

⁷ Steve Howe data a publicação da edição no mês de junho de 1962 e não em agosto como está grafado na capa da imagem.

Outra característica da arte de Ditko que marcou o perfil do Homem-Aranha foi a interpretação das habilidades atléticas de Peter advindas de seus novos poderes, que para Ditko, era representada mais através de acrobacias do que através da força bruta de socos e chutes.

Figura 24 - Destaque para os traços de Steve Ditko em Homem-Aranha.



Fonte: *Amazing Fantasy* nº15, 1962, p. 11.

O personagem não chamou a atenção de Martin Goodman, que cancelou a revista *Amazing Fantasy*. Todavia, devido ao grande interesse dos leitores, o super-

herói ganhou uma revista própria sob o título de *O Surpreendente Homem-Aranha* (The Amazing Spider-Man).

Enquanto Stan Lee procurava atender aos pedidos dos leitores e espetacularizar cada vez mais as narrativas do Homem-Aranha com batalhas e elementos fantásticos, Ditko apostava no foco mais crível do mundo vivido por um adolescente e seus problemas cotidianos.

Essa divisão criativa acabou gerando instabilidade na dupla, o que transparecia na seção de cartas de outras edições. Stan Lee, responsável pela seção, dizia que a edição daquele mês de Homem-Aranha podia não agradar a todos, mas que se o leitor quisesse entender o motivo, deveria correr para as bancas adquirir seu exemplar. Ao mesmo tempo em que criticava o trabalho de Ditko, Lee aproveitava para vender a edição. A seção de cartas merece mais atenção, pois mostra um comportamento interessante relacionado à imagem pública da editora, que está relacionado diretamente ao comportamento de grandes marcas.

Lee passava a impressão de um ambiente de trabalho alegre, cheio de brincadeiras e repleto de funcionários que eram melhores amigos uns dos outros, onde todos os artistas reuniam-se para criar histórias em grupo, estando Lee sempre se desdobrando de forma engraçada para manter o ritmo em diversos títulos. Contudo, era um ambiente de trabalho como qualquer outro. Jack Kirby aparecia apenas algumas vezes por semana na editora, desenvolvendo seus trabalhos no porão de sua própria casa. Embora a imagem passada por Lee para seus fãs fosse bastante diferente da realidade, esse era o atrativo para muitos leitores.

Lee se desdobrava para manter o ritmo da escrita de diversos títulos. Esse ritmo só foi possível graças a um novo método de escrita de roteiros desenvolvido pelo autor, que ficou conhecido na indústria dos quadrinhos como Método Marvel (Marvel Method).

De acordo com Les Daniels (1991), a maioria dos quadrinhos era criada a partir de scripts preparados por roteiristas e editores. As palavras vinham primeiro e geralmente eram dadas instruções aos artistas sobre a maneira de dividir o enredo em páginas e quadros. Daniels ainda explica que, em alguns casos, as páginas eram entregues com os quadros divididos e balões preenchidos com as falas, cabendo ao artista preencher os espaços em branco com os desenhos indicados. Este sistema funcionava muito bem para editoras com muitos funcionários,

entretanto, não funcionava para Lee que, além de ser o roteirista mais produtivo da editoria, acumulava os cargos de editor e diretor de arte.

O Método Marvel consistia em transformar argumentos básicos em histórias bem ritmadas e visualmente concisas (HOWE, 2013). Esse sistema implicava uma alta sinergia entre Lee e o desenhista do título, pois era necessário que o desenhista conseguisse desenvolver toda a arte do quadrinho tendo apenas como base do roteirista algumas frases e um possível final para a trama. Se por um lado esse método parecia minimalista demais, por outro possibilitava ao desenhista desenvolver visualmente a trama de forma criativa e sem muitas imposições. Mais tarde esse sistema permitiria a autores como Kirby e Ditko processarem a empresa pelos direitos das personagens, bem como disputar com Lee os direitos de criadores das personagens criadas em conjunto.

Este sistema funcionava muito bem entre Lee e Kirby e, “gradualmente, Lee tentou a técnica com outros artistas, e em menos de um ano todos os quadrinhos produzidos pela editora eram feitos da maneira Marvel.” (DANIELS, 1991, p. 87).

Com a produção de tantos títulos novos, aquilo que havia surgido como diferencial dos quadrinhos da Timely, e que havia desaparecido nas publicações da Atlas, agora retornava em proporções ainda maiores. A continuidade e interligação de tramas.

Steve Ditko desenvolveu por conta própria o cirurgião arrogante que vira mago benevolente, Doutor Estranho, como atração secundária da *Strange Tales* – e os personagens existentes começaram a gerar sinergia. Em duas páginas de *O Surpreendente Homem-Aranha* nº 1, o teioso tentava afiliar-se ao Quarteto Fantástico (mas ficou desapontado ao saber que o grupo da pagava salário); no mesmo mês, o Hulk (cujo título acabara de ser cancelado) apareceu em *Quarteto Fantástico* nº 12. Doutor Destino enfrentou o Homem-Aranha; Tocha Humana deu uma palestra para os alunos da escola de Peter Parker; e o Doutor Estranho foi parar no hospital sob os cuidados do Dr. Don Blake, alter ego de Thor. Quando o Homem-Formiga apareceu em *Quarteto Fantástico* nº 16, acompanhado de uma encantadora nova heroína chamada Vespa [Wasp], uma nota de rodapé explicava tudo: Conheça Vespa, a nova parceira de aventuras do Homem-Formiga a partir da edição 44 de *Tales to Astonish*! Era promoção cruzada, muito astuta, mas o mais importante era o efeito narrativo que viria a se tornar marco da Marvel Comics: a ideia de que essas personagens dividiam o mesmo mundo, que as

ações de um tinham repercussão nas dos outros e de que cada gibi era um mero fio da megatrama⁸ Marvel. (HOWE, 2013, p. 55-56).

A continuidade e permeabilidade das tramas da Marvel preparavam terreno para a criação, em setembro de 1963, do título *Os Vingadores* (*The Avengers*), que, assim como *A Liga Da Justiça da América*, da concorrente DC Comics, reunia as principais estrelas Marvel, como o Homem de Ferro, Homem-Formiga, Vespa, Thor e Hulk, para derrotarem o inimigo de Thor, Loki.

Figura 25 - Primeira edição de *Os Vingadores*, 1963.



Fonte: <http://www.dacardworld.com/>

Lee ainda criou no mesmo mês outro título, trazendo um grupo de super-heróis, agora inéditos, os *X-Men* (*The X-Men*). Na trama um grupo de adolescentes com poderes advindos de mutações genéticas lutavam, sob a tutela do Professor Charles Xavier, contra outros mutantes mais radicais liderados por Magneto, enquanto lidavam com movimentos anti-mutantes, buscando aceitação da maioria

⁸ Mega trama ou Mega Saga são termos utilizados nos quadrinhos para denominar uma narrativa que se espalha por diversos títulos influenciando e conduzindo suas temáticas.

não mutante. A série fazia paralelo com movimentos civis norte-americanos ligados principalmente a intolerância racial.

Figura 26 - Primeira edição de X-Men, 1963.



Fonte: <http://marvel.wikia.com/>

“Por mais sutil que tenha sido, a conexão entre os X-Men e a luta pelos direitos civis foi uma das primeiras vezes em que a Marvel reconheceu as fissuras na sociedade norte-americana.” (HOWE, 2013, p. 58).

A Marvel Comics seguiu criando personagens nas diretrizes implantadas por Lee e Kirby com a criação do Quarteto Fantástico o que a manteve na disputa de vendas com sua maior Rival, a DC Comics, que apesar de se manter no topo das vendas, desestabilizou-se com os novos lançamentos no mercado. Nesta época a DC ainda se chamava National Periodical Publications, sendo comprada em 1966 pela Kinney National Company, que mais tarde também viria a comprar a Warner Bros.-Seven Arts, passando a se chamar Warner Communications.

A DC tentou copiar o estilo da Marvel buscando atrair mais leitores e, embora não tivesse alcançado o resultado esperado (Robin chegou a ganhar uma tia, assim como Peter Parker), a nova abordagem da personagem Batman - que possuía

grande popularidade graças ao programa de TV da ABC e uma gama de produtos licenciados - despertou interesse em Hollywood. Comercializar licenças das personagens Marvel viria a se tornar uma das metas de vida de Stan Lee.

Ao saber que a DC Comics iria expandir o número de publicações, Martin requisitou a criação de novas séries para Stan Lee e Kirby, que criaram um grupo de heróis intitulados Inumanos e um herói negro, chamado Tigre de Carvão. Contudo, a distribuição dos títulos da Marvel era controlada pela Independent News, que por sua vez era empresa afiliada a National Periodical Publications, futura DC Comics, impedindo assim que a editora de Martin Goodman lançasse mais títulos (WOLK, 2013).

Ambos os títulos viriam a ser publicados futuramente em edições do Quarteto Fantástico, e Tigre de Carvão seria publicado como Pantera Negra, o primeiro super-herói negro a chegar ao grande público.

Mesmo com a limitação imposta pela distribuidora, de acordo com Howe (2013), enquanto a DC com 48 títulos possuía uma circulação mensal de 7 milhões, a Marvel limitada a um terço dessa produção conseguia 6 milhões. O limite no número de publicações só caiu quando a futura DC foi comprada pela Kinney National Company, que permitiu que a Marvel começasse a expandir sua linha.

Em 1968, Goodman foi contatado por um advogado chamado Martin Ackerman, dono da Perfect Film & Chemical Corporation, um pequeno conglomerado que incluía lojas de revelação de filmes, farmácias e outras empresas menores. Ackerman comprava patrimônios e desmembrava-os, absorvendo o que lhe interessava e revendendo o que não possuía utilidade a seus projetos.

Ackerman era presidente da editora Curtis Publishing, cargo que conseguira através de um empréstimo feito a Curtis. Como presidente, Ackerman desenvolveu o setor de distribuição da Curtis, a Curtis Circulation, e anexou-o a Perfect Film e queria aumentar seus lucros comprando algumas publicações. O que chamou a atenção de Ackerman não foram as publicações em quadrinhos de Goodman, mas seu Magazine Management.

Goodman vendeu a Marvel por 15 milhões de dólares e assinou um contrato para continuar como Publisher da Marvel, e seu filho Chip como diretor editorial. Goodman garantiu que Stan Lee continuasse na Marvel, assinando um contrato de cinco anos para “editor-estrela”.

1.1.4. Venda para a Perfect Film.

A compra da Marvel pela Perfect Film permitiu a Curtis Circulation cuidar da distribuição assim que o contrato da Marvel com a Independent News expirasse, o que possibilitou ainda mais liberdade nas publicações. Todavia o mercado encontrava inflado. Para driblar as baixas vendas do mercado de quadrinhos, Goodman diminuiu o número de páginas nas revistas e pediu que a continuidade dos títulos fosse encerrada, pois revistas cuja trama se estendem de um volume para o outro corriam o risco de perder novos leitores e leitores casuais, uma vez que cada exemplar correspondia a uma parte da sequência narrativa.

Outra mudança decretada por Goodman foi a de que as personagens não deveriam passar por grandes mudanças, para que suas representações não entrassem em conflito com as versões planejadas para futuros licenciamentos.

Martin Ackerman demitiu-se da presidência da Perfect Films, e em seu lugar foi nomeado Sheldon Feinberg que começou a desmembrar o pequeno conglomerado da Perfect Films mudando de nome em 1970 para Cadence Industries.

De acordo com Daniels em capítulo intitulado “Pesquisa e Desenvolvimento”, a Marvel, agora líder da indústria, comanda uma jovem geração de criadores. O resultado é um período de grande exploração artística e o surgimento de personagens inovadores, que vão desde um bárbaro selvagem a uma irmandade internacional de mutantes. Mas a expansão criaria algumas dores crescentes (1991, p. 146).

Marvel adquiriu a liderança do mercado de quadrinhos graças a engenhosa estratégia desenvolvida por Goodman. Explica Daniels que,

as capas das histórias em quadrinhos de novembro estampavam que o preço era “ainda quinze *cents*” – por trinta e seis páginas (incluindo as capas), mas a inflação fez o aumento de preços inevitável. Quando o aumento veio, entretanto, foi mais do que o tradicional dois ou três *pennies*. Em novembro de 1971, o preço padrão de uma história em quadrinhos pulou para vinte e cinco *cents*, mas o número de páginas aumentou para cinquenta e dois. A concorrente DC fez a mesma mudança simultaneamente – as duas líderes industriais raramente podiam manter segredos entre si uma vez que muitos escritores e artistas *freelancers* trabalhavam para ambas. Depois de apenas um mês de novos preços, em dezembro de 1971, a Marvel voltou atrás com trinta e seis páginas ao preço de vinte cents. Os quadrinhos da Marvel agora eram consideravelmente

menos caros para jovens leitores que tinham de contar seus níqueis e *dimes*. Além disso, uma vez que Goodman havia na realidade criado a aparência de barganha aumentando o preço em um terço, ele tinha aumentado suficientemente os lucros para oferecer uma porcentagem maior do preço de varejo para seus distribuidores do atacado. Como resultado dessa combinação vantajosa, a circulação aumentou, e os quadrinhos de vinte *cents* eram mais amplamente distribuídos do que nunca. (1991, p. 154-155).

Diferente da versão de Daniels, na versão apresentada por Howe (2013) do mesmo fato, Marvel e DC teriam realizado um acordo conjunto de aumento de preço e páginas, o que pode representar cartel, e complementa que a DC teria insistido por um tempo no novo valor atribuído, sob o discurso de possuir mais páginas que a rival. Contudo, quando resolveu voltar ao preço anterior de vinte *cents* encontrou o mercado tomado pela popularidade e altas vendas da Marvel.

O resultado do abrandamento do Comic Code, como vimos, permitiu a Marvel voltar a publicar quadrinhos de horror. Entretanto, Lee não queria voltar a publicar quadrinhos de horror, um dos motivos que quase o fizeram desistir da área, ameaçando deixar a Marvel para trabalhar na concorrência. Embora Feinberg, o novo presidente da Cadence, não entendesse muito de quadrinhos, sabia que Lee era um dos maiores triunfos da Marvel e não podia deixar que o mesmo fosse trabalhar para a DC, dando-lhe dupla promoção de presidente e Publisher da Marvel. Roy Thomas assumira seu lugar como editor-chefe.

Com a mudança na direção, cobrava-se da Marvel que a mesma havia se distanciado da realidade, seus quadrinhos não mais refletiam os movimentos populares que ocorriam em todos os Estados Unidos. A Marvel já havia criado o Pantera Negra, porém, o mesmo tinha aparecido apenas como convidado em um volume do Quarteto Fantástico. O primeiro super-herói negro a ter um título próprio foi *Luke Cage, Hero for Hire* (Luke Cage, Heróis de Aluguel 1972), criado por Stan Lee, desenhado por Billy Graham, desenhado por Georgie Tuska's e escrito por Archie Goodwin.

Além de Luke Cage, foram criados personagens representando outras minorias, dentre elas os títulos *Masters of Kung Fu* (abril de 1974), que trazia um herói oriental. Daniels (1991) acredita que um dos motivos para a criação de um herói com valores orientais era capitalizar nos quadrinhos a popularização dos filmes de artes marciais e o outro era desculpar-se por terem retratado por tanto tempo personagens asiáticos como vilões.

Ainda de acordo com Daniels, “a Marvel ainda tentou um herói nativo americano que foi destaque em *Red Wolf* (Maio 1972). A ambientação western estava fora de moda e esse experimento durou apenas nove edições”. (1991, p. 159).

Com relação aos novos lançamentos da Marvel, Howe (2013) explica que as primeiras tentativas de conquistar leitores negros não obtiveram resultados significativos, o que levou Roy Thomas a buscar apelo no público feminino lançando três novos títulos que seriam escritos por mulheres. Embora a ideia fosse interessante, Roy não contava com escritoras na Marvel e improvisou convidando sua esposa Jeanie, a esposa de Herb Trimble, Linda Fite (a única com experiência em escrita) e a esposa do promotor de convenções Phil Seuling, Carol. Lee então criou o argumento para três super-heroínas, a *Enfermeira da Noite* [Night Nurse], *As Garras da Gata* [The Claws of The Cat] e *Shanna, a Mulher-Demônio* [Shanna The She-Devil]. Os títulos foram cancelados nove meses depois.

Mesmo com resultados ruins, a ordem de Roy Thomas era insistir em personagens étnicos, colocando Luke Cage para aparecer nas páginas de Homem-Aranha, o personagem mais popular da Marvel, e ressuscitando Blade, o Caçador de Vampiros; também deram mais atenção a Sam Wilson, o Falcão, parceiro do Capitão América. Mas a iniciativa que mais chamou a atenção foi a introdução do Pantera Negra na série *Jungle Action*. Roteirizada por Don McGregor, a série já não contava com muita atenção da Marvel devido à baixa venda, o que permitiu McGregor tratar de temas mais relevantes para a comunidade negra, bem como acrescentar apenas personagens negros, uma vez que a série se passaria na terra natal do super-herói Pantera Negra chamada Wakanda, localizada no continente africano.

Embora a introdução de personagens étnicos tenha sido realizada de forma bastante controversa e se configurado como um movimento bastante interessante para a perspectiva dos quadrinhos, o que marcou a década de 70 para a grande massa de leitores foi a morte de Gwen Stacy na série “*O Surpreendente Homem-Aranha*”.

Roy Thomas decidiu quebrar o *status quo* da série de Peter Parker. Gwen Stacy era a namorada de Peter Parker e Roy não entendia como um sujeito como Parker poderia estar namorando uma personagem como Gwen e decidiu que a

mesma seria morta nas próximas edições da série. Por ser criação de Stan Lee, Roy pediu permissão a ele antes, que consentiu.

Na trama, o Duende Verde, vilão nas histórias do Homem-Aranha, descobre a identidade secreta do Super-Herói e decide atraí-lo usando sua namorada como isca. O Homem-Aranha tenta salvá-la quando foi arremessada do alto de uma ponte pelo vilão, mas impacto gerado quando a teia a alcança quebra seu pescoço. A morte de Gwen Stacy em 1973 trouxe consigo algo muito maior do que se imaginava.

De modo geral, os uniformizados, desde seu surgimento no final da década de 30, representavam o triunfo do bem contra o mal; a garantia da vitória. Esta condição é considerada por muitos como uma das razões do apelo desses personagens junto ao público jovem. [...] *A Morte de Gwen Stacy* coloca um ponto final na eterna vitória do bem contra o mal, e mostra que, apesar dos heróis, nem sempre os inocentes sobrevivem. (CODESPOTI, 2007).

A morte da personagem gerou muitas discussões, tanto entre os fãs como entre os autores. Stan Lee esquivava-se dizendo que nunca autorizaria algo semelhante, enquanto os autores diziam que nunca fariam algo sem o consentimento de Stan. Atendendo a demanda dos fãs, a personagem voltaria na forma de um clone, mas deixaria as páginas *O Surpreendente Homem-Aranha*, pois Peter havia encontrado uma nova namorada.

Embora controverso, o arco narrativo⁹ não só configurou-se como um marco nas histórias em quadrinhos no que diz respeito a sua narrativa, mas também abriu as portas para eventos capazes de chamar a atenção do público resultando em picos de venda.

O sistema de editoração da Marvel permitia que os autores publicassem suas obras sem que houvesse muita fiscalização quanto a temática tratada nos títulos, o que possibilitou que alguns autores lançassem arcos narrativos que abordavam temas típicos da contracultura, como abuso de drogas, política, sexo e também religião. Mesmo com o abrandamento do *Comic Code* e com as tentativas de atrair outros públicos, algumas temáticas ainda eram tratadas com mais preocupação pela editora.

⁹ Arco narrativo ou arco de história é o termo utilizado para designar uma narrativa contada de forma contínua através de episódios ou volumes, contendo início e fim bem marcados.

Jim Steranko, Jim Starlin, Steve Eglehart e Alan Weiss foram alguns dos autores que conseguiram driblar a vigilância da Marvel, publicar histórias tratando de temas proibidos e também foram responsáveis pela volta de personagens que estavam esquecidos no limbo editorial, como Nick Fury, Doutor Estranho, Howard o Pato e Capitão Marvel. As narrativas, arte e cores dos títulos produzidos por esses artistas eram recheadas de experimentação e apesar de algumas represálias da editora, serviram como base para os quadrinhos que seriam produzidos nos próximos anos.

Outros personagens como Wolverine e Justiceiro (The Punisher) viriam a se tornar bastante populares surgiram na mesma década. Ambos surgiram em títulos de outros personagens, Wolverine em Hulk e Justiceiro em Homem-Aranha, mas ganhariam maiores participações em títulos próprios ou tornando-se personagem fixo em outro título.

Justiceiro e Wolverine representavam um anseio dos autores da Marvel, personagens mais violentos, anti-heróis, algo que a Marvel não trabalhava com frequência em seus títulos mais comerciais. Justiceiro foi criado por Gerry Conway e John Romita, cuja primeira aparição em “*O Surpreendente Homem-Aranha* nº 129” se deu em fevereiro de 1974. Wolverine por sua vez foi criado por Len Wein, John Romita e Roy Thomas, aparecendo pela primeira vez em “*O Incrível Hulk* nº 180”, em novembro do mesmo ano.

Em 1975, Albert Einstein Landau (Al Landau), que assumiu o cargo de presidente¹⁰ da Marvel após Feinberg cansar-se dos quadrinhos, ainda possuindo vínculos com a Transworld Features Syndicate, havia decidido adaptar os quadrinhos da Marvel para o mercado internacional e “percebeu que personagens europeus e asiáticos teriam grande valor internacional, ele sugeriu que a Marvel criasse uma superequipe de não americanos” (HOWE, 2013, p. 165). De acordo com Dalton (2011), a Transworld Features Syndicate cuidava do licenciamento de publicações norte-americanas para o mercado internacional.

Ao invés de criarem uma série nova, Roy Thomas, Mike Friedrich e Dave Cockrum reformularam alguns personagens de projetos esquecidos, revitalizando o grupo de heróis X-Men, deixando seus membros fundadores de lado para histórias secundárias e dando lugar ao novo grupo multiétnico de mutantes. O novo grupo

¹⁰ Al Landau tornou-se editor-chefe da Marvel em 1972 e em 1973 já ocupava o cargo de presidente.

contava com Noturno (alemão), Wolverine (canadense), Tempestade (queniana), Colossus (russo), Pássaro Trovejante (nativo-americano). X-men se tornaria uma dos maiores sucessos da Marvel, nacional e internacionalmente.

Outro acontecimento importante da década de 70 ocorreu em 1976, com a publicação do primeiro *crossover* entre a Marvel Comics e sua maior rival, a DC Comics. De acordo com Daniels (1991, p. 169),

Marvel Comics e Dc Comics sempre foram competidores, e por extensão, seus símbolos corporativos Homem-Aranha e Superman sempre foram rivais também. Antes que os dois heróis pudessem entrar em choque, entretanto, suas respectivas corporações precisavam entrar em acordo. Felizmente, o editor da Marvel Stan Lee e sua contraparte na DC, Carmine Infantino, trabalharam juntos no início da Marvel, e por conta da relação de longa data foi possível chegar a um acordo que criou um momento especial na história dos quadrinhos. O resultado, *Superman vs. The Amazing Spider-Man* (1976), foi uma enorme história em quadrinhos tamanho tabloide de noventa e duas páginas que trouxe os dois aventureiros trajados de vermelho e azul juntos para trocar socos e depois, naturalmente, salvar o mundo.

Figura 27 - Capa de *Superman vs. The Amazing Spider-Man* (1976).



Fonte: <http://www.break.com/>

A década de 70 também foi responsável por testar os limites da unificação e a grandiosidade do Universo Marvel. De acordo com HOWE (2013), Roy Thomas

havia criado um sistema para ajudar os roteiristas a acompanhar as personagens do Universo Marvel. Roy organizava um arquivo com fichas de cada personagem, contendo a habilidade especial de cada um e sua última aparição. Todavia o sistema funcionava bem com uma quantidade baixa de personagens e agora a Marvel já possuía um volumoso arquivo de super-heróis.

Coordenar a continuidade cada vez mais complexa entre os títulos também estava virando um fardo. Uma das marcas do Universo Marvel era ser uma narrativa grande e unificada, onde tudo que acontecia em um título teria impacto potencial em todos os outros. Isso era gerenciável quando Stan Lee supervisionava pessoalmente oito gibis por mês. (HOWE, 2013, p. 168).

As personagens não poderiam estar em todos os lugares ao mesmo tempo e um roteirista deveria certificar-se que uma personagem não estava sendo usada em alguma outra trama antes de utilizá-la na história que estava criando. Qual artista podia usar determinada personagem em detrimento de outra artista? Isso gerava algumas disputas por personagens e também gerava um caos narrativo, pois uma vez que um novo roteirista assumia um título cujo autor anterior deixou, seja por demissão, perda de prazos ou promoção para um título de maior visibilidade, sua meta era fazer melhor e negar tudo o que havia ocorrido anteriormente. Por exemplo, se o autor anterior havia matado uma personagem importante, o primeiro passo do novo autor seria ressuscitá-la.

A conectividade excessiva das narrativas não era o único problema que a indústria dos quadrinhos enfrentava e de acordo com Daniels,

em 1975, a Marvel estava a deriva em águas profundas. Suas vendas eram as maiores da indústria, mas seus lucros diminuíram perigosamente. O número de pontos de venda estava encolhendo à medida que as bancas de jornal estavam sendo substituídas por cadeias de lojas, cujos contadores não se importavam com os poucos centavos de lucro vindos da venda de histórias em quadrinhos. (1991, p. 173).

Para piorar, complementa Howe (2013, p. 181),

O fato de os gibis serem vendidos a distribuidores em consignação deixava as editoras extremamente vulneráveis a práticas de negócio injustas. Havia uma proliferação de histórias de exemplares não vendidos parados em depósitos e com as capas rasgadas,

devolvidas em troca de crédito. Os gibis sem capa então eram vendidos a preço menor – tudo transformado em lucro para o distribuidor.

Ainda de acordo com Howe (2013), Al Landau baseava seus relatórios de vendas para a Cadence com base nos exemplares quitados e não nos exemplares enviados, imprimindo cada vez mais e aumentando o estoque de quadrinhos não vendidos. Desconfiando dos relatórios de Landau, Sheldon Feinberg enviou representantes da empresa para examinar de perto o que ocorria na Marvel. Dentre eles estava James Galton, que assumiria a presidência da Marvel em 1975 na busca para resolver os problemas da editora, que corria risco de ter suas atividades encerradas pela Cadence.

Jim Galton, como era conhecido, trabalhou anteriormente como editor de livros de brochura para a Popular Library e, por conta de sua experiência, foi contratado pela Cadence para exercer algum controle sobre as finanças em declínio da Marvel.

Galton alterou o sistema de distribuição da Marvel, dando prioridade para o sistema de distribuição direta, ou seja, sem o intermédio de uma distribuidora e sem a distribuição por consignação. Galton já havia trabalhado com esse sistema na Popular Library (DANILES, 1991) e tanto a Marvel como a DC já esboçavam esse sistema vendendo grandes quantidades de exemplares com desconto para alguns promotores de vendas que aceitavam ficar com o que não fosse vendido, esperando vendê-los para colecionadores futuramente. (HOWE, 2013).

“A primeira coisa que tive de fazer foi parar a produção,” disse Galton. “O número de títulos proliferou geometricamente. O departamento de editoração estava soltando novas séries sem considerar se o produto era vendável ou não. Além disso, a entrega dos livros estava fora do cronograma e caótica. Isso manchava a credibilidade para com os distribuidores e, mais importante, afetava as vendas finais: o leitor não podia confiar que receberia o próximo volume de um livro no tempo apropriado. Eu também realizei mudanças substanciais áreas de venda e circulação”. (DANIELS, 1991, p. 173).

A distribuição direta mudou para sempre o mercado dos quadrinhos, que deixou de lado as bancas de jornal e lojas de conveniência, passando a vender majoritariamente para lojas especializadas em quadrinhos.

O problema dos prejuízos com a distribuição estava caminhando para ser solucionado. No entanto, o problema da falta de controle e supervisão da produção só seria de fato resolvido com a nomeação em 1977 de Jim Shooter, conhecido como *troubleshooter* (solucionador de problemas), para o cargo de editor-chefe. Jim sucedeu Archie Goodwin, tornando-se o editor-chefe mais jovem da Marvel.

Ao final da década de 70, a Marvel havia conseguido bons números de vendas com a venda de duas séries licenciadas, *Star Wars* e *Kiss*¹¹, porém as vendas dos quadrinhos de super-heróis não estavam dando o retorno esperado.

Na década de 80 a administração editorial de Jim Shooter sanou muitos problemas processuais da Marvel (incluindo a constante perda de prazo), e supervisionou o renascimento criativo na empresa, que incluía a institucionalização do pagamento de royalties para artista com a criação da linha Epic para publicação de materiais autorais. Shooter também implantou uma linha chamada *New Universe*, onde revitalizaria alguns personagens populares. Embora não tenha alcançado o sucesso desejado, Shooter venceu uma barreira imposta a muito pela Marvel: a de não alterar personagens suscetíveis a licenciamento.

Em 1981, A Marvel Comics comprou o estúdio de animações *DePatie-Freleng Enterprises*, de Friz Freleng, conhecido por dirigir as animações Looney Tunes e de seu parceiro de negócios David H. DePatie. Renomearam o estúdio para Marvel Productions, que foi responsável por animar filmes de personagens como G.I. Joe, The Transformers, Jim Henson's Muppet Babies, e série de TV como Dungeons & Dragons, além de animar personagens da Marvel Spider-Man and His Amazing Friends.

Em 1986, para comemorar o 25º aniversário da Marvel, Shooter desenvolveu os maiores *crossovers* da editora até então, *Torneio de Campeões* [Contest Of Champions] e *Guerras Secretas* [Secret Wars]. Guerra Secretas foi um enorme sucesso e contou com uma estratégia bem sucedida de lançamento de histórias em quadrinhos e *action figures* [bonequinhos] simultaneamente.

A administração editorial de Shooter foi considerada controversa pela forma ditatorial que comandava as produções, ditando regras para criação dos títulos, demitindo e substituindo autores na medida em que julgava necessário, por vezes

¹¹ A questão da compra e venda de licenças será explorada com mais atenção na próxima seção deste trabalho.

refazendo os roteiros¹² de vários títulos e, em especial, delegando a autoridade criativa aos editores e não mais aos autores.

Segundo Howe (2013), com a administração de Shooter as vendas nas bancas pararam de cair e as vendas nas lojas especializadas, foco principal das editoras de quadrinhos, aumentaram 46% em 1982 e mais 32% no ano seguinte. As novas minisséries criadas por Shooter não só aumentavam o fluxo de edições número um de colecionador, como também testavam o mercado para novos títulos. O sucesso de Shooter se deu graças à administração das vendas realizada por Carol Kalish, cujo entendimento tanto do setor de vendas quanto da produção de quadrinhos fazia com que sua relação com os vendedores especializados fosse sempre bastante amistosa. Carol era um elo entre os lojistas e a editora.

O Ano de 1986 marcou a venda da Marvel Comics para a New World Pictures. Algo que diferenciava a DC Comics da Marvel era a falta de um braço especializado na produção para cinema. A DC era afiliada da Warner Bros. e já possuía uma estrutura bastante avançada para trabalhar com seus personagens em outros ramos além dos quadrinhos. Embora a Marvel tivesse adquirido um estúdio para suas animações, ainda buscava possibilidades cinematográficas em parcerias e comercializações das licenças de suas personagens com terceiros. A New World Pictures, cuja venda foi presidida por Robert Rehme, poderia ser a representante da Marvel em Hollywood.

1.1.5. Venda para a New World Pictures e expansão desordenada.

De acordo com Daniels (1991, p. 202), James Galton explica que a New World os havia comprado por diversas razões,

“Nós éramos uma empresa lucrativa a nossa maneira; nós tínhamos um estúdio de animação que era sinérgico com a produção televisiva deles; e nós tínhamos muitas personagens que ainda não tinham sido exploradas tanto pela televisão quanto pelo cinema.” Em resumo, a Marvel havia se tornado uma empresa muito desejada, e durante os anos de 1980, quando a compra e venda de corporações era o ápice, sua aquisição era quase inevitável.

¹² Shooter havia iniciado sua carreira nos quadrinhos como roteirista da DC Comics.

A venda da Marvel para a New World resultou no fim da administração de Jim Shooter como editor-chefe. Seu modo de administrar todas as produções da Marvel criava um entrave criativo entre os autores e a própria estruturação do Universo Marvel. A maneira de Shooter expandiu demais o número de títulos, fazendo com que os autores gastassem tempo demais em títulos secundários e diminuindo a qualidade nos títulos principais.

Shooter reconhecia que era necessário diminuir o número de títulos visando aumentar a qualidade das produções. Contudo, os planos da New World envolviam expandir ainda mais o número de títulos, estes criados pela própria empresa. Por conta do descontentamento dos autores com o controle exacerbado e a expansão de títulos instituídos por Shooter, que inicialmente aumentaram as vendas da Marvel, mas agora dificultavam a criação dentro da editora, os donos da New World, Harry Sloan e Larry Kuppin, retiraram Shooter do cargo de editor-chefe antes que o mesmo pudesse tentar uma nova reformulação, nomeando Tom DeFalco como seu sucessor.

Embora a New World representasse o braço que a Marvel tanto precisava em Hollywood, falhou em desenvolver filmes lucrativos das personagens da Marvel e, com suas ações em baixa, colocou a Marvel a venda novamente.

De acordo com Howe (2013, p. 330), “o vencedor da concorrência foi o presidente da Revlon, Ronald O. Perelman, que usou a Compact Video, ex-divisão da Technicolor, como fachada para a compra”. A Marvel Comics foi comprada em 1989 por 82,5 milhões de dólares.

Com Perelman, a Marvel passou a incentivar monetariamente seus autores e editores, e o controle excessivamente centralizado instituído por Shooter já havia se dissolvido. Também com Perelman, a Marvel passou por uma evolução gráfica nos talentosos desenhos de autores como Todd McFarlane, Jim Lee e Rob Liefeld. Com McFarlane, Lee e Liefeld os quadrinhos passaram a possuir desenhos extremamente detalhistas trazendo o foco dos quadrinhos para a arte e colocando o argumento em segundo plano.

De acordo com Howe (2013, p. 338) “o que fazia Todd McFarlane se destacar é que ele não precisava da Marvel Comics. Já havia investido seus ganhos para fundar uma empresa de *cards* de esporte e abrir uma loja de quadrinhos em Washington”. Todd importava-se apenas em desenhar da forma que mais lhe agradava, sem se preocupar com o que os editores planejavam

McFarlane reestruturou todo o modo de desenhar o Homem-Aranha, dando a ele poses cada vez mais elásticas, redesenhando seu uniforme clássico, dando a ele um visual mais musculoso, diferente do estilo mais magro tradicional, e dando a Mary Jane, sua namorada, um visual mais sensual. Mesmo desagradando outros autores da Marvel, sua versão tornou-se modelo para desenhar o Homem-Aranha na Marvel (HOWE, 2013) e, em 1989, conseguiu a oportunidade não só de desenhar um novo título do Homem-Aranha, mas também de criar o argumento sem ficar preso ao roteiro de outra pessoa. Além disso, seu novo quadrinho não teria vínculo com os demais títulos em publicação do Homem-Aranha, ou seja, não precisaria se preocupar com a continuidade da Marvel.

O ano de 1990 representou, sob a tutela de Perelman e com a publicação de Homem-Aranha nº1 de Todd McFarlane, uma nova abordagem da Marvel Comics para com a forma de publicação de seus títulos e que refletiria positivamente no início, mas que ao longo da década, levaria a Marvel ao que pode ser considerada sua pior crise.

Segundo Howe, essa nova abordagem surgiu a partir de duas frentes distintas de marketing.

Para agradar os lojistas, Carol Kalish fez pressão por uma edição especial que seria vendida somente no mercado direto, impressa com tinta prateada sobre fundo negro. O gibi seria o mesmo em todos os aspectos, menos a capa.

Enquanto isso, o diretor de vendas de banca da Marvel notava que a edição mais vendida da revista *Sail* todos os anos era a que vinha num saco plástico com um calendário. Não era só por conta do calendário brinde – o saquinho a fazia ganhar destaque nas prateleiras (2013, p. 339-340).

Apesar de não possuir nada de grande distinção em seu conteúdo, a edição número um de Homem-Aranha, em suas três versões - com tinta prateada, com tinta normal e com embalagem plástica - vendeu mais de um milhão de exemplares (HOWE, 2013). Enquanto a edição com tinta prateada foi vendida através do mercado direto, a versão com embalagem plástica foi dedicada à venda nas bancas, o que gerou um leve desconforto de ambas as partes por não receberem todas as versões para venda.

Daniels (1991) complementa que a nova primeira edição de *Homem-Aranha* foi o quadrinho mais vendido da história dos Estados Unidos até aquele momento,

com tiragem inicial de 2,35 milhões de exemplares e posteriormente sendo impressos mais 500 mil exemplares para dar conta da demanda.

Figura 28 – Variações da Capa de Homem-Aranha nº1 (1990).



Fonte: <http://www.techtimes.com/>

Figura 29 - Edição com Embalagem Plástica da primeira edição de Homem-Aranha (1990).



Fonte: <http://comicsalliance.com>

A Marvel de Perelman não estava interessada se os quadrinhos possuíam um ótimo enredo ou uma arte memorável. O que interessava eram maneiras de lucrar cada vez mais e de acordo com Howe (2013, p. 340),

Fez-se uma nova tiragem com tinta dourada¹³ e, mais tarde, para recompensar os lojistas, a Marvel produziu uma versão em “platina” – repetindo a moda da indústria fonográfica de distribuir discos de platina – que seria enviada de cortesia a cada lojista. Depois de experimentos com vários formatos de capa, a edição de plantinha acabou tendo que ser impressa em papel-cartão, mais grosso, para reter a mistura especial de tinta. Proposta num orçamento de US\$ 8 mil, o item acabou saindo por mais de US\$ 35 mil. De início parecia um desastre - não só pelo custo, mas também porque não conseguiu agradar os lojistas, que imploravam por *só mais um exemplar* de colecionador.

A Marvel, contudo, havia aberto as portas para o futuro. Os cinco meses que o departamento industrial havia passado fazendo experiências para a edição platinada renderam diversos protótipos – as capas laminadas, capas em relevo – que podiam passar por aperfeiçoamentos e serem aplicados em títulos vindouros. Não apenas em edições limitadas, mas em tiragens de seis dígitos. Era só Todd McFarlane que vendia Homem-Aranha n. 1 ou eram as capas? Uma edição de O Incrível Hulk foi produzida às pressas com tinta fosforescente; as vendas tiveram alta de 300%, o que levou à reimpressão imediata. Seguiram-se uma capa metálica para Surfista Prateado e uma capa de Motoqueiro Fantasma que brilhava no escuro, as duas rendendo igual sucesso.

Como explanado anteriormente a nova primeira edição de Homem-Aranha vendeu de forma espantosa, configurando-se como um projeto de marketing bem sucedido. Entretanto, de acordo com Patrick A. Reed (2015), Homem-Aranha n°1 marcou a entrada de uma nova safra de investidores no mundo dos quadrinhos, a mesma safra que havia, anteriormente, destruído a indústria de *cards* de beisebol. Estes investidores, que muitas vezes nem se tratavam de fãs de quadrinhos, começaram elevando os preços das edições com base em premissas de desejo, a necessidade de ter uma edição especial, e convencendo os compradores a adquirirem várias edições na promessa de que as mesmas seriam vendidas futuramente a preços ainda maiores.

Os sucessos de venda seguiram com a publicação em abril de 1991 de *X Force* n°1 de Fabian Nicieza e Rob Liefeld, que vinha com o dobro de páginas e ensacada contendo cinco *cards* exclusivos. A edição vendeu aproximadamente 4

¹³ Figura 29

milhões de exemplares ao valor de US\$ 1,50, ultrapassando em muito o número de vendas de Homem-Aranha nº1 de Todd Mcfarlane. Em agosto do mesmo ano chegou às bancas a primeira versão da edição nº1 de X-Men, por Cris Claremont e Jim Lee, e a cada semana uma nova capa era lançada somando cinco variações. Ao final foram vendidos aproximadamente 8 milhões de exemplares, de acordo com Howe (2013), uma média de 17 exemplares por leitor, tendo em vista que naquele período o número de leitores de gibis somava menos de 1 milhão no mundo todo. Muitos desses exemplares ficaram guardados a título de investimento.

Foi neste período também que Perelman abriu pela primeira vez na história da editora o capital da Marvel para investimento chegando suas ações a valerem US\$ 40. Mas o dinheiro arrecadado, complementa Howe (2013), não voltaria para a Marvel, sendo dividido entre a MacAndrews & Forbes, Perelman e a *holding* de sua propriedade. A Marvel continuou lançando produtos de colecionador superando seus totais de vendas a cada trimestre, e mesmo assim não conseguia superar as vendas por título, nem mesmo da primeira edição de Homem-Aranha de Todd Mcfarlane. Embora os números totais fossem bastante satisfatórios, eles não representavam de fato o número de vendas para leitores, apenas as vendas para distribuidores, seja via mercado direto ou àqueles que adquiriam exemplares para investimentos. Podemos entender melhor a situação com base nas declarações de Lou Bank, diretor de vendas da Marvel no período, que apesar dos ótimos números, preocupava-se com a natureza dos mesmos.

A preocupação de Banks não tinha a ver com idealismo ingênuo nem com pureza artística; ele se preocupava com interesses comerciais da Marvel a longo prazo. Representantes de campo haviam passado em quase quarenta lojas, recolhendo números de vendas válidas – o número de exemplares que os lojistas realmente vendiam para os leitores, e não os altos números de exemplares que os distribuidores vendiam aos lojistas – para uma dúzia de gibis num período de três edições. O resultado era estarrecedor.

“Cada vez que a gente fazia uma dessas capas imbeciloides, que faziam o preço subir 33% - digamos que na edição n. 475 -, a gente tinha uma queda de 20% da 474 à 476. Os números tinham um pico de novo na n. 475, mas na verdade a gente perdia leitores do n. 474 ao n. 476. Eram assim em todos os casos”.

Mas é claro que nada disso faria impacto nas metas trimestrais da Marvel. Os relatórios de lucro, que só refletiam os números no nível da distribuição, continuavam a mostrar vendas e lucros em alta, mesmo que o número de leitores estivesse amainando, e os lojistas, que não podiam devolver o que não vendiam, absorviam o custo.

“Enquanto isso”, disse Banks, “estávamos matando os lojistas que eram nosso sustento”. (HOWE, 2013. p. 362).

Tudo isso era reflexo da administração de Perelman que, ao perceber o alto potencial lucrativo dos quadrinhos naquele período, estipulava metas cada vez maiores para a Marvel e seus editores, que tentavam todo tipo de estratégia possível para aumentar as vendas, apostando cada vez mais nas edições para colecionador.

O início da década de 90 possibilitou que outras editoras disputassem as vendas de igual para igual com as grandes Marvel e DC Comics, ou mesmo superando-as. Podemos citar o caso da Malibu Graphics, que recebeu artistas egressos da Marvel como Todd McFarlane, Jim Lee e Rob Liefeld e que, juntos, criaram a linha Image Comics. Mesmo funcionando como uma editora tradicional, a Malibu permitia que seus autores detivessem os direitos sobre suas obras, bem como a responsabilidade editorial pelas mesmas.

Altos salários e controle sobre as obras fizeram com que muitos artistas migrassem para a Malibu. Vale ressaltar que outros fatores foram importantes no sucesso da linha Image, como a fama adquirida por esses autores enquanto publicavam pela Marvel e a capacidade não só de desenhar quadrinhos extremamente detalhados e atraentes ao novo público do final dos anos 80 e inícios dos anos 90, como criar seus argumentos. Não era necessário trabalhar em conjunto com um roteirista, pois artistas como McFarlane e Liefeld eram capazes de criar sozinhos um quadrinho de sucesso.

Com as vendas diminuindo e, conseqüentemente, o valor das ações da Marvel Comics, iniciou-se um processo de expansão através da aquisição de outras empresas capitaneada por Bill Bevis, considerado braço direito de Perelman.

E em 1991 Bevis comprou a empresa de *cards* de Beisebol Fleer por US\$ 265 milhões. Segundo Howe,

Foi por meio dessa manobra que a Marvel duplicou suas vendas em 1991 – e acumulou US\$ 240 milhões em dívidas. “A Marvel tivera um envolvimento crescente no mercado de *cards* de entretenimento desde 1990, com a introdução dos *cards* do Universo Marvel”, disse Bevis em comunicado aberto. “A aquisição da Fleer permite que aumentemos nossa presença no mercado de US\$ 1,2 bilhão que envolve *cards* de esportes e entretenimento”.

Em 1993, Bill Bevins adquiriu 46% da empresa fabricante de figuras de ação Toy Biz. A mesma já possuía licença para produzir brinquedos baseados nas personagens da Marvel. De acordo com Howe (2013), Bevins não acreditava que a empresa daria conta de explorar todo o potencial dos 4,5 mil personagens da Marvel. Isaac (Ike) Pelmutter e Avi Arad (presidente e designer de personagens da Toy Biz, respectivamente) sugeriram que uma união mais consolidada entre as empresas seria de grande valia para ambas. Assim, a Toy Biz garantiu a licença máster dos personagens Marvel, “exclusividade, sem royalties e caráter perpétuo – e US\$ 7 milhões de capital de giro”.

Ainda segundo Howe (2013) Avi Arad, por sua experiência como designer de produção de personagens para a Toy Biz, atuava como consultor em uma das animações licenciadas da Marvel, X-Men, e uniu-se a Stan Lee na busca por lançar as personagens da Marvel em Hollywood. Perelman não queria que a Marvel produzisse cinema considerando os possíveis riscos, e mateve-se trabalhando apenas no licenciamento das marcas para outras produtoras e desfrutando dos produtos que viessem em seguida. Todavia, a cargo da Marvel Films, antiga Marvel Productions, Avi Arad assinou contrato com a Twenty Century Fox para fazer um longa-metragem *live-action*, ou seja, um filme com atores reais dos X-Men¹⁴.

Em 1994 a Marvel adquiriu por US\$ 158 milhões a empresa italiana de álbuns de figurinhas e revistas Panini. Em seguida, comprou a Welsh Publishing Group, produtora de revistas dedicadas ao público infantil e, tendo conhecimento de que a Malibu Graphics, cujo principal selo Image Comics já operava de forma independente, estava sendo oferecida para a DC Comics, a comprou sobre o pretexto de que seu processo de colorização digital interessava, seus contatos em Hollywood e sua presença na costa oeste interessavam a Marvel. A verdade é que Perelman não podia deixar que a DC Comics adquirisse a Malibu, ou a posição de líder do mercado passaria para sua maior rival.

Em dezembro do mesmo ano a distribuidora Heroes World de Nova Jersey também foi adquirida pela Marvel, que decidira abandonar a distribuição via mercado direito. Rozanski (2002) complementa que no momento em que a Marvel abandonou a distribuição através do mercado direto de distribuidores, havia por volta de dez distribuidoras restantes no negócio. Enquanto as desvantagens

¹⁴ As negociações acerca de licenciamentos serão tratadas com mais atenção na seção a seguir.

competitivas enfrentadas por distribuidoras reduziram para metade o número de distribuidores no mundo dos negócios em 1980, o restante conseguiu se manter atuante vendendo para nichos específicos. O mercado da distribuição era dominado por duas grandes empresas, a Diamond Comics Distributors e Capital City Distributing.

Rozanski (2002) estima que naquele momento a Diamond e Capital City controlavam cerca de 85% do mercado, sendo 45% pertencentes a Diamond, enquanto o restante dos 15% eram compartilhados entre oito pequenas distribuidoras, dentre elas a Heroes World, que de acordo com Howe (2013) controlava 8% do mercado.

De acordo com Rozanski (2002), a compra da Heroes World pela Marvel baseou-se na justificativa dada pelos executivos de Perelman de que os varejistas do mercado direto não estavam sendo competentes na venda dos quadrinhos, e a distribuição por uma empresa do ramo faria com que os números de vendas voltassem a crescer.

Ainda com relação à compra de outras empresas pela Marvel, logo após comprar a distribuidora Heroes World, e passando por alguns cortes no número de empregados, reflexo das baixas vendas, a empresa de *cards* Skybox, concorrente direta da Fleer que possuía as licenças de personagens tanto da DC Comics quanto da Image Comics foi adquirida por US\$150 milhões.

A saída de grandes astros da Marvel para outras editoras que lhes dessem maior ou total controle sobre suas obras foi um dos prenúncios da queda de vendas que a editora sofreria nos próximos anos. Outro sinal de que as vendas entrariam em declínio, assim como a própria Marvel, foram algumas matérias de jornais e revistas especializados afirmando que, assim como o mercado de *cards* de beisebol, a publicação exagerada de edições de colecionadores inflaria o mercado de quadrinhos, causando cada vez mais desinteresse e como consequência, o grande número de compradores-investidores cairia, e os atuais quadrinhos da Marvel movidos por belos desenhos e argumentos fracos não seriam suficiente para assegurar as vendas por muito tempo apenas entre os leitores habituais de quadrinhos.

Tanto Howe (2013) quanto Rozanski (2002) concordam que parte da descrença do público e da mídia, que parou de noticiar as grandes incursões editoriais para com as edições de colecionadores e arcos controversos criados para

atrair público, partiu não só da Marvel Comics, mas também da DC Comics com o lançamento do arco narrativo conhecido como A Morte e Retorno do Superman. Este arco narrativo, a Morte de Superman, conseguiu a atenção da imprensa que cobria o evento como se fosse algo único. Todavia, com a volta do personagem algumas semanas após sua morte nos quadrinhos, a imprensa desistiu de cobrir e propagandear arcos narrativos sensacionalistas.

O movimento realizado pela Marvel ao comprar Heroes World e fazê-la sua distribuidora exclusiva, fez com que a DC Comics e a Image Comics, que agora funcionava como uma editora independente, assinassem contratos de distribuição exclusiva com a Diamond, o que acabou tirando algumas distribuidoras menores do mercado, pois as mesmas acabaram sem acesso aos títulos mais rentáveis do mercado. Este movimento da Marvel foi responsável por instaurar uma crise sem precedentes no mercado de quadrinhos, pois criou uma grande disputa entre distribuidoras que dificultou a aquisição e revenda de títulos no varejo. A própria Heroes World mostrar-se-ia sem infraestrutura para dar conta de toda a distribuição da Marvel, obrigando a Marvel a assinar um novo acordo com a Diamond, que passaria a controlar praticamente todo o mercado de distribuição dos quadrinhos.

As aquisições sem controle ou planejamento realizadas pela equipe executiva de Perelman capitaneadas por Bevins, estima-se, de acordo com Lambie (2015), levaram a Marvel a gastar aproximadamente US\$ 700 milhões e não surtiram o efeito esperado. Ao final do ano de 1995, segundo Howe (2013), muitos títulos, incluindo Thor, Doutor Estranho e Surfista Prateado seriam cancelados, e os principais personagens da Marvel seriam reformulados de forma terceirizada por Rob Liefeld, que havia deixado a Marvel de forma controversa, e Jim Lee através da Image Comics e novas edições nº1 seriam lançadas em um novo universo “compacto” intitulado *Heroes Reborn* [Heróis Renascidos].

Ainda de acordo com Howe (2013), na primeira semana de 1996 após a Marvel calcular prejuízo de US\$ 48 milhões ao ano, 275 empregados da Marvel foram demitidos, incluindo editores-chefes importantes para a editora.

Buscando reerguer o faturamento da Marvel de alguma maneira, Perelman ouviu as sugestões de Ike Perlmutter, presidente da Toy Biz, de que a editora deveria investir nas adaptações cinematográficas. Lembrando que a Toy Biz possuía um acordo máster de licenciamento de produtos da Marvel, e caso alguma adaptação da Marvel conseguisse bons números, a Toy Biz aproveitaria o sucesso

para lançar mais produtos relacionados aos filmes. Perelman vendeu uma parcela dos 46% que havia adquirido da Toy Biz para financiar a fundação do novo estúdio da Marvel, o Marvel Studios.

Por muito tempo a Marvel dependeu de agentes externos para realizar suas produções cinematográficas que sempre estagnavam na pré-produção, ou quando muito, os poucos longas que chegavam a estrear amarguravam bilheteria baixíssimas e críticas pesadas. Agora, “Jerry Calabrese e Avi Arad (com auxílio, pelo menos no papel, de Stan Lee) iriam montar pacotes de pré-produção – contratar roteiros, diretores, fazer seleção de atores – e entrega-los aos estúdios parceiros para realização” (HOWE, 2013, p. 399). O Marvel Studios viria a se tornar um dos responsáveis pela retomada da editora. Porém, no momento de sua criação não representou nenhum avanço na tentativa de estabilizar o orçamento da casa das ideias, como já foi conhecida.

No terceiro trimestre de 1996 um relatório mostrava que a dívida aberta da Marvel chegava a US\$ 1,2 milhão, o que representava por volta de 50% a mais do valor da empresa.

O que se seguiu foi uma disputa em quatro grandes frentes entre Ron Perelman, Toy Biz (Ike Perlmutter e Avi Arad), os Bancos que fizeram empréstimos a Marvel e Carl Icahn, que assim como Perelman comprava ações e corporações. Perelman, buscando recuperar a Marvel, anunciou um plano de recapitalização que não agradou em nada seus acionistas, pois a forma como seria realizada traria grandes prejuízos aos mesmos, optando posteriormente pela declaração de falência. A Toy Biz por sua vez queria manter seus privilégios licenciais para com os produtos Marvel, ameaçando comprar a empresa através de uma aquisição com base nas dívidas, que deixou Icahn bastante inquieto. Os bancos queriam apenas receber de volta os empréstimos feitos a Marvel, enquanto Icahn, um dos maiores acionistas da Marvel e portador de quase um terço da dívida, almejava assumir a Marvel para si.

Depois de uma série de disputas entre as quatro grandes frentes, o tribunal concedeu em 20 de junho de 1997 o controle da Marvel aos portadores de títulos, tendo Carl Icahn como líder. Todavia, a Marvel ainda seguia em processo de falência e Ron Perelman ainda tentou impedir que Icahn ficasse com a editora, mas logo sua passagem pela Marvel chegaria ao fim.

Como novo presidente situacional da Marvel, Icahn colocou o antigo executivo da Marvel Joseph A. Calamari (Joe Calamari) como consultor operando como editor-chefe. Calamari iniciou uma reestruturação na Marvel cancelando a iniciativa Heroes Reborn que, mesmo anunciado bons números, não era suficiente para os altos salários e perdas de prazos de Rob Liefeld. Calamari também fechou a Heroes World assinando contrato com a distribuidora Diamond, como sinalizado anteriormente neste texto. Calamari ainda contratou dois novos artistas talentosos da Valiant Comics, Jimmy Palmiotti e Joe Quesada, que venderam uma de suas histórias para a DreamWorks e possuíam contatos em Hollywood. Foram responsáveis por uma nova revitalização da Marvel, um selo próprio chamado de Marvel Knights.

A Toy Biz ainda tentou adquirir a Marvel, de acordo com Howe (2013), mas não obteve êxito, o que fez com que Avi Arad fosse demitido do cargo de chefe da Marvel Films após a Toy Biz comprar parte da dívida da Marvel, buscando algum direito de voto quando os bancos fossem decidir acerca da reestruturação da Marvel.

Apesar dos problemas financeiros, a pré-produção de adaptações de personagens seguiam. Adaptações de *Blade*, derivados do título *A Tumba de Drácula*, *Quarteto Fantástico*, *X-Men* e o *Surfista Prateado*. Motivados pelas notícias acerca das pré-produções, uma equipe liderada por Jim Shooter com apoio de um grupo de banqueiros contratou o experiente lojista Chuck Rosanski para classificar os documentos e arquivos na Marvel, a fim de averiguar os licenciamentos no intuito de fazer novas negociações para sanar as dívidas da editora.

Rosanski notou duas tendências das administrações da Marvel com relação ao licenciamento de suas personagens,

A primeira é que eles foram escritos por pessoas que não tinham ideia sobre as personagens, e as interações entre as personagens. Como, por exemplo, você poderia licenciar o Capitão América para uma entidade em um campo, e Os Vingadores para uma entidade concorrente? Quem, então, controla os direitos sobre o Capitão América? Esses conflitos criaram batalhas legais desagradáveis, alguns dos quais vão até hoje.

A segunda tendência que eu observei foi que os contratos de licenciamento escritos em 1995/1996 mostraram uma tendência definida na direção de front-loading. Front-loading é uma técnica

pela qual você oferece um negócio muito melhor no futuro, em troca de uma grande quantia em dinheiro hoje. Esta técnica é geralmente empregada por empresas que procuram arrecadar dinheiro rapidamente, mesmo que isso exija canibalizar o seu fluxo de receitas para os próximos anos.

Quando terminei de ler os contratos de licenciamento, percebi que não havia nada de valor para ser comprado nessa área. Os funcionários do Ronald O. Perelman, seja por ignorância ou planejadamente, tinham arruinado completamente as perspectivas para a Marvel ganhar algum lucro substancial. O acordo com a Toy Biz destruiu os direitos sobre brinquedo, os advogados tinham criado um emaranhado de direitos conflitantes em outras áreas, e o que sobrou havia sido vendido mais barato em troca de pagamentos adiantados em dinheiro. Sem perspectiva de quaisquer receitas de licenciamento substanciais, como poderíamos fazer uma oferta para a Marvel? (ROSANSKI, 2002).

Foi organizada uma reunião com possíveis compradores da Marvel, contando com representantes da Sony, MGM e Warner Bros., bem como os representantes da Toy Biz que entraram em acordo com os bancos e com Icahn, adquirindo a editora e fundindo-a à Toy Biz, criando a Marvel Enterprises e acabando com dois anos de falência.

Sob nova administração, a Marvel livrou-se da Fleer e da Skybox, e com o sucesso da adaptação de *Blade* (1998, Stephen Norrington) e o anúncio de novas adaptações, criou-se um departamento Marvel Characters Group, responsável por identificar e organizar encontros sinérgicos entre as adaptações de cinema e o lançamento de quadrinhos, bem como lançamentos cruzados de jogos de vídeo games e outros produtos. Dessa vez, ao invés de revitalizar todos os títulos da Marvel, optou-se por criar uma nova linha paralela com versões mais jovens de seus personagens, sem interferir as publicações em andamento. Essa linha recebeu o nome de Marvel Ultimate, encarregada por Joe Quesada.

Uma série de eventos organizados por Bill Jemas, que inicialmente figurou como vice-presidente da Marvel em 1994, tornando-se presidente de produtos de consumo, publicações e novas mídias em janeiro de 2000, foram responsáveis por estabilizar as contas da editora. Após a revitalização do Homem-Aranha por Brian Michael Bendis sob o título de Homem-Aranha Ultimate, iniciou-se uma campanha de marketing vigorosa, buscando enfatizar a nova Marvel, distribuindo amostras grátis da edição número um.

Outro projeto encabeçado por Jemas foi a simplificação do Universo Marvel, acabando com tramas complexas que seguiam desde a década de 1960. Tramas

que se estendem por muito tempo costumam afastar novos leitores, pois se torna trabalhoso iniciar a leitura de um ponto que resultou de diversas outras tramas anteriores. Nesse sentido, simplificar o universo significar colocar novos e velhos leitores em um mesmo ponto narrativo. Esse recurso é denominado *reboot*¹⁵.

Essa continuidade que vinha desde a década de 60 custou a Marvel uma oportunidade de ouro, pois quando o lançamento da adaptação de *X-Men* (2000, Bryan Singer) da Twenty Century Fox foi lançado seis meses antes do cronograma, as narrativas dos quadrinhos em nada se pareciam com a narrativa do longa-metragem. O Universo Ultimate seria um novo começo para a Marvel e funcionaria como proposta sinérgica às novas adaptações de quadrinhos no cinema que viriam nos próximos anos, como foi o caso de *Homem-Aranha* em 2002, dirigido por Sam Raimi, produzido pela Sony Pictures e distribuído pela Columbia Pictures. Graças a seu sucesso, o Universo Ultimate passaria a receber novas versões de personagens e grupos consagrados da Marvel frequentemente.

A Marvel passou a escrever arcos narrativos mais curtos e encaderná-los como se fossem temporadas de séries de Televisão. Sempre que uma nova equipe de roteiristas e artista entrava em um título, começava uma “nova temporada” daquele título e o anterior era compilado e publicado em uma única edição.

Sob a responsabilidade de Jemas, a Marvel publicou narrativas com conteúdo adulto o que culminou o fim da associação Marvel com o Código de Ética depois de 50 anos. Histórias mais violentas e com referências a sexo era algo que um grupo grande de leitores ansiava na Marvel graças à popularização desse tipo de narrativa com alguns títulos da Image Comics.

A Marvel também acabou com a prática de exceder a tiragem. Essa prática garantia aos lojistas novas compras sempre que um título vendesse rápido, porém, acabava gerando um grande estoque de itens não vendidos para a Marvel (HOWE, 2013).

O sucesso das adaptações de quadrinhos nos cinemas através de novos acordos dava a Marvel uma porcentagem do lucro bruto e não mais do lucro líquido do filme, e a sinergia com suas novas versões impressas possibilitou a estabilização das vendas. Todavia, os produtores preocupavam-se com a publicação de narrativas excessivamente violentas de quadrinhos envolvendo as personagens

¹⁵ Reboot é o termo utilizado para denominar, no universo dos quadrinhos, o ato de reiniciar do zero uma franquia. A narrativa e as publicações são reiniciadas do zero.

licenciadas para o cinema; de alguma forma tais representações poderiam afetar diretamente na popularidade de suas produções. Isso atrapalhava tanto as licenças negociadas como àquelas a serem negociadas.

Outro problema é que Jemas estava se tornando cada vez mais autoritário, cancelando títulos e barrando ideias inovadoras. Em um dos casos, Grant Morrison, que havia sido contratado para inovar as narrativas Marvel, acabou se demitindo e passando para a concorrente DC Comics por conta da difícil relação com Jemas.

Jemas acabou fora da Marvel em 2003, e a cúpula de editores passou a dedicar maior atenção aos roteiros, impedindo a publicação de passagens violentas demais que pudessem incomodar os detentores dos direitos ou impedir futuras negociações, e focar nas possibilidades de retornar às grandes sagas, onde muitos personagens encontravam-se em narrativas que circulariam por todos os títulos da editora. Agora tais *crossovers* eram realizados de forma muito mais profissional, onde os roteiros eram discutidos em diversos níveis editoriais do início ao fim antes da publicação ser iniciada.

1.1.6. Independência na produção, a criação do Universo Cinematográfico Marvel (MCU) e a compra pela Disney.

Observando o sucesso de suas licenças no meio cinematográfico, a Marvel decidiu que não mais dependeria de outros estúdios e financiaria a produção de seus próprios filmes. Ao invés de seguir montando pacotes de pré-produção e deixando que outros estúdios produzissem e distribuíssem as adaptações de suas propriedades intelectuais, que agora se mostravam, com base nos últimos lançamentos, bastante lucrativas. Os dois longas do *Homem-Aranha* (2002 e 2004, Sam Raimi), produzidos pela Sony e distribuídos pela Columbia, fizeram juntos em escala mundial US\$ 1,6 bilhão, dos quais a Marvel obteve US\$ 75 milhões (HOWE, 2013). A Marvel seria a partir de então responsável por todo o processo da produção dos longas.

O projeto de independência da Marvel frente às produções cinematográficas foi encabeçado por Avi Arad e David Maisel, executivo chefe de operações do Marvel Studios, e Peter Cuneo, este o diretor executivo da Marvel Enterprises. Avi Arad acabou se demitindo um ano após o Marvel Studios ganhar independência por conta de alguns desacordos com Maisel quanto ao corte no orçamento do novo

filme da Marvel e sua janela de produção (WAXMAN, 2007). O processo mais detalhado de como a Marvel custeou a produção de suas próprias adaptações será discutido com mais atenção nas próximas seções deste trabalho.

Em 2008 a Marvel lançou seu primeiro longa baseado na personagem Homem de Ferro. Uma aposta considerada arriscada, pois a personagem já não era tão popular como fora décadas atrás e era considerada uma personagem secundária no universo dos quadrinhos Marvel. Na primeira semana de estreia o longa, com orçamento estimado em US\$ 140 milhões, arrecadou aproximadamente US\$ 100 milhões, arrecadando mundialmente um total de aproximadamente US\$ 585 milhões (IMDB).

Produzido pela Marvel Studios e distribuído pela Paramount, cuja parceria iniciou-se em 2005, quando a Marvel Entertainment Inc. decidiu financiar seus próprios filmes com os personagens que ainda não havia comercializados para outros estúdios, o longa fundamentou o alicerce para a criação de um universo cinematográfico capaz de apresentar seus heróis mais lucrativos no formato *live-action*, fazendo com que diversos atores competissem por papéis anteriormente deixados de lado, pois estar ligado a uma franquia como o MCU era garantia de contratos para vários filmes e diversos licenciamentos.

De acordo com a jornalista Sharon Waxman, em artigo publicado em junho de 2007 no The New York Times, a Marvel Entertainment havia realizado em 2005 um empréstimo de US\$ 525.000.000¹⁶ concedidos pelo banco Merrill Lynch, que garantiria a produção de dez filmes nos próximos cinco anos. De acordo com Howe (2013), os orçamentos iriam de US\$46 milhões a US\$ 165 milhões e, como garantia, a Marvel deixaria os direitos cinematográficos ao banco.

O modelo de produção da Marvel funcionou muito bem e seria seguido nos próximos títulos do Marvel Studios, que criaria o Universo Cinematográfico Marvel (*Marvel Cinematic Universe - MCU*) e se tornaria uma das franquias mais bem sucedidas de super-heróis, envolvendo a produção não somente os longas para cinemas, mas também histórias em quadrinhos, séries para televisão, séries em parceria com a plataforma de vídeo sob demanda (*video on demand*) Netflix e também jogos de vídeo game, e foi dividido em fases:

¹⁶ Fonte: <http://www.boxofficemojo.com/>

Fase 1

- *Homem de Ferro (Iron Man, Jon Favreau) (04/04/2008)*
- *O Incrível Hulk (The Incredible Hulk, Louis Leterrier) (13/06/2008)*
- *Homem de Ferro 2 (Iron Man 2, Jon Favreau) (30/04/2010)*
- *Thor (Kenneth Branagh) (29/04/2011)*
- *Capitão América: O Primeiro Vingador (Captain America: The First Avenger, Joe Johnston) (29/07/2011)*
- *Os Vingadores (The Avengers, Joss Whedon) (27/04/2012)*

A Fase 1 do Universo Cinematográfico Marvel termina com a estreia do longa-metragem *Os Vingadores* (2012), dirigido por Joss Whedon, que tem como base o encontro das principais personagens apresentadas nas produções anteriores, visando a criação de um grupo de super-heróis dispostos (ou não) a trabalhar em conjunto contra grandes ameaças. O longa arrecadou cerca de 1,5 Bilhão de dólares¹⁷ no mundo todo consolidando de uma vez por todas o sucesso do Universo Marvel nos cinemas.

Com o sucesso da Fase 1 do MCU, a Marvel Entertainment, agora adquirida pela Disney por 4 bilhões de dólares dá seguimento à construção de seu universo, iniciando a produção da Fase 2, explorando agora também o ramo das séries de televisão, introduzindo ao MCU a série *Marvel Agents of S.H.I.E.L.D.* (2013), *Agent Carter* (2015) e também a série *Demolidor* (2015), lançada em uma produção conjunta da Marvel/Disney com a plataforma Netflix.

Fase 2

Filmes

- *Homem de Ferro 3 (Iron Man 3, Shane Black) (26/04/2013)*
- *Thor: O Mundo Sombrio (Thor: The Dark World, Alan Taylor) (01/11/2013)*
- *Capitão América 2: O Soldado Invernal (Captain America: The Winter Soldier, Joe e Anthony Russo) (10/04/2014)*

¹⁷ Fonte: <http://www.boxofficemojo.com/>

- *Guardiões da Galáxia (Guardians Of The Galaxy, James Gunn) (31/07/2014)*
- *Vingadores: Era de Ultron (Avengers: Age of Ultron, Joss Whedon) (23/04/2015)*
- *Homem-Formiga (Ant-Man, Peyton Reed) (16/07/2015)*

Séries de TV e Netflix

- *Agents of S.H.I.E.L.D. (Maurissa Tancharoen, Jed Whedon, Joss Whedon, 2013 -)*
- *Agente Carter (Agent Carter, Christopher Markus, Stephen McFeely, 2015-2016)*
- *Demolidor (Daredevil, Drew Goddard, 2015 -)*

Desta vez a conclusão da Fase 2 não se deu com a estreia do segundo filme dos Vingadores, A Era De Ultron, mas sim, com título solo da personagem Homem-Formiga. Diversos foram os motivos para o fechamento da Fase 2 com o longa de um dos personagens mais tradicionais da Marvel, todavia desconhecido do grande público; dentre esses motivos se encontra a conturbada produção do longa. O que mudou na Fase 2 foi a exploração da narrativa de forma mais fragmentada, explorando de forma mais ativa outros canais midiáticos.

O principal produtor cinematográfico da Marvel, Kevin Feige, não só já anunciou as principais produções para os próximos anos, como também revelou que a Marvel já possui um cronograma para as próximas produções até 2021, de acordo com a matéria publicada por Adam Chitwood no website Collider (2013). Abaixo seguem as produções anunciadas para a Fase 3 da Marvel.

As Fases 2 e 3 também marcaram disputas por direitos autorais, acordos entre produtoras como a aliança entre a Marvel e Sony pela uso dos direitos do personagem Homem-Aranha (Spiderman) e disputa narrativa pelo uso personagem Mercúrio (Quicksilver). Estes temas serão discutidos com mais profundidade.

Fase 3

Filmes

- *Capitão América 3: Guerra Civil (Captain America: Civil War*, Joe e Anthony Russo) (28/04/2016)
- *Doutor Estranho (Doctor Strange*, Scott Derrickson) (02/11/2016)
- *Guardiões da Galáxia Vol. 2 (Guardian Of The Galaxy Vol. 2*, James Gunn) (04/05/2017)
- *Homem-Aranha: De volta Para Casa (Spider-Man: Homecoming*, Jon Watts) (06/07/2017)
- *Thor 3: Ragnarok (Thor: Ragnarök*, Taika Waititi) (02/11/2017)
- *Pantera Negra (Black Panther*, Ryan Coogler) (15/02/2018)
- *Vingadores: Guerra do Infinito (Avengers: Infinity War*, Joe e Anthony Russo) (03/05/2018)

Séries de TV e Netflix

- *Demolidor (Daredevil*, Drew Goddard, 2015 -)
- *Jessica Jones* (Melissa Rosenberg, 2015 -)
- *Luke Cage* (Cheo Hodari Coker, 2016 -)
- *Punho de Ferro (Iron Fist*, Scott Buck, 2017 -)

O sucesso das adaptações da Marvel nos cinemas despertou a atenção de grandes corporações e em 31 de agosto de 2009, depois de um período longo e de intensas negociações, a Marvel foi comprada pela Walt Disney Company por US\$ 4 bilhões.

Passando por altos e baixos, a editora Marvel conseguiu não só construir personagens que hoje são responsáveis por franquias transmídia de sucesso mundial, como também foi responsável por moldar a forma como quadrinhos são publicados. Embora tenha passado boa parte de sua história tentando se recuperar de problemas muitas vezes causados por decisões precipitadas, editora configura-se atualmente como um braço cada vez mais sinérgico com as produções cinematográficas.

1.2. Convergência: novos acordos, velhas disputas.

Na presente seção buscaremos mostrar o resultado das negociações sem planejamento de direitos de filmagens realizadas pela Marvel, o que resultou em personagens importantes divididos entre grandes produtoras. A discussão a seguir encontra-se bastante envolvida com a convergência, parte fundamental para se entender uma das questões centrais deste trabalho. Por ora, destacaremos aqui apenas aspectos relacionados ao movimento da convergência para, posteriormente, nos dedicarmos com mais atenção nos aspectos centrais do fenômeno transmídia.

Quando Jenkins refere-se à convergência, refere-se “ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2009, p. 29). Nesta sucinta definição do que Jenkins compreende como convergência, podemos identificar uma das características da narrativa transmídia, “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia”. Por hora apenas assinalaremos esta característica para posteriormente demandar mais atenção em sua compreensão. Jenkins explicita que a convergência não é apenas um processo tecnológico unificador de tarefas distintas dentro de um mesmo aparelho.

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. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços de fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém consegue guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias (JENKINS, 2009, p. 30).

Jenkins procura salientar que a convergência se configura mais como um processo relacional do interlocutor e sua compreensão, baseada nas informações reunidas acerca de um determinado tema, através de um fluxo midiático com outros

participantes deste mesmo processo. As novas tecnologias cumprem papel importante na convergência, porém, não comandam ou guiam a convergência.

Citando Ithiel de Sola Pool em sua obra *Technologies of freedom: on free speech in an electronic age* (1983), Jenkins refere-se a uma época em que as empresas publicavam em mídias cuja relação com outros meios de comunicação era insignificante, graças a distintas funções no mercado, por regimes muito específicos e de sua natureza: centralizado ou descentralizado, abundante ou escasso, estatal ou privado, ligado a notícias ou entretenimento, etc. Distinções estas resultantes em grande parte por decisões políticas, e mantidas mais por acomodação que por conta da defasagem ou incapacidade das diversas tecnologias em cumprir tarefas mais complexas e de nível mais participativo.

Entretanto, diversas forças “começaram a derrubar os muros que separam esses diferentes meios de comunicação. Novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção” (JENKINS, 2009, p. 38).

As novas tecnologias permitiram, não apenas as empresas detentoras dos meios de comunicação a inovar a produção, mas também deram aos consumidores ferramentas mais práticas para interagirem de forma mais ativa na produção de conteúdo, indiretamente ou diretamente, no caso das produções de baixo orçamento feitas por fãs.

Para Jenkins, esse processo gerou algumas contradições.

Por um lado, novas tecnologias reduziram os custos de produção e distribuição, expandiram o raio de ação dos canais de distribuição disponíveis e permitiram aos consumidores arquivar e comentar conteúdos, apropriar-se deles e colocá-los de volta em circulação de novas e poderosas formas. Por outro lado, tem ocorrido uma alarmante concentração de propriedade dos grandes meios de comunicação comerciais, com um pequeno punhado de conglomerados dominando todos os setores da indústria de entretenimento (JENKINS, 2009, p. 45-46).

Enquanto a antiga indústria cinematográfica preocupava apenas com os filmes, os atuais conglomerados buscam controlar cada ramo do entretenimento, produzindo não só filmes, mas todo tipo de conteúdo, desde televisão, música e jogos de videogame, até parques de diversão e brinquedos.

A convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima. A convergência corporativa coexiste com a convergência alternativa. Empresas de mídia estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público. Consumidores estão aprendendo a utilizar diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e interagir com outros consumidores. As promessas desse novo ambiente de mídia provocam expectativas de um fluxo mais livre de ideias e conteúdos. Inspirados por esses ideais, os consumidores estão lutando pelo direito de participar mais plenamente de sua cultura. Às vezes a convergência corporativa e a convergência alternativa se fortalecem mutuamente, criando relações mais próximas e mais gratificantes entre produtores e consumidores da mídia. Às vezes, essas duas forças entram em guerra, e essas batalhas irão redefinir a face da cultura popular [...] (JENKINS, 2009, p. 46).

Essa nova forma de consumir ativamente o fluxo midiático decorrente da utilização das novas tecnologias exige que as empresas reformulem antigas noções do que é tido como consumo, buscando reestruturar diversos níveis da produção e distribuição de seus produtos.

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, 2009, p. 47).

Segundo Jenkins (2009), a cultura da convergência resulta do encontro entre dois modelos diferentes de mídia, definidos como alternativa e corporativa. Este encontro se dá graças a um novo terreno de maior capacidade de produção, distribuição e, conseqüentemente, de maior abrangência de conteúdos.

Com o sucesso do Universo Marvel nos cinemas algumas oportunidades foram lançadas, o que permitiu que a Marvel recuperasse os direitos de diversas personagens. No entanto, algumas de suas principais criações ainda encontram-se negociadas e esta seção abordará aspectos da relação da Marvel com as detentoras dos direitos destes personagens.

Esta seção será focada em duas frentes: as parcerias e as competições entre a Marvel e suas concorrentes.

1.2.1. Relações de parceria e co-produção.

Como observado anteriormente, a convergência implica em um fluxo de conteúdos através de plataformas distintas e a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos. Buscaremos observar a cooperação entre o mercado midiático através de dois eventos relacionados à produção de dois longas-metragens distintos do Universo Cinematográfico Marvel.

Primeiramente, observaremos de que forma se deu o acordo entre a Disney Marvel e a Sony Pictures para a co-produção de um longa-metragem da personagem Homem-Aranha dentro do MCU.

Posteriormente veremos como o uso indevido pela Fox de uma personagem da Marvel possibilitou um acordo entre ambas as produtoras.

Devido ao descontentamento dos resultados obtidos pelas produções dos filmes do Homem Aranha, personagem da Marvel cujos direitos de filmagem foram adquiridos pela Sony, as empresas anunciaram uma parceria visando à utilização do personagem por ambas as produtoras. O caso veio à tona com o vazamento de informações, graças ao ataque de hackers norte-coreanos aos servidores da Sony.

Como visto anteriormente, a Marvel Comics encontrava-se durante a década de noventa próxima da falência, enquanto sua principal rival, a DC Comics, prosperava com os sucessos da publicação da *Morte do Superman (The Death of Superman*, Dan Jurgens, 1992) e da estreia do longa *Batman Eternamente (Batman Forever*, Joel Schumacher, 1995) nos cinemas.

O responsável por superar a crise na editora chamava-se Avi Arad. Seu relacionamento com a Marvel teve início ainda nos anos 1990, com a parceria da Marvel com a empresa fabricante de brinquedos ToyBiz, cujos sócios majoritários eram o próprio Avi Arad e Ike Perlmutter. A parceria se deu em 1993, através da fundação da Marvel Films, onde Avi Arad figurou como primeiro CEO. Após a venda da Marvel Films em 1996 para a Fox, a ToyBiz e a Marvel Entertainment Group (MEG) criaram a Marvel Studios, hoje responsável pelo sucesso do Universo

Cinematográfico Marvel (MCU), cujo controle continuou sob as mãos de Avi Arad em conjunto com Jerry Calabrese, o então presidente da MEG (FRADE, 2015).

O principal motivo pelo qual a Marvel encontrou-se em crise na década de 1990 foi a implosão do mercado especulativo de quadrinhos, cujo foco se dava na produção do maior número de títulos sem pensar necessariamente na qualidade dos mesmos, visando sua valorização no futuro. Entretanto, nenhum desses quadrinhos foi considerado como uma raridade ou indispensável para colecionadores, pois eram considerados de péssima qualidade. O que agravou ainda mais a situação foi o fato do então dono da MEG, Ronald Perelman, ter realizado financiamentos de risco utilizando como garantia as próprias ações do grupo, obrigando em 1996, que a Marvel entrasse com um pedido de concordata.

Tudo isso desenrolou uma série de processos judiciais que acabaram sendo vencidos pela ToyBiz. Avi Arad percebeu, ao participar de várias negociações de compra dos direitos sobre as personagens da Marvel para a produção da linha de brinquedos da ToyBiz, que os maiores ativos da empresa não eram suas publicações impressas, mas as personagens que havia criado durante todos aqueles anos. Uma alternativa para tirar a Marvel da crise seria licenciar os direitos de adaptação para os cinemas, assim como havia licenciado os direitos para a produção de brinquedos.

Assim a Marvel, sob a tutela de Avi Arad, comercializou seus principais super-heróis para New Line, Fox e vendeu os direitos de sua personagem mais lucrativa, o Homem-Aranha, para a Sony. Arad ainda figuraria com conselheiro na produção dos filmes do Homem-Aranha pela Sony.

Após o lançamento do longa *O Espetacular Homem-Aranha 2: A Ameaça de Electro* (*The Amazing Spider-Man 2*, 2014, Marc Webb), os produtores da Sony ficaram insatisfeitos com as críticas negativas, apesar da ótima bilheteria nos cinemas. Estima-se que o longa tenha custado cerca de duzentos milhões de dólares e arrecadou mundialmente cerca de setecentos milhões (IMDB). Pode parecer um número bastante elevado para uma franquia de super-heróis com o sucesso das franquias produzidas pela Marvel Studios, mas esse número torna-se pequeno quando se trata da personagem mais lucrativa de todo o panteão da Marvel Comics. Enquanto a Sony conseguiu lançar dois longas-metragens no período entre 2012 a 2014, somando aproximadamente um bilhão e quatrocentos milhões de dólares, a Marvel, por possuir mais personagens e um universo

cinematográfico consolidado contendo séries de tv, longas-metragens, jogos para aplicativos móveis, computadores e quadrinhos, arrecadou mais de quatro bilhões e seiscentos mil dólares no mesmo período, somando apenas a quantia arrecada pelos longas-metragens lançados no período em questão, como mostra a tabela a seguir:

Tabela 1 - Arrecadação dos longas Marvel de 2012 a 2014.

Título do Longa-metragem	Faturamento mundial*
Vingadores (2012)	US\$ 1.511.757.910,00
Homem De Ferro 3 (2013)	US\$ 1.147.234.000,00
Thor: O Mundo Sombrio (2013)	US\$ 479.765.000,00
Capitão América 2: O Soldado Invernal (2014)	US\$ 714.766.572,00
Guardiões da Galáxia (2014)	US\$ 774.176.600,00
Total:	US\$ 4.627.700.082,00

*valores obtidos através do portal IMDB (<http://www.imdb.com/>).

O problema para a Sony não foi a arrecadação no período, mas sim a impossibilidade de criar um universo de franquias tão lucrativas quanto o universo Marvel nos cinemas, mesmo tendo em mãos um panteão de personagens em suas mãos (Homem-Aranha possui diversas personagens com potencial exploratório em seu microuniverso). Pode-se acrescentar a isso o projeto mal sucedido de criar um universo cinematográfico para o Homem-Aranha com a cancelada¹⁸ produção do *Sexteto Sinistro* (*Sinister Six*), que seguiria a mesma linha narrativa do recente *Esquadrão Suicida* (*Suicide Squad*, David Ayer, 2016), onde vilões do microuniverso da personagem Batman operam como protagonistas.

No dia 24 de novembro de 2014 um grupo hacker intitulado de *Guardians Of Peace* (GOP) vazou diversas informações confidenciais da Sony Pictures Entertainment, entre elas estavam informações pessoais dos empregados da Sony e suas famílias, informações salariais, cópias de filmes ainda não lançados e, em especial, a troca de e-mail entre funcionários.

Os e-mails obtidos graças ao vazamento incluíam documentos cujo conteúdo indicava características que a personagem Homem-Aranha deveria possuir em caso de filmagens, dentre elas, sexualidade, etnia e hábitos comportamentais.

¹⁸ Fonte: <http://www.cosmicbooknews.com/content/andrew-garfield-said-be-out-new-spider-man-be-cast-sinister-six-cancelled>

Este tipo de informação ou cláusulas são bastante normais no caso de comercialização de direitos de obras e personagens, e impede, por exemplo, que uma personagem bastante popular tenha suas principais características definidoras, em especial as que o tornaram popular, alteradas numa adaptação em outra fonte que não de sua origem.

Em canal oficial da Marvel (<http://marvel.com/>), uma matéria anunciando a nova parceria indicava que,

Sob o acordo, o novo Homem-Aranha aparecerá pela primeira vez em um filme da Marvel a partir do Marvel Cinematic Universe (MCU). Sony Pictures irá, posteriormente liberar a próxima parte de sua franquia de \$4 bilhões do Homem-Aranha, em 28 de Julho de 2017, em um filme que será co-produzido por Kevin Feige e sua equipe de especialistas na Marvel e Amy Pascal, que supervisionou o lançamento de franquia para o estúdio há 13 anos. Juntos, eles vão colaborar em uma nova direção criativa para o lançador de teias. Sony Pictures continuará a financiar, distribuir, possuir e ter controle criativo final dos filmes do Homem-Aranha (MARVEL, 2015, tradução nossa).

De acordo com a matéria do The Hollywood Reporter, Kevin Feige teria declarado que “O envolvimento da Marvel entregará a continuidade criativa e autenticidade que os fãs demandam do MCU. Eu estou igualmente entusiasmado pela oportunidade de ter o Homem-Aranha figurando no MCU, algo que nós da Marvel, e fãs, estávamos esperando por anos¹⁹” (MARVEL, 2015, tradução nossa).

De acordo com o presidente e CEO da Walt Disney Company, Bob Iger, "Homem-Aranha é um dos grandes personagens da Marvel, amado em todo o mundo. Estamos entusiasmados para trabalhar com a Sony Pictures para trazer o lançador de teias icônico no Marvel Cinematic Universe, o que abre novas oportunidades fantásticas para contar histórias e construir franquias” (MARVEL, 2015, tradução nossa).

Michael Lynton, CEO da Sony Pictures Entertainment declarou que “essa é a decisão correta para a franquia, para nossos negócios, para a Marvel e para todos os fãs²⁰” (MARVEL, 2015, tradução nossa).

¹⁹ Marvel's involvement will hopefully deliver the creative continuity and authenticity that fans demand from the MCU. I am equally excited for the opportunity to have Spider-Man appear in the MCU, something which both we at Marvel, and fans alike, have been looking forward to for years."

²⁰ This is the right decision for the franchise, for our business, for Marvel, and for the fans" SPE chairman and CEO Michael Lynton.

O acordo possibilita então que a Marvel, mesmo não tendo os direitos de filmagem da personagem, possa utilizá-lo nos filmes do MCU, enquanto a Sony continua no controle dos filmes solos do super-herói e utilizando personagens da Marvel em seus longas do Homem-Aranha.

Kevin Feige, em entrevista publicada em 12 de abril de 2016 sobre o filme solo do Homem-Aranha, com data para 7 de julho de 2017, no site Collider, revelou algumas informações com relação à co-produção entre Marvel e Sony em uma conferência de apresentação de *Capitão América 3: Guerra Civil*. De acordo com Chitwood, Kevin Feige declarou que,

Nós estamos trabalhando muito [juntos]. Eu não sei exatamente como os créditos serão, mas é uma produção da Sony Pictures de um filme da Marvel Studios. O acordo foi que foi basicamente de que seria muito mais um filme da Sony Pictures. Amy Pascal o está co-produzindo conosco e [Presidente da Sony] Tom Rothman está liderando pela Sony e nós somos os produtores criativos. Nós somos aqueles contratando o ator, introduzindo ele neste filme, e depois trabalhando o mais rápido possível no roteiro e em breve gravando efetivamente o filme (2016).

Ainda de acordo com Chitwood (2016), Kevin Feige explicou que o acordo entre a Marvel e Sony não especificou qual personagens pode ou não participar dos filmes das franquias, e não há nenhuma especificidade contratual sobre quais personagens estão autorizados legalmente a participar das franquias.

Por fim, no dia 12 de abril de 2016, a Sony Pictures oficializou o título do longa solo do Homem-Aranha no evento CinemaCon em Los Angeles, que se chamará *Homem-Aranha: De Volta Para Casa*, e será dirigido por Jon Watts, com estreia confirmada para 6 de julho de 2017.

1.2.2. Relações de disputa e provocação.

O item em questão tratará das questões burocráticas e licenciais do caso sobre o uso tanto da Marvel quanto da Fox, detentora dos direitos de alguns personagens criados pela Marvel, do personagem Quicksilver (Mercúrio), bem como casos relacionados a outras produções da Fox com personagens adquiridos da Marvel. A questão interessa-nos, pois tem relação direta com acontecimentos do longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal*.

Quando ocorreu a partilha de direitos de filmagem das personagens da Marvel, a 20th Century Fox, adquiriu os direitos do Quarteto Fantástico e dos X-Men, bem como todas as personagens envolvidas nestas duas franquias. Embora os três longas-metragens produzidos pela Fox do Quarteto Fantástico (*Quarteto Fantástico*, *Fantastic Four*, Tim Story, 2005; *Quarteto Fantástico e o Surfista Prateado*, *Fantastic Four: Rise of the Silver Surfer*, Tim Story, 2007; Quarteto Fantástico, *Fantastic Four*, Josh Trank, 2015) tenham sido considerados fracasso tanto de público como crítica, os sete longas produzidos com base na franquia dos X-Men (*X-Men: O filme*, *X-Men*, Bryan Singer, 2000; *X-Men 2*, *X2*, Bryan Singer, 2003; *X-Men: O Confronto Final*, *X-Men: The Last Stand*, Brett Ratner, 2006; *X-Men Origens: Wolverine*, *X-Men Origins: Wolverine*, Gavin Hood, 2009; *X-Men: Primeira Classe*, *X-Men: First Class*, Matthew Vaughn, 2011; *Wolverine: Imortal*, *The Wolverine*, James Mangold, 2013; *X-Men: Dias de Um Futuro Esquecido*, *X-Men: Days of Future Past*, Bryan Singer, 2014) podem ser considerados bons acertos, com algumas exceções nos casos dos filmes solos da personagem Wolverine e o terceiro filme da franquia dos X-Men.

A disputa entre as majors recebeu bastante atenção da mídia em 23 de maio de 2013, quando o então diretor do longa *X-Men: Primeira Classe* e diretor de sua continuação, *X-Men: Dias de Um Futuro Esquecido*, Bryan Singer, anunciou que a personagem Mercúrio (Quicksilver), participaria de seu novo filme. A revelação não seria algo surpreendente, uma vez que o personagem é mutante e, conseqüentemente, parte da franquia dos X-Men, cujo direito de filmagem reside nos cofres da Fox. Não seria se cinco dias antes, em 17 de maio de 2013 o diretor de *Os Vingadores* (*Avengers*, Joss Whedon, 2012) Joss Whedon, não houvesse feito o mesmo anúncio para seu mais novo longa *Vingadores: A Era De Ultron* (*Avengers: Age Of Ultron*, Joss Whedon, 2015). O anúncio de Joss Whedon trazia não apenas a escalação de uma personagem da franquia dos X-Men, mas duas. Além de Mercúrio, o longa contaria também com a participação de sua irmã, a Feiticeira Escarlata (*Scarlet Witch*).

O anúncio por parte de Joss Whedon mostrou-se surpreendente, uma vez que ambas as personagens são, primeiramente, pertencentes à franquia X-Men, cujos direitos estão sob o domínio da Fox. Como, então, poderia a Disney Marvel utilizá-los também em seus filmes?

Pietro e Wanda Maximoff, (Mercúrio e Feiticeira Escarlate respectivamente), criados por Stan Lee e Jack Kirb em 1964, são filhos de Erik Magnus Lehnsherr, também conhecido como Magneto, um dos principais antagonistas da franquia X-Men. Seus sobrenomes são referentes a seus pais adotivos. Ambos, assim como o pai, são mutantes e personagens bastante populares. Após o falecimento de Magda Lehnsherr, mãe dos gêmeos nascidos na Montanha Wundagore, na Trânsia, eles foram adotados por Django e Marya Maximoff, um casal de ciganos.

Figura 30 – Feiticeira Escarlate e Mercúrio em suas versões em quadrinhos.



Fonte: <http://wonderworldcomics.com/>

Devido à natureza de seus poderes, Wanda foi confundida com uma bruxa e atacada por aldeões. Ambos foram salvos por Magneto, e por gratidão uniram-se ao vilão na Irmandade de Mutantes, grupo “terrorista” das causas mutantes liderado por Magneto e principal rival dos X-Men. Embora fizessem parte do grupo, os gêmeos não compactuavam com as crenças de seu líder, e se desvincularam do grupo após a revelação por Magneto de que Pietro e Wanda eram seus filhos. Após saírem da Irmandade de Mutantes, os gêmeos ingressaram em outro grupo conhecido da Marvel, os Vingadores.

Os irmãos afiliam-se aos Vingadores na edição 16 (Figura 04), publicado em maio de 1965 no momento em que outros personagens do grupo o deixavam, como Thor, Homem de Ferro, Gigante (Homem-Formiga sob novo codinome) e Vespa. É

neste momento que a personagem Gavião Arqueiro também se junta ao time dos maiores heróis da Terra.

Figura 31 – Capa de Os Vingadores #16, publicada em maio de 1965.



Fonte: <http://marvel.wikia.com>

Pelos personagens terem atuado como Vingadores nas histórias em quadrinhos, foram incluídos através de alguma brecha como personagens com duplo licenciamento, ou seja, além de serem mutantes pertencentes à franquia dos X-Men, licenciada pela Fox, eles também pertencem à franquia dos Vingadores, cuja dona dos direitos de filmagem é a Marvel Disney. Todavia, este fato nos leva a algumas questões, como por exemplo, o que impede que personagens como Wolverine, pertencente à franquia dos X-Men, mas que também atuou como Vingador em diversas oportunidades, seja utilizada pela Marvel? O fato da personagem ser bastante popular exigiu que o próprio recebesse uma espécie de licença especial, a parte do restante das personagens da franquia X-Men? O mesmo não teria acontecido com personagens como Pietro e Wanda, por serem de menor popularidade?

Antes de adentrarmos a discussão acerca da relação entre a Marvel e a Fox, esclareceremos alguns pontos sobre a questão das franquias cinematográficas aqui trabalhadas, especificamente, as franquias de mídia. Por ora lançaremos apenas algumas compreensões mais pontuais, no intuito de localizar o leitor, para posteriormente, discutirmos com mais atenção a questão no capítulo terceiro.

Dereck Johnson (2009, p. 25, tradução nossa), em sua tese intitulada *Franchising Media Worlds: Content Networks and the Collaborative Production of Culture*, define uma franquia de mídia como “uma propriedade intelectual cujo desenvolvimento de um mundo imaginário, através de diferentes espaços de mídia realizados por meio de uma série de linhas de produtos, estruturas criativas, e/ou nós de distribuição é gerida através do tempo”.

Corroborando e complementando a definição apresentada por Johnson, Massarolo e Alvarenga (2010, p. 2) ainda enfatizam a propriedade colaborativa franquia de mídia, definindo-a “como a produção colaborativa de conteúdos em rede (...). A produção em rede se estabelece a partir das práticas discursivas que buscam gerar relações de conteúdo entre diversos produtos ou com outros setores da mídia. Devido à natureza do modelo de negócio da mídia, essas práticas discursivas encontram-se sempre sujeitas a tensões e conflitos”.

Foi anunciada em 17 de maio de 2013 por Joss Whedon e oficializada pela Marvel, a escolha dos atores que os interpretariam em 25 de novembro do mesmo ano a primeira aparição dos gêmeos no MCU nas cenas pós-créditos do longa *Capitão América 2: O Soldado Universal*. As cenas pós-credito nos longas do universo Marvel já se consolidaram como parte da narrativa e são esperadas ao final de cada aventura. Alguns cinemas já se habituaram a adiantar os créditos do filme, uma vez que os espectadores não se levantam de suas cadeiras até que a ou as cenas tenham sido exibidas. As cenas geralmente indicam o caminho do próximo longa, ou mesmo um evento cuja narrativa não implica diretamente no próximo longa da franquia, mas presenteia o espectador com alguma cena envolvendo alguma personagem não clássica dos quadrinhos, que pode ou não vir a ser explorada nos cinemas.

A apresentação tradicional de um longa-metragem conclui-se com a apresentação dos créditos sinalizando o desfecho da narrativa, ou seja, um sinal para o espectador de que a narrativa obteve um efeito de fim. Porém, o recurso da cena pós-créditos adiciona um novo elemento a narrativa.

A Marvel pode ter consolidado a utilização deste recurso em seu universo cinematográfico; entretanto, ele vem sendo utilizado no cinema desde a década de 1960, de acordo com Suskind (2014). Sua origem, porém, depende da maneira como se define seu uso. Se a cena pós-créditos for entendida como a continuação da cena enquanto os créditos são apresentados, pode se dizer que sua primeira aparição foi em *Onze Homens e um Segredo* (*Ocean's Eleven*, Lewis Milestone, 1960) em cena na qual Frank Sinatra, Sammy Davis Jr. e o resto da gangue aparece caminhando uma rua em Las Vegas.

Eventualmente muitas produções de diversos gêneros cinematográficos passaram a utilizar o recurso, porém, nenhuma delas utilizava-o para apresentar de fato uma continuação da narrativa, ou seja, a apresentação de novo elementos para serem aprofundados em uma futura continuação. Isso mudou com o lançamento de *O Enigma da Pirâmide* (*Young Sherlock Holmes*, Barry Levinson, 1985). Na cena pós-créditos podemos ver o vilão do longa, Professor Rathe, dado como morto ao final da narrativa, vivo e assinando seu nome como Professor Moriarty, renunciando seu futuro papel como nêmesis de Sherlock. Embora o longa apresente uma continuação para sua narrativa, Suskind (2014) salienta que sua continuação não foi produzida.

Em *Curtindo a Vida Adoidado* (*Ferris Bueller's Day Off*, John Hughes, 1986) Ferris Bueller, interpretado por Matthew Broderick, surge ao final da apresentação dos créditos (toda a apresentação dos créditos é realizada enquanto o a cena final do longa é apresentada) para dizer ao espectador que vá embora, pois não há mais nada ali para ser visto. Vale ressaltar que Ferris Bueller quebra a quarta barreira do cinema diversas vezes durante o longa para comunicar-se com o espectador.

A cena foi parodiada recentemente no longa *Deadpool* (*Deadpool*, Tim Miller, 2016), uma das personagens da Marvel cujos direitos encontram-se com a Fox. *Deadpool* é conhecido por quebrar a quarta barreira em suas histórias em quadrinhos, e o mesmo é feito durante o longa.

Com isso a Marvel não apenas consolida um novo elemento ao seu universo, como também utiliza o mesmo para direcionar as próximas produções de sua franquia.

A cena em que os gêmeos são revelados ao público pela primeira vez ocorre no interior do que parece ser uma instalação da H.Y.D.R.A. liderada pela personagem Barão Wolfgang Von Strucker, que viria a receber maior atenção no

segundo longa do Vingadores. Von Strucker, em diálogo com um de seus subordinados, delinea as próximas ações estratégicas do grupo com base nos acontecimentos finais do segundo longa do Capitão América, mostrando que sua organização está em poder do cetro mágico da personagem Loki, vilão da franquia Thor e principal Vilão do primeiro longa dos Vingadores, e aparenta ter usados os poderes ilimitados do cetro para criar ou aflorar habilidades já existentes de dois sujeitos.

Figura 32 – Pietro e Wanda.



Fonte: <http://vignette2.wikia.nocookie.net/marvelcinematicuniverse>

A cena então mostra as personagens trancadas em celas onde parecem estar aprendendo a lidar com suas novas habilidades. Uma delas movimentava-se numa velocidade sobre-humana, enquanto a outra controla telepaticamente objetos no ar para ao final da cena esmagá-los com a mesma habilidade. A cena não revela quem são as personagens, muito menos explica a condição de seus poderes detalhadamente. A personagem Barão Strucker chama-os apenas de “Milagres”.

Para o fã conhecedor das histórias em quadrinhos, é fácil identificá-los como Pietro e Wanda Maximoff, Mercúrio e Feiticeira Escarlata, interpretados por Aaron Taylor-Johnson e Elizabeth Olsen respectivamente. Entretanto, para o grande público permanece como um mistério a ser revelado possivelmente no próximo longa da franquia. Bastaria ligar a informação com os anúncios da Marvel Disney para entender que se tratavam de fato das personagens citadas.

Um dos elementos norteadores do movimento transmídia, que será analisado no terceiro capítulo é a participação do fã na construção da narrativa. Para Jenkins,

a narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta a convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando as suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão online e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica (2009, p. 49).

A criação de universos ficcionais a qual Jenkins atribui ao fenômeno transmídia depende em grande parte da participação ativa dos fãs, que passaram de meros consumidores de passivos para consumidores ativos. Poucas serão as construções de fãs absorvidas pelas grandes produções, mas o feedback poderá ser capaz de causar mudanças significativas em determinadas ocasiões.

Assim, um universo ficcional pode ser absorvido a exaustão por um fã, que ainda pode gerar conteúdos ou reimaginar passagens narrativas, e ao fazê-lo, acaba por criar um universo distinto do universo de um outro fã, ou grupo de fãs, que, por diversos motivos, não pôde acompanhar cada fragmento narrativo daquele universo. A relação que cada um criará com o universo será particular, ao mesmo tempo em que será social, pois ambos estarão tematizando um universo ficcional de bases em comum.

Desta forma, para Jenkins “cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços de fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana”. (2009, p.30).

No segundo longa, as personagens têm maior participação na trama central, iniciando a narrativa como possíveis inimigos dos heróis e finalizando-a ao lado deles, assim como ocorre nos quadrinhos. Lá as personagens recebem melhor caracterização, seus poderes são melhor desenvolvidos, por serem estrangeiros seus sotaques aparecem mais nitidamente, enfim, detalhes que possibilitam que o público entenda quem são e de onde vieram.

Figura 33 – Pietro e Wanda em Vingadores 2: A Era de Ultron (2015).



Fonte: <http://www.blastr.com/>

Dedicamo-nos agora à versão da personagem apresentada pela Fox.

Apresentado quase um ano antes, em 10 de maio de 2014, o longa *X-Men: Dias De Um Futuro Esquecido* dirigido por Bryan Singer, diferente do apresentado por Whedon, colocava a personagem Mercúrio num papel de curta duração, mas , fundamental para a trama, da qual indicaremos apenas os elementos pertinentes a esta análise, sem adentrarmos em elementos mais específicos da mesma.

Na trama, os protagonistas Charles Xavier, conhecido como Professor Xavier, ou Professor X e Wolverine, enviado do futuro para entrar em contato com Charles e juntos impedirem que um futuro apocalíptico viesse a se concretizar, necessitam da ajuda de um mutante que possua habilidades bastante específicas para retirar Magneto de uma prisão militar, aonde vem sido mantido em cativeiro devido às suas ações no longa anterior, e por ter assassinado John Fitzgerald Kennedy em 22 de novembro de 1963. A narrativa inclusive brinca com teorias acerca do assassinato do 35º presidente dos Estados Unidos da América dizendo que ninguém mais além de alguém com poderes magnéticos poderia desviar um projétil de rifle em pleno curso.

Charles avisa que a prisão em que Magneto encontra-se foi construída dentro do Pentágono durante a Segunda Grande Guerra quando havia falta de aço, portanto foi construída apenas com cimento e areia, impedindo que Magneto use

seus poderes para tentar escapar. Tirá-lo de lá parece algo improvável, porém Wolverine diz conhecer alguém capaz de fazê-lo com facilidade, que essa pessoa deve ser adolescente na época em quem se encontram (presente para Charles, passado para Wolverine).

Então partem para a casa dos Maximoff, e encontram Pietro, que no longa da Fox recebe o nome de Peter, e não possui sotaque algum. A narrativa mostra que Peter possui duas irmãs, uma mais nova, em idade infantil, e uma segunda irmã que é apenas mencionada na narrativa e não aparece para o espectador, mas que pode ser um indicativo de Wanda, a irmã gêmea de Pietro. Ao encontrarem com Peter no sótão de sua casa, é possível notar que o mesmo praticou inúmeros atos de furto e que, pelas falas de sua mãe ao atender a porta, recebe frequentemente a visita de policiais a procura do mesmo.

O que se segue, com relação a trama da personagem é uma cena de ação onde podemos observar os poderes mutantes da personagem, que pode se mover em velocidade sobrehumana. Não há menção direta acerca da relação entre pai e filho de Peter e Erik. Contudo, Pietro diz ao referir-se a habilidade de Erik de controlar metais, que sua mãe havia conhecido um “cara” que costumava fazer isso, o que faz Erik mudar levemente a feição em tom de dúvida e curiosidade. Pietro, Charles, Wolverine e Erik conseguem escapar da prisão terminando a pequena, mas memorável participação da personagem Mercúrio, interpretado por Evan Peters, no longa da Fox.

Figura 34 - Mercúrio em sua versão idealizada por Bryan Singer e Fox.



Fonte: <http://screenrant.com>

Ambas as personagens foram caracterizadas de formas distintas com relação à contraparte das histórias em quadrinhos. Entretanto, ambas mantiveram algumas características definidoras da personagem. Na versão da Disney Marvel, foi mantido o uniforme em tom azul, semelhante àquele usado pela personagem nos quadrinhos durante algumas fases de suas narrativas, enquanto a versão da Fox utilizou-se mais dos conceitos ligados ao nome original da personagem, sendo prata (*silver*) o tom principal do uniforme. Uma das principais caracterizações da personagem é o tom prateado de seus cabelos, o que é explorado com fidelidade pela Fox, enquanto na versão da Disney Marvel, a personagem tem cabelos com tons loiros. Por ser originalmente estrangeira, a personagem possui um forte sotaque, que é transmitido pela versão da Disney Marvel, enquanto a versão da Fox não possui sotaque algum, e inclusive recebe o nome de Peter, e não Pietro.

Ambas as versões mantiveram os poderes da personagem bastante próxima da versão dos quadrinhos, com algumas diferenças no tratamento da personagem. Na versão da Fox, a personagem é chamada de mutante, e as origens de seus poderes são o gene mutante, algo fixo na franquia X-Men, enquanto na versão da Disney Marvel, seus poderes são tratados como milagres ou mesmo com o uso do termo *enhanced*, ou seja, aprimorado, como se os poderes da personagem fossem fruto de experimentos, o que pode ser corroborado graças às cenas pós-crédito em que a personagem surge pela primeira vez.

O termo “mutante” parece ser um termo proibido na Disney Marvel, por conta do licenciamento da franquia dos X-Men, que carrega consigo todo o universo dos seres com habilidades especiais advindas de mutações genéticas, sendo chamados, portanto, de mutantes. O termo faz parte da franquia adquirida pela Fox, o que obriga a Marvel a encontrar alternativas para trabalhar com o conceito de origens de super habilidades desenvolvido por Stan Lee em X-Men.

Antes da criação dos X-Men, os roteiristas da Marvel Comcis trabalhavam com a criação de um super-herói explicando “cientificamente” a origem de seus superpoderes, ou ainda, tentando ao máximo tornar sua origem algo pautado em elementos da realidade, o que se tornava cada vez mais difícil, uma vez que o número de super seres aumentava mais e mais: o Capitão América nasceu graças a um super soro criado durante a segunda guerra mundial, o Hulk surgiu graças aos raios gama, Homem de Ferro graças à genialidade de Tony Stark e à construção de uma armadura, o Homem Formiga graças à descoberta de um soro e das partículas

Pym, etc. Quando Stan Lee surge com a ideia de criar personagens com habilidades especiais cuja origem se baseava em mutações genéticas, ele viabiliza que seus roteiristas e ele próprio criem personagens com qualidades das mais fantásticas, sem a necessidade de criar origens cada vez mais específicas, minuciosamente trabalhadas para justificar os poderes daquelas personagens

Este se torna um conceito bastante facilitador na criação de novas personagens, e o fato da Disney Marvel não poder usá-lo em seu universo cinematográfico traz algumas implicações, uma vez que impede que a produção de seus longas, séries, etc, possam apresentar o surgimento de uma grande quantidade de personagens através de uma origem básica e simplificada para todos.

O que ambas a produtoras buscam é manter suas franquias vivas e lucrativas por muito tempo, e quanto mais propriedades possuírem para a produção desses universos cinematográficos, melhor.

Através da origem da Marvel Comics, podemos observar a criação do que hoje são conhecidos como universos narrativos da Marvel, como o já citado “Universo Ultimate” e o “Terra 616”, que se configura como um paralelo a nossa realidade, contendo os mesmos políticos, personalidades, países e eventos históricos, adicionando os elementos fantásticos e países fictícios, como Wakanda (Pantera-Negra) e Genosha (X-Men). Esses universos são responsáveis por ditar certos aspectos narrativos e cronologias próprios, contendo seus próprios panteões de super-heróis. Assim, com base nas negociações e acordos realizados pela Marvel, alguns personagens chave foram divididos entre produtoras como 20th Century Fox (Fox Entertainment Group), Columbia Pictures (Sony) e essas comercializações foram responsáveis por ditar, no que diz respeito aos personagens, como seria o Universo Cinematográfico Marvel, que se configura como mais um dos universos narrativos da Marvel.

Procuramos com o primeiro capítulo indicar uma história cronológica dos principais eventos envolvendo a criação e consolidação da Marvel, bem como suas principais propriedades intelectuais. Com isso, podemos observar de que forma foram negociados os direitos de filmagens de seus principais personagens e de que maneira isso afetou a construção de um universo de produções cinematográficas (além das histórias em quadrinhos, séries televisivas, séries em vídeo sob demanda

e jogos eletrônicos) onde se localiza o longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal*.

No próximo capítulo buscaremos levantar os principais aspectos da teoria bakhtiniana dos Gêneros do Discurso, e de que maneira essa teoria se relaciona, em um primeiro momento, com as produções Marvel.

Capítulo 2. Compreendendo os gêneros do discurso em diversas manifestações do personagem Capitão América.

No capítulo segundo buscaremos entender a questão acerca dos gêneros do discurso proposta pelo filósofo russo Mikhail Bakhtin, e relacioná-la às produções da editora Marvel cujos enunciados envolvam a personagem Capitão América em diversos gêneros distintos produzidos isoladamente, ou seja, sem uma conexão narrativa entre si.

Para tal, identificaremos as principais características da teoria e pensamento bakhtinianos, seus principais fundamentos e conceitos que se relacionam numa teoria mais ampla, para posteriormente lançar compreensões acerca do conceito específico de gêneros do discurso e observar a maneira como o mesmo se relaciona em diferentes produções enunciativas.

2.1. Aspectos fundamentais do pensamento dialógico do Círculo de Bakhtin.

Para compreendermos de que forma o filósofo russo Mikhail Mikhailovich Bakhtin, nascido em 17 de novembro de 1895 em Orel, arquitetou a teoria os Gêneros do Discurso, é importante entender o processo da construção do pensamento bakhtiniano constituído através de uma série de textos produzidos pelos membros do chamado Círculo de Bakhtin, que teria se iniciado em 1918.

O Círculo de Bakhtin era composto por diversos teóricos de áreas distintas como o músico e linguista Valentín Volóchinov (1895-1936), o poeta, ativista maçônico e filósofo da religião Bóris Zubákin (1894-1940), o filósofo Matvei Kagan (1889-1937), o filósofo e teórico da literatura e cultura Liev Pumpiánski (1891-1940), a pianista Maria Iudína (1899-1970), o filósofo da literatura Pável Medviédev (1892-1938), o musicólogo, crítico de música e teatro Ivan Sollertínskii (1902-1944), entre outros.

De acordo com Grillo (2012, p. 23), em prefácio da obra *O Método Formal Nos Estudos Literários: Introdução Crítica a Uma Poética Sociológica*, esse grupo de intelectuais cujos encontros se davam de forma secreta por conta da forte censura,

não foi um fenômeno isolado na história da época. A Rússia dos anos 1920 era um “caldeirão” de ideia e fervores políticos e também

de mudanças profundas em todos os campos da atividade intelectual. Diversos movimentos artísticos (futurismo, cubo-futurismo, acmeísmo, supematismo etc.) propunham uma renovação cultural e de pensamento.

Vale ressaltar que algumas correntes teóricas divergem quanto à liderança do Círculo de Bakhtin. Enquanto alguns indicam a liderança intelectual de Bakhtin, outras indicam que o Círculo sequer existiu e que Bakhtin não possuía nível intelectual para liderar um grupo de filósofos. Para nós importa mais a compreensão advinda dos escritos deste grupo de pensadores do que a autoria ou não, existência ou não do Círculo de Bakhtin, e que o presente trabalho não tratará de tais questões. Embora acreditemos que haja uma coerente linha de pensamento que une esses filósofos sobre uma mesma ideologia argumentativa.

De acordo com Turati (2016, p. 94),

se o racionalismo viveu a dúvida como método para encontrar a verdade, instaurando uma forma de pensar e ver o mundo que atravessou séculos, Bakhtin já nos seus primeiros escritos, na obra *Para uma filosofia do ato responsável*, rejeitará essa forma de pensamento enxergando na arquitetura da relação entre dois centros de valores, correlatos entre si, mas diferentes por princípio, o eu e o outro, a unidade de sentido do mundo elevada ao grau de unicidade da eventicidade do ser.

A questão da dialogia permeará todo o conjunto de obras do Círculo de Bakhtin e configura não apenas uma questão teórica, mas uma visão de mundo e para Bakhtin (2010b, p. 47),

as relações dialógicas - fenômeno bem mais amplo do que as relações entre as réplicas do diálogo expresso composicionalmente – são um fenômeno universal, que penetra toda a linguagem humana e todas as relações e manifestações da vida humana, em suma, tudo o que tem sentido e importância.

Assim, pode se afirmar que a dialogia é marcada pelo confronto entre sistemas de valores distintos que se confrontam dentro de um determinado campo de orientação. É uma dialética que explica o homem através do diálogo inserido na atividade humana da linguagem, em que cada participante desse diálogo possui intrínseco a si uma carga ideológica, ou seja, um conjunto de valores que

necessariamente entrarão em choque e cujo resultado do diálogo será a alteração dos, o acréscimo de, ou mesmo o apagamento destes valores.

Portanto, para Brait (2005, p. 94-95),

o dialogismo diz respeito ao permanente diálogo, nem sempre simétrico e harmonioso, existente entre os diferentes discursos que configuram uma comunidade, uma cultura, uma sociedade. É nesse sentido que podemos interpretar o dialogismo como elemento que instaura a constitutiva natureza interdiscursiva da linguagem.

Por outro lado, o dialogismo diz respeito às relações que se estabelecem entre o eu e o outro nos processos discursivos instaurados historicamente pelos sujeitos que, por sua vez, se instauram e são instaurados por esses discursos.

Para entender melhor a dialogia proposta por Bakhtin e o Círculo é preciso compreender a questão do signo ideológico, pois o mesmo é componente fundamental para o processo dialógico.

Para Bakhtin/Volochínov (2010, p. 31),

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um *significado* e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia. Um corpo físico vale por si próprio: não significa nada e coincide inteiramente com sua própria natureza. Neste caso, não se trata de ideologia.

No entanto, todo corpo físico pode ser percebido como símbolo: é o caso, por exemplo, da simbolização do princípio da inércia e de necessidade na natureza (determinismo) por um determinado objeto único. E toda imagem artístico-simbólica ocasionada por um objeto físico particular já é um produto ideológico. Converte-se, assim, em signo o objeto físico, o qual, sem deixar de fazer parte da realidade material, passa a refletir e refratar, numa certa medida, uma outra realidade.

Para exemplificar as colocações expostas anteriormente, Bakhtin/Volochínov (2010) utiliza-se dos instrumentos de produção, que não possuem uma função que não seja a de desempenhar determinado papel na produção, e isso é realizado sem refletir ou refratar algo que não seja necessariamente a de contribuir na produção. Entretanto, esses mesmos instrumentos podem ser convertidos no emblema da União Soviética, e passam, a partir desse momento, a operar como signo

ideológico, refletindo e refratando uma realidade outra, sem que o instrumento material transforme-se em si num signo.

Bakhtin/Volochínov (2010, p. 32-33) complementa que,

Um signo não existe apenas como parte de uma realidade; ele também reflete e refrata uma outra. Ele pode distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreendê-la de um ponto de vista específico, etc. Todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica (isto é, se é verdadeiro, falso, correto, justificado, bom, etc.) O domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico. Tudo que é ideológico possui um valor semiótico.

Para que haja a compreensão de um signo apreendido, é necessário aproximá-lo de outros signos já conhecidos. Esse processo constitui uma cadeia ideológica onde a compreensão configura-se como “a resposta a um signo por meio de signos” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2010).

Neste sentido, podemos afirmar que a própria consciência é ideológica, uma vez que, de acordo com Bakhtin/Volochínov,

essa cadeia ideológica estende-se de consciência individual em consciência individual, ligando umas às outras. Os signos só emergem, decididamente, do processo de interação entre uma consciência individual e uma outra. E a própria consciência individual está repleta de signos. A consciência só se torna consciência quando se impregna de conteúdo ideológico (semiótico) e, conseqüentemente sente no processo de interação social (2010. p. 34).

Os signos, portanto, só podem surgir desta interação entre consciência, em um “terreno interindividual” (*id. Ibid*, 2010), ou seja, não basta que se coloquem face a face dois sujeitos, é preciso que os mesmos estejam socialmente organizados em grupos e somente assim, um sistema de signos pode originar-se. “A consciência individual nada pode explicar, mas, ao contrário, deve ela própria ser explicada a partir do meio ideológico social” (*id. Ibid*, p. 35).

Portanto, para Bakhtin/Volochínov (2010, p. 45), é preciso seguir um conjunto de regras metodológicas para compreender o signo propriamente dito:

1. *Não separar a ideologia da realidade material do signo* (colocando-o no campo da “consciência” ou em qualquer outra esfera fugidia e indefinível).
2. *Não dissociar o signo das formas concretas da comunicação social* (entendendo-se que o signo faz parte de um sistema de comunicação social organizada e que não tem existência fora desse sistema, a não ser como objeto físico).
3. *Não dissociar a comunicação e suas formas de sua base material* (infra-estrutura).

Assim, Bakhtin e o Círculo entram propriamente na questão da linguagem, onde esclarecerão como se dá o processo de criação da língua e das linguagens, confrontando diretamente duas correntes teóricas de sua época, o idealismo e o psicologismo, como veremos a seguir.

2.2. A Língua e o Enunciado Concreto

Posto que para o Círculo de Bakhtin a questão central da sua linha de pensamento encontra-se na relação arquitetônica entre dois centros de valores, o eu e o outro, e que esses centros de valores são consciências individuais sócio historicamente organizadas e habitadas por signos constituídos de forma dialógica, buscaremos entender a quais conjuntos teóricos Bakhtin e seu Círculo buscavam questionar.

Um dos pilares fundamentais do pensamento do Círculo de Bakhtin é a discordância do entendimento da língua como um instrumento da comunicação. O que Bakhtin e o Círculo afirmam é que a comunicação, tida como materialização, ou seja, realização completa da interação verbal/discursiva, é a matriz geradora da linguagem (MÓLON; VIANNA, 2012). O Círculo desveste a linguagem de sua característica mecânica e funcional, para atribuir a ela um caráter mais interativo, ou seja, de algo sempre em construção, pois é, na verdade, resultado daquilo que lhe é atribuído como meio para (língua como instrumento para comunicação).

Esse processo que coloca a “origem” da língua no processo da comunicação constitui um dos pilares para o pensamento bakhtiniano que separa os estudos de linguagem em duas linhas teóricas opostas - subjetivismo idealista de um lado e o

objetivismo abstrato de outro - buscando localizar seus principais tropeços e oferecer uma alternativa para os estudos de linguagem.

Tais correntes, que tem como representantes Humboldt e Vossler na primeira e Saussure na segunda, são fortemente criticadas na obra *Marxismo e Filosofia da Linguagem* (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2010).

No que diz respeito a primeira corrente, o subjetivismo idealista, o Círculo de Bakhtin confronta a ideia de que a linguagem configura-se como uma representação perfeita daquilo que se encontra na psique do falante, não levando em conta aquilo que é bastante caro ao círculo, a interação entre os falantes, ou seja, para os representantes do subjetivismo idealista o fator social não interfere na enunciação.

Para Bakhtin/Volochínov (2010, p. 74) a primeira corrente teórica

interessa-se pelo ato da fala, de criação individual, como fundamento da língua (no sentido de toda atividade de linguagem sem exceção). O psiquismo individual constitui a fonte da língua. As leis de criação linguística – sendo a língua uma evolução ininterrupta, uma criação contínua – são as leis da psicologia individual, e são elas que devem ser estudadas pelo linguista e pelo filósofo da linguagem. Esclarecer o fenômeno linguístico significa reduzi-lo a um ato significativo (por vezes mesmo racional) de um caráter preliminar, construtivo, descritivo, classificatório, e limita-se simplesmente a preparar a explicação exaustiva do fato linguístico como proveniente de um ato de criação individual, ou então servir a finalidades práticas de aquisição de uma língua dada. A língua é, deste ponto de vista, análoga às outras manifestações ideológicas, em particular às do domínio da arte e da estética.

Bakhtin/Volochínov (2010, p. 74-75) ainda sintetiza as posições fundamentais da primeira corrente teórica em quatro proposições, sendo elas:

- 1 – A língua é uma atividade, um processo criativo ininterrupto de construção (“energia”), que se materializa sob a forma de atos individuais de fala.
- 2 – As leis da criação linguística são essencialmente as leis da psicologia individual.
- 3 – A criação linguística é uma criação significativa, análogo à criação artística.
- 4 – A língua, enquanto produto acabado (“ergon”), enquanto sistema estável (léxico, gramática, fonética), apresenta-se como um depósito inerte, tal como a lava fria da criação linguística, abstratamente construída pelos linguistas com vistas à sua aquisição prática como instrumento pronto para ser usado.

Já com relação à segunda corrente teórica, Para Bakhtin e seu Círculo, o principal problema do objetivismo abstrato é entender a língua como um sistema pronto e fechado, no qual o sujeito falante apenas o recebe passivamente sem interferir no mesmo.

De acordo com Bakhtin/Volochínov,

O centro organizador de todos os fatos da língua, o que faz dela o objeto de uma ciência bem-definida, situa-se, ao contrário, no *sistema linguístico*, a saber o *sistema das formas fonéticas, gramaticais e lexicais da língua*. Enquanto que, para a primeira orientação, a língua constitui um fluxo ininterrupto de atos de fala, onde nada permanece estável, nada conserva sua identidade, para a segunda orientação a língua é um arco-íris imóvel que domina este fluxo. Cada enunciação, cada ato de criação individual é único e não reiterável, mas em cada enunciação encontram-se elementos idênticos ao de outras enunciações no seio de um determinado grupo de locutores. São justamente estes traços *idênticos*, que são assim normativos para todas as enunciações – traços fonéticos, gramaticais e lexicais –, que garantem a unicidade de uma dada língua e sua compreensão por todos os locutores de uma mesma comunidade (2010, p. 79).

Volochínov (2013, p. 108), em *A Construção da Enunciação e Outros Ensaíos*, em especial no artigo intitulado “As Mais Recentes Tendências Do Pensamento Linguístico Ocidental”, também resume a segunda corrente teórica em quatro princípios fundamentais:

- 1 – A língua é um sistema fixo e imutável de formas linguísticas normativamente idênticas que a consciência individual encontra já pronta e que não pode contestar.
- 2 – As leis da língua são leis linguísticas precisas que regulam o vínculo entre os signos linguísticos ao interior do sistema linguístico fechado. Essas leis são objetivas para qualquer consciência subjetiva.
- 3 – Os vínculos linguísticos específicos não têm nada em comum os valores ideológicos (artísticos, cognitivos, etc.). Nenhuma motivação ideológica está na base dos fenômenos da língua. Entre a palavra e seu significado não existe nenhum liame natural e compreensível para a consciência, nem qualquer vínculo artístico.
- 4 – As enunciações individuais representam para a língua somente refrações e variações individuais casuais ou simplesmente alterações da forma normativamente idêntica; é próprio destas variações explicarem a variação histórica da forma linguística, que enquanto tal, pelo sistema da língua, é irracional e insensata. Entre o sistema da língua e sua história não existe qualquer vínculo nem qualquer comunhão de motivações. Sistema e história são estranhos um ao outro.

Enquanto a primeira corrente enxergava a língua como algo que nunca se repetia e era sempre atualizada pelo falante através de um ato individual e único, a segunda corrente colocava a língua como um conjunto fixo de formas normativas imutáveis, ou seja, um sistema cujo falante não possui poder para modificá-lo. O que se configurava como principal característica de uma corrente era o ruído, o que se negava fortemente na outra.

Para Bakhtin/Volochínov (2010), o problema com o objetivismo abstrato encontra-se na imutabilidade da língua e sua constituição como um “fato objetivo externo à consciência individual e independente desta.” Para o autor, se lançarmos um olhar verdadeiramente objetivo sobre a língua, não encontraremos nenhum indício de um sistema imutável de normas, mas sim, uma ininterrupta evolução das normas da língua.

Por outro lado, o que estaria errado com relação ao subjetivismo individualista é colocar a criação da língua no ato individual do sujeito que fala. De acordo com Bakhtin/Volochínov (2010, p. 126),

O subjetivismo idealista tem razão em sustentar que as enunciações isoladas constituem a substância real da língua e que a elas está reservada a função criativa na língua. Mas está errado quando ignora e é incapaz de compreender a natureza social da enunciação e quando tenta deduzir está última do mundo interior do locutor, enquanto expressão desse mundo interior. A estrutura da enunciação e da atividade mental a exprimir são de natureza *social*. A elaboração estilística da enunciação é de natureza *sociológica* e a própria cadeia verbal, à qual se reduz em última análise a realidade da língua, é *social*. Cada elo dessa cadeia é social, assim como toda a dinâmica de sua evolução.

Neste sentido Bakhtin/Volochínov (2010) sinaliza algo que é muito caro ao pensamento do Círculo de Bakhtin, o social, a natureza social da língua. A função social da língua será de suma importância para o desenvolvimento do pensamento bakhtiniano. O teórico critica a adoção, por ambas as correntes teóricas, como ponto de partida básico a enunciação monológica.

Com isso, Bakhtin e o Círculo desenvolvem sua compreensão da língua com base nos problemas identificados nas duas principais correntes do pensamento linguístico.

Assim,

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas, nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua.

O diálogo, no sentido estrito do termo, não constitui, é claro, senão uma das formas, é verdade que das mais importantes, da interação verbal. Mas pode-se compreender a palavra “diálogo” num sentido amplo, isto é, não apenas como a comunicação em voz alta, de pessoas colocadas face a face, mas toda comunicação verbal, de qualquer tipo que seja.

O livro, isto é, o ato de fala impresso, constitui igualmente um elemento da comunicação verbal. Ele é objeto de discussões ativas sob a forma de diálogo e, além disso, é feito para ser apreendido e maneira ativa, para ser estudado a fundo, comentado e criticado no quadro do discurso interior, sem contar as reações impressas, institucionalizadas, que se encontram nas diferentes esferas da comunicação verbal (críticas, resenhas, que exercem influência sobre os trabalhos posteriores, etc.) (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2010, p. 125-126).

Assim, é no terreno da interação social, na interação entre sujeitos que falam com outros sujeitos falantes, e isso não corre nem dentro da cabeça de um único sujeito, muito menos apenas na estrutura formal da língua, que encontramos a verdadeira substância da língua.

Por fim, Bakhtin/Volochínov (2010, p. 131-132) formula seus princípios fundamentais para os estudos de linguagens:

1 – A língua como sistema estável de formas normativamente idênticas é apenas uma abstração científica que só pode servir a certos fins teóricos e práticos particulares. Essa abstração não dá conta de maneira adequada da realidade concreta da língua.

2 – A língua constitui um processo de evolução ininterrupto, que se realiza através da interação verbal social dos locutores.

3 – As leis da evolução linguística não são de maneira algumas leis da psicologia individual, mas também não podem ser divorciadas da atividade dos falantes. As leis da evolução linguística são essencialmente leis sociológicas.

4 – A criatividade da língua não coincide com a criatividade artística nem com qualquer outra forma de criatividade ideológica específica. Mas, ao mesmo tempo, a criatividade da língua não pode ser compreendida independentemente dos conteúdos e valores ideológicos que a ela se ligam. A evolução da língua, como toda evolução histórica, pode ser percebida como uma necessidade cega de tipo mecanicista, mas também pode tornar-se “uma necessidade de funcionamento livre”, uma vez que alcançou a posição de uma necessidade consciente e desejada.

5 – A estrutura da enunciação é uma estrutura puramente social. A enunciação como tal só se torna efetiva entre falantes. O ato de fala individual (no sentido do termo “individual”) é uma *contradictio in adjecto*.

Ainda que Bakhtin esteja teorizando os estudos de linguagens, em especial da comunicação verbal, faz-se relevante entendermos a base do pensamento bakhtiniano antes de adentrarmos no estudo acerca da sua teoria dos Gêneros do Discurso, pois a mesma foi organizada através das mesmas bases fundamentais apresentadas por Bakhtin e seu Círculo.

Outro elemento fundamental para entendermos o pensamento do Círculo e conseqüentemente, a teoria dos Gêneros do Discurso, é a questão do enunciado concreto, que para Bakhtin (2003, p. 274), configura-se como “a real unidade da comunicação discursiva” e

só pode existir de fato na forma de enunciações concretas de determinados falantes, sujeitos do discurso. O discurso sempre está fundido em forma de enunciado pertencente a um determinado sujeito do discurso, e fora dessa forma não pode existir. Por mais diferentes que sejam as enunciações pelo seu volume, pelo conteúdo, pela construção composicional, elas possuem como unidades da comunicação discursiva peculiaridades estruturais comuns, e antes de tudo, limites absolutamente precisos.

Os limites absolutamente precisos de que Bakhtin fala estão diretamente ligados à compreensão do enunciado concreto e são definidos por alguns fatores que operam concomitantemente. São eles: *alternância dos sujeitos do discurso, acabamento do enunciado e expressividade do enunciator*.

A *alternância de sujeitos* falantes diz respeito à característica de réplica do enunciado concreto, ou seja, a qualidade de ser sempre a resposta a um enunciado anterior, que pode ocorrer tanto em uma relação de interlocutores face a face como no interior do próprio enunciado, no caso de uma obra estética.

Em qualquer enunciado, quando estudado com mais profundidade em situações concretas de comunicação discursiva, descobrimos toda uma série de palavras do outro semilantes e latentes, de diferentes graus de alteridade. Por isso o enunciado é representado por ecos como que distantes e mal percebidos das alternâncias dos sujeitos do discurso e pelas tonalidades dialógicas, enfraquecidas ao extremo pelos limites dos enunciados, totalmente permeáveis a expressão do autor. O enunciado se verifica um fenômeno muito complexo e multiplanar se não o examinamos isoladamente e só na

relação com o seu autor (o falante), mas como um elo na cadeia da comunicação discursiva e da relação com os outros enunciados a ele vinculados (essas relações costumam ser descobertas não no plano verbalizado – estilístico-composicional – mas tão-somente no plano semântico-objetal) (BAKHTIN, 2003, p. 299).

Ou seja, com relação à relação do enunciado com o próprio falante (autor do enunciado) e com outros participantes da comunicação discursiva, compreende-se que o objeto do discurso do sujeito falante “não se torna pela primeira vez objeto do discurso em um dado enunciado, e dado falante não é o primeiro a falar sobre ele” (BAKHTIN, 2003, p. 299-300), tal enunciado carrega consigo uma bagagem ideológico e relacional com diversos outros enunciados, provenientes de diversos outros sujeitos com seus próprios conteúdos ideológicos. Quanto maior for a relação e afinidade do sujeito falante com o enunciado e com os outros participantes da comunicação, mais adequado e melhor ele será compreendido..

Todo enunciado possui um princípio e um fim necessariamente, e todos os enunciados configuram-se como uma resposta a um enunciado anterior.

O falante termina seu enunciado para passar a palavra a outro ou dar lugar à sua compreensão ativamente responsiva. O enunciado não é uma unidade convencional, mas uma unidade real, precisamente delimitada da alternância dos sujeitos do discurso (BAKHTIN, 2003, p. 275).

Assim, para Bakhtin e o Círculo, o que caracteriza um enunciado é sua alternância de sujeitos e sua conclusibilidade. Na medida em que ocorre a alternância entre sujeitos pode indicar os contornos do enunciado, ou seja, seu início e fim, pois esses contornos indicam que o sujeito falou tudo o que tinha em seu projeto de dizer naquele dado momento precisamente marcado, possibilitando do mesmo modo, que o outro sujeito do discurso lance sua resposta ao enunciado anterior, ocupando assim sua posição responsiva sobre o enunciado.

Entretanto, Bakhtin salienta que a alternância entre sujeitos no discurso, a comunicação, ocorre sempre num campo de tensão. Essa tensão pode ser entendida como a ausência de sujeitos passivos. Para Bakhtin, todo falante participa ativamente do diálogo e, a partir de sua compreensão, o falante concorda ou discorda, e essas respostas podem ser dadas por outros enunciados, por ações ou mesmo pelo próprio silêncio. A enunciação é um processo de interação. Todavia

essa tensão não se encontra apenas entre a interação entre dois ou mais falantes, ele ocorre na própria formação do enunciado.

O acabamento, ou a conclusibilidade do enunciado é determinado por três fatores: o *tratamento exaustivo do tema*, o *intuito discursivo do locutor* e as *formas composicionais relativamente estáveis*.

De acordo com Conceição (2008, p. 8),

participam da construção do tema, não apenas os elementos que tendem à estabilidade da significação, mas também os elementos extraverbais, que compõem a situação concreta e histórica de produção, de recepção e de circulação, de modo que o tema da enunciação é o componente da produção de sentido e efeitos de sentido que se dá em uma enunciação específica e irrepetível.

O *acabamento específico do enunciado* refere-se ao tratamento exaustivo do tema, o projeto de dizer do enunciador e as formas composicionais do gênero do enunciado. Embora o tratamento exaustivo do tema possa parecer ambíguo, uma vez que um determinado tema seja inesgotável, a qualidade a qual Bakhtin se refere, é o que figura como uma pausa no enunciado, um percebimento de fim que suscite a possibilidade de uma resposta. Com relação ao projeto de dizer e a escolha da forma composicional do gênero, Francelino (2011, p.107) indica que,

o autor realiza um trabalho de seleção/cominação lexical no plano lingüístico da enunciação – esse princípio é manifestado pelo sujeito falante no exercício da autoria no trabalho de seleção e combinação das palavras da língua em que enuncia. Essa seleção ocorre em função de múltiplos aspectos, dentre os quais destacamos as condições amplas e imediatas da enunciação, ou seja, para que(m) eu falo, com que intuito eu falo, que papel(is) social(is) desempenha(m) meu(s) interlocutor(es) no processo enunciativo, e o gênero discursivo em que se dão as interações.

Com relação ao intuito discursivo do locutor, também chamado de querer-dizer, Bakhtin (2010b, p. 281-282) explica que,

em cada enunciado – da réplica monovocal do cotidiano às grandes e complexas obras de ciência ou literatura – abrangemos, interpretamos, sentimos a *intenção discursiva* de discurso ou a *vontade discursiva* do falante, que determina o todo do enunciado, o seu volume e as suas fronteiras. Imaginamos o que o falante *quer* dizer, e com essa ideia verbalizada, essa vontade verbalizada (como a entendemos) é que medimos a conclusibilidade do enunciado.

Essa ideia determina tanto a própria escolha do objeto (em certas condições de comunicação discursiva, na relação necessária com os enunciados antecedentes) quanto os seus limites e a sua exauribilidade semântico-objetiva (...). Essa ideia – momento subjetivo do enunciado – se combina em uma unidade indissolúvel com o seu aspecto semântico-objetivo, restringindo este último, vinculando-o a uma situação concreta (singular) de comunicação discursiva, com todas as circunstâncias individuais, com seus participantes pessoais, com suas intervenções – enunciados antecedentes. Por isso os participantes imediatos da comunicação, que se orientam na situação e nos enunciados antecedentes, abrangem fácil e rapidamente a intenção discursiva, a vontade discursiva do falante e, desde o início do discurso percebem o *todo* do enunciado em desdobramento.

Bakhtin também salienta que o processo do acabamento está inteiramente relacionado ao processo da escolha de uma forma composicional relativamente estável, ou seja, de um gênero do discurso²¹. A escolha de um gênero é fundamental no processo dialógico da comunicação, pois é através do mesmo que o falante escolhe, dentre as opções verbo-semânticas – no caso da fala – a melhor maneira de lançar seu enunciado.

Colocados aqui de forma sucinta os três fatores que marcam a conclusibilidade ou acabamento do enunciado, seguiremos na compreensão do enunciado concreto como unidade básica da comunicação na teoria bakhtiniana.

Com respeito à expressividade do enunciador, podemos dizer que essa configura-se como,

uma luta constante entre a estabilidade advinda do gênero e da esfera e a instabilidade advinda do intuito do enunciador e da necessidade que tem de realizar as escolhas linguístico discursivas durante a composição do enunciado. Essa tensão entre o que é dado e o que é possível criar determina a expressividade do enunciador. Temos, assim, a terceira particularidade do enunciado concreto (CONCEIÇÃO, 2008, p. 5).

Como veremos mais à frente, a questão da expressividade está para o enunciado da mesma maneira que o estilo está para o gênero do discurso. É importante salientar também que as categorias do pensamento bakhtiniano estão sendo separadas aqui apenas de forma abstrata para fins epistemológicos, e que às

²¹ A questão dos Gêneros do Discurso será discutida de forma mais aprofundada na próxima seção desse capítulo.

mesmas encontram-se sempre relacionadas, interligadas umas as outras nos processos dialógicos.

Por fim, é preciso apresentar a diferença fundamental do enunciado proposto pelo Círculo de Bakhtin que o diferencia das demais correntes teóricas, o enunciado concreto.

O que Bakhtin e o Círculo criticam fortemente em ambas as correntes teóricas é o isolamento do enunciado, ou seja, em sua análise, o mesmo é tratado como algo estático, abstrato e deslocado da realidade.

Criticando essa postura teórica, Volochínov explica que

Todo discurso é dialógico, dirigido a outra pessoa, à sua compreensão e à sua efetiva resposta potencial. Essa orientação a um outro, a um ouvinte, pressupõe inevitavelmente que se tenha conta a correlação sócio-histórica entre ambos os interlocutores. (2013, p. 168)

Volochínov acrescenta uma orientação social ao enunciado, em especial, as relações hierárquicas e sócio-históricas entre os interlocutores. O enunciado possui sujeitos bastante definidos, cada um com sua orientação social, classe social, sendo essas características responsáveis pela modelagem do enunciado.

Além da orientação social, todo enunciado possui um elemento extra-verbal que apresentará, de acordo com suas circunstâncias e com o contexto, um sentido diferente, ainda que se trate gramaticalmente do mesmo enunciado.

Para Bakhtin (2011, p. 154-155),

A palavra na vida, com toda evidência, não se centra em si mesma. Surge da situação extraverbal da vida e conserva com ela o vínculo mais estreito. E mais, a vida completa diretamente a palavra, a que não pode ser separada da vida sem que perca seu sentido. Eis as características e as valorações que costumamos atribuir a determinadas enunciações da vida real: “é mentira”, “é verdade”, “está dito atrevidamente”, “não devia dizer isso” etc. Então, estas e outras valorações semelhantes, não importa que critério as dirige – ético, cognitivo, político ou outro – abarcam mais longe e mais extensamente o que se encontra no aspecto propriamente verbal, linguístico da enunciação: *junto com a palavra abordam também a situação extraverbal da enunciação*. Estes juízos e valorações se referem a uma certa totalidade na qual a palavra diretamente entra em contato com o acontecimento da vida e se funde com ele em uma unidade indissolúvel. A palavra tomada isoladamente, como fenômeno puramente linguístico, não pode ser verdadeira, nem falsa, nem atrevida, nem tímida (grifo do autor).

Mas o que configura este elemento extra-verbal do enunciado, responsável pelo sentido e compreensão do mesmo?

Scherma e Turati (2012, p. 45) indicam que a situação extra-verbal é composta pelo espaço e o tempo do evento, o objeto ou o tema do enunciado (aquilo de que se fala) e a posição dos interlocutores diante do fato (avaliação).

Não é possível compreender efetivamente o enunciado sem que se considere necessariamente tanto a orientação social quanto o contexto extra-verbal que contornam o enunciado.

Por fim,

o emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana. Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua mas, acima de tudo, por sua construção composicional. Todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo a construção composicional – estão indissolivelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação. Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, os quais denominamos *gêneros do discurso* (BAKHTIN, 2003, p. 261-262).

Posto que para o enunciado tornar-se concreto é preciso que o mesmo esteja na relação dialógica a dois ou mais sujeitos falantes, que haja a alternância entre esses sujeitos e que o mesmo configure-se dentro de uma forma relativamente estável de acabamento, ou seja, inserido em um gênero do discurso, passaremos à compreensão do conceito bakhtiniano de gênero do discurso e suas particularidades, buscando entender primeiramente como se comportam cada um dos gêneros em que a personagem Capitão América figurou ao longo de sua histórica na Marvel Comics.

2.2. Metodologia e compreensão d' os Gêneros do Discurso.

Primeiramente é necessário entendermos que o filósofo russo e o Círculo buscaram compreender os processos referentes aos gêneros do discurso no discurso cotidiano e principalmente na literatura, portanto, seus estudos e teorizações possuem como base exemplos muitas vezes advindos de romances, poemas e/ou representações de enunciados cotidianos. Todavia, procuraremos expandir as significações apresentadas no que diz respeito ao estudo dos gêneros em formas composicionais distintas, com base nas percepções e teorizações de críticos nas mais diferentes áreas.

É importante salientarmos também que o termo “gênero” possui um significado bastante consolidado nos estudos de comunicação e diz respeito a categorização dos tipos de produção audiovisual, todavia, como veremos, o gênero do discurso bakhtiniano diferencia-se do anterior e tem função crucial na formação de uma enunciação.

De acordo com Fiorin,

desde a Grécia, o Ocidente opera com a noção de gênero. Ele agrupa os textos que têm características e propriedades comuns. Assim, os gêneros são tipos de textos que têm traços comuns. Na medida em que eles eram vistos com um rol de propriedades formais, fixas e imutáveis, adquiriam um caráter normativo. As poéticas do classicismo, por exemplo, diziam como deveria ser composta uma tragédia, uma epopeia, etc. A história literária oscila entre períodos em que os gêneros são rigidamente codificados e aqueles em que as formas são mais livres, em que se abandonam as formas fixas (2006, p. 60-61).

Essa concepção mecânica de gênero textual impossibilita a compreensão mais alargada, não apenas da teoria dos gêneros do discurso, mas de todo o pensamento bakhtiniano proposto por algumas linhas de estudo.

A partir dos estudos de Bakhtin, afirma Machado (2005, p. 152)

foi possível mudar a rota dos estudos sobre os gêneros: além das formações poéticas, Bakhtin afirma a necessidade de um exame circunstanciado não apenas da retórica, mas sobretudo, das práticas prosaicas que diferentes usos da linguagem fazem do discurso, oferecendo-o como manifestação de pluralidade. Este é o núcleo conceitual a partir do qual as formulações sobre os gêneros discursivos distanciam-se do universo teórico da teoria clássica criando um lugar para manifestações discursivas da heteroglossia,

isto é das diversas codificações não restritas à palavra. Graças a essa abertura conceitual é possível considerar as formações discursivas do amplo campo da comunicação mediada, seja aquela processada pelos meios de comunicação de massas ou modernas mídias digitais, sobre a qual, evidentemente, Bakhtin nada disse, mas para o qual suas formulações convergem.

Com base no vínculo intrínseco existente entre a utilização da linguagem e as esferas da atividade humana, Fiorin (2006) explica que Bakhtin não desenvolve sua teoria tomando como ponto de partida o produto (gênero), mas o processo de sua produção. Assim, Bakhtin interessa-se mais pelo processo de constituição do que pelas regras e propriedades formais. A teoria bakhtiniana, de acordo com Faraco (2003), não pensa o gênero como sendo apenas um conjunto determinado de características formais imutáveis, ou seja, o gênero em si, mas como um processo histórico dinâmico inteiramente relacionado à interação dentro um campo ou esfera sócio histórica da comunicação humana.

Isso ocorre, pois, para Bakhtin (2003, p. 261), todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem. Compreende-se perfeitamente que o caráter e as formas desse uso sejam tão multiformes quanto os campos da atividade humana, o que, é claro, não contradiz a unidade nacional de uma língua.

Bakhtin indica que o problema com os estudos anteriores dos gêneros dava-se por conta da observação do mesmo através de sua forma e não em suas particularidades.

A heterogeneidade funcional, como se poder pensar, torna os traços gerais dos gêneros discursivos demasiadamente abstratos e vazios. A isto provavelmente se deve o fato de que a questão geral dos gêneros discursivos nunca foi verdadeiramente colocada. Estudavam-se – e mais do que tudo – os gêneros literários. Mas da Antiguidade aos nossos dias eles foram estudados num corte da sua especificidade artístico-literária, nas distinções diferenciadas entre ele (no âmbito da literatura) e não como determinados tipos de enunciados, que são diferentes de outros tipos mas têm com estes uma natureza *verbal* (linguística comum) (BAKHTIN, 2003, p. 262-263).

Com relação à questão constituinte do gênero, Bonini (2003) esclarece o conceito indicando, por exemplo, que as definições das seções *editorial*, *opinião do leitor* e *artigo assinado* (gêneros) de um Jornal são postas mais pela posição do

enunciador (editorialista, leitor especialista e articulista) e sua função social do que a estruturação linguística formal destes gêneros, que é praticamente a mesma. Bonini ainda salienta que mesmo o propósito (convencer pela argumentação) da produção de tais gêneros pode ser considerado o mesmo, se não os relacionarmos ao projeto de dizer de cada enunciador na esfera social em que está inserido.

Os enunciados dividem-se de acordo com um conjunto de características específicas sob as quais estes acontecem. Cada situação discursiva ocorre de maneira a adequar-se ao momento, lugar ou suporte em que está inserida. Desse modo, “o gênero é considerado como um conjunto de métodos de orientação coletiva na realidade, uma maneira de ver a realidade que se desenvolve na comunicação social” (PONZIO, 2013, p. 81).

De acordo com Bakhtin (2003, p. 283),

Os gêneros do discurso organizam o nosso discurso quase da mesma forma que o organizam as formas gramaticais (sintáticas), Nós aprendemos a moldar o nosso discurso em formas de gênero e, quando ouvimos o discurso alheio, já adivinhamos o seu gênero pelas primeiras palavras, adivinhamos um determinado volume (isto é, extensão aproximada do conjunto do discurso), uma determinada construção composicional, prevemos o fim, isto é, desde o início temos a sensação do conjunto do discurso que em seguida apenas se diferencia no processo da fala.

Nesse processo, Bakhtin salienta que os gêneros são basilares para a comunicação entre falantes, pois são responsáveis por colocar limites no enunciado concreto, ou seja, indicar contornos através de um conjunto de normas que possibilitem que o mesmo seja entendido e que não ultrapasse demais as fronteiras de possibilidades desse conjunto normativo e acabe dificultando sua compreensão. Entretanto, esse conjunto de normas não funciona como uma prisão para o enunciado, ele apenas opera no sentido de tornar a compreensão mais clara e nada impede que esses limites ou fronteiras possam ser alargados.

Tamanha é a importância dos gêneros para Bakhtin que se os mesmos “não existissem e nós não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo do discurso, de construir livremente e pela primeira vez cada enunciado, a comunicação discursiva seria quase impossível (BAKHTIN, 2003, p. 283).

As formas dos gêneros, onde o enunciado é inserido, moldado, diferem-se das formas da língua uma vez que as formas do gênero são muito mais flexíveis, mais livres, e, por conta disso, bastante diversas, e dentro dessa diversidade, podemos encontrar gêneros mais padronizados e outros mais livres que permitem maior criatividade em sua elaboração. Bakhtin exemplifica essa diversidade, ora mais estática, ora mais livre, com os gêneros cotidianos breves de saudações, felicitações, enfim, votos de todas as espécies, e sua relação inteiramente associada a aspectos sociais, históricos e hierárquicos. Uma continência expressa uma saudação iniciada sempre por um membro de hierarquia inferior para um membro de hierarquia superior num ato de extrema oficialidade e respeito, embora, paralelamente, essa mesma continência pode ser utilizada de forma irônica por um funcionário para seu chefe ou de um filho para seu pai. Já uma conversa de bar pode configurar-se num gênero mais livre, sem regras muito específicas ou duras, permitindo maior diversidade nas formas enunciativas.

Entretanto, para utilizar um gênero de forma criativa é necessário que o enunciador (uma vez que procuraremos aqui lançar uma compreensão além da fala) tenha domínio sob os gêneros.

Muitas pessoas que dominam magnificamente uma língua sentem amiúde total impotência em alguns campos da comunicação precisamente porque não dominam na prática as formas de gênero de dadas esferas. Frequentemente, a pessoa que domina magnificamente o discurso em diferentes esferas da comunicação cultural, sabe ler o relatório, desenvolver uma discussão científica, fala magnificamente sobre questões sociais, cala ou intervém de forma muito desajeitada em uma conversa mundana. Aqui não se trata de pobreza vocabular nem de estilo tomado de maneira abstrata; tudo se resume a uma inabilidade para dominar o repertório do gênero das conversa mundana, a falta de acervo suficiente de noções sobre todo um enunciado que ajudem a moldar de forma rápida e descontraída o seu discurso nas formas estilístico-composicionais definidas, a uma inabilidade de tomar a palavra a tempo, de começar corretamente e terminar corretamente (nesses gêneros, a composição é muito simples) (BAKHTIN, 2003, p. 284-285).

Conseqüentemente, o domínio dos gêneros é o que nos permite transitar por eles de forma livre espontânea e criativa e o que nos possibilita empregar certa individualidade ao gênero, “refletindo de modo mais flexível e sutil a situação singular da comunicação” (*id. Ibid.*), indicar contornos mais nítidos de acabamento

naquilo que desejamos enunciar de forma concreta para que possa atingir o máximo da compreensão.

Complementando a ideia de que o domínio do gênero permite a melhor apropriação do mesmo, bem como estilizá-lo e possivelmente, alargando suas propriedades, Faraco e Castro (2000, p. 8) indica que,

falar ou escrever é, antes de tudo, uma experiência linguística com os diversos gêneros discursivos existentes no nosso tempo; são as formas relativamente estáveis desses gêneros que organizam a nossa expressão. Assim, quando falamos ou escrevemos, estamos na verdade atualizando formas relativamente consagradas de interação linguística. Um resenhista de literatura, por exemplo, ao redigir o seu texto para a revista, não apenas atualiza a gramática da sua língua, nem cria o gênero da resenha no ato da escrita; o que ele realmente faz é se apropriar de um projeto de texto constituído historicamente, renovando-o com um novo tema (um novo livro, um autor desconhecido), um estilo pessoal (irônico, suave, retórico etc.), uma expectativa interlocutiva específica (características do interlocutor médio da revista) etc. Esse exemplo, respeitadas as características estilísticas próprias relativas a outros tipos de gêneros, de forma geral, aplica-se igualmente a todos eles.

Uma vez que os gêneros do discurso resultam dos processos interacionais entre sujeitos sócios historicamente localizados sua multiplicidade é infinita, pois “são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica um determinado campo” (BAKHTIN, 2003, p. 262).

Cada gênero possui preceitos e regras características de acordo com a esfera social em que se encontra. Sendo essas esferas do uso da linguagem não são “uma noção abstrata, mas uma referência direta aos enunciados concretos que se manifestam nos discursos”. (MACHADO, 2005, p. 156).

Esta estratificação é determinada, antes de tudo, pelos organismos específicos dos *gêneros*. Estes ou aqueles elementos das línguas (lexicológicos, semânticos, sintáticos, etc.) estão estreitamente unidos com a orientação intencional e com o sistema geral de acentuação destes ou daqueles gêneros: oratórios, publicitários, gêneros de imprensa, gêneros jornalísticos, gêneros de literatura inferior (como o romance de folhetim, por exemplo) e, finalmente, os diversos gêneros da grande literatura (BAKHTIN, 2010a, p. 96).

Assim, esta estratificação a qual Bakhtin se refere pode distinguir-se em dois agrupamentos; primários e secundários. Os gêneros primários são aqueles construídos em circunstâncias discursivas em esferas privadas, ligadas a experiências cotidianas e mais íntimas, como uma carta pessoal, um bilhete, um convite informal ou uma conversa a mesa de bar. Os secundários, por sua vez, são arquitetados em situações públicas, relativamente mais formais, como entrevistas, palestras, editoriais, reportagens, propagandas, novelas e trabalhos acadêmicos.

Em outras palavras, Marchezan (2010, p. 268-269) salienta a diferença dos tipos simples e complexos de gêneros, destacando também a interrelação entre ambos:

entre os enunciados espontâneos do cotidiano, que acontecem, principalmente, face a face, e os enunciados mais complexos, que compartilham dos valores da sociedade como um todo, mas surgem e atuam mais diretamente em uma área particular: uma ciência, uma religião, uma escola artística, entre outros. Fazendo parte do elo da comunicação verbal, os gêneros dão forma à experiência sócio-histórica, que neles se estabiliza; institui e reforça as formas já tradicionais, mas retira da dinâmica do dia-a-dia (dos gêneros primários, portanto) o alimento de sua transformação.

Sendo assim,

[...] o gênero não pode ser concebido senão como um conceito plural: reporta-se às formações combinatórias da linguagem em suas dimensões verbal e extra-verbal. Além disso, articula formas discursivas criadoras da linguagem, de visões de mundo e de sistemas de valores configurados por pontos de vista determinados. O conceito de gênero segundo a abordagem dialógica de Bakhtin é instância de criação e acabamento do objeto estético. [...] o gênero organiza a manifestação e promove seu acabamento. Quer dizer: o gênero mobiliza relações entre aspectos internos e externos da manifestação estética (MACHADO, 2005, p.133).

A diferença essencial entre os gêneros primários (mais simples) e os gêneros secundários (complexos) não está em sua diferença funcional, mas no processo em que surgem. Um gênero secundário, como um romance, um longa-metragem, uma pesquisa científica, uma história em quadrinhos, uma peça publicitária, surge em condições de convívio social muito mais complexas, mais desenvolvidas e organizadas que um gênero simples.

Um gênero mais simples, para Bakhtin (2003), possui um vínculo imediato com a realidade concreta, todavia, ao elaborar um gênero secundário, que surge da incorporação e reelaboração de vários gêneros primários, esse vínculo imediato com a realidade acaba se perdendo.

Um gênero primário, mais simples, quando posicionado dentro de um gênero secundário mais complexo, acaba absorvendo essa complexidade, como por exemplo, um romance que utilize unicamente cartas e páginas de um diário para construir sua narrativa; ao fazê-lo, impregna as cartas com novos sentidos, que deixam de serem cartas e transformam-se em romance. “Estes ou outros elementos da língua adquirem o perfume específico dos gêneros dados: eles se adequam aos pontos de vista específicos, às atitudes, as formas de pensamento, às nuances e às entonações desses gêneros” (BAKHTIN, 2010a, p. 96).

Segundo Ponzio, “o diálogo dos gêneros primários, na sua qualidade de componente dos gêneros secundários, torna-se diálogo representado, e perde assim a sua ligação direta com o contexto real e com os objetivos de sua vida cotidiana e, conseqüentemente, perde o seu caráter instrumental, funcional” (2013, p. 80).

Para Medviédév, um novo gênero constitui-se a partir dos gêneros existentes; em cada um dos gêneros acontecem reagrupamentos dos elementos previamente dados (2012, p. 206).

Em outras palavras, Fiorin (2006) complementa que essa transformação de um gênero simples para um complexo (hibridização) ocorre graças ao rompimento com o contexto imediato (a carta como processo comunicativo entre dois indivíduos) e seu vínculo com enunciados concretos, participando da realidade concreta unicamente através do romance, configurado neste sentido como evento estético.

Assim,

[...] o gênero não pode ser concebido senão como um conceito plural: reporta-se às formações combinatórias da linguagem em suas dimensões verbal e extra-verbal. Além disso, articula formas discursivas criadoras da linguagem, de visões de mundo e de sistemas de valores configurados por pontos de vista determinados. O conceito de gênero segundo a abordagem dialógica de Bakhtin é instância de criação e acabamento do objeto estético. [...] o gênero organiza a manifestação e promove seu acabamento. Quer dizer: o gênero mobiliza relações entre aspectos internos e externos da manifestação estética (MACHADO, 2005, p.133).

Desta maneira, compreende-se, pois, que a importância dos estudos dos gêneros discursivos não está no processo classificatório, mas na compreensão da mudança de um gênero para outro no processo dialógico, e na sua formação. Assim sendo, para a melhor compreensão do funcionamento do conceito de gêneros do discurso, Bakhtin desconstrói sua composição apresentando seus três pilares de sustentação, seus elementos que, aqui separados com intuito demonstrativo, ocorrem e operam sempre em conjunto: Unidade Temática, Estilo do Gênero/Enunciador, e Forma Composicional.

2.2.1. Unidade Temática, Estilo do Gênero/Enunciador e Forma Composicional.

Para demonstrarmos como cada elemento constituinte dos gêneros do discurso apresenta-se dentro de um enunciado concreto, buscaremos sua compreensão em exemplos encontrados em gêneros bastantes específicos encontrados no universo Marvel, sem entrarmos, neste primeiro momento, nas narrativas do Universo Cinematográfico Marvel: Histórias em Quadrinhos, Seriado Televisivo, Longa-metragem e Jogos Eletrônicos.

É importante ressaltar que,

a realidade do gênero e a realidade que o gênero pode alcançar estão organicamente ligadas. Porém, vimos que a realidade do gênero é a realidade social de sua realização no processo da comunicação social. Dessa forma, o gênero é um conjunto de meios de orientação coletiva da realidade, dirigido para seu acabamento. Essa orientação é capaz de compreender novos aspectos da realidade. A compreensão da realidade desenvolve-se e origina-se no processo da comunicação social ideológica. Por isso, uma autêntica poética do gênero pode ser apenas uma sociologia do gênero (MEDVIÉDEV, 2012, p. 200).

Com exceção das Histórias em Quadrinhos, o Longa-metragem, o Seriado Televisivo e os Jogos Eletrônicos constituem-se como produções de cunho audiovisual, ou seja, utilizam tanto elementos da imagem quanto do som para construir-se como enunciado.

Assim sendo, evitando que algumas definições tornassem repetitivas, optamos por agrupá-los na categoria audiovisual descrevendo os principais elementos constituidores da categoria como um todo, apresentando alguns elementos que diferenciem cada uma dessas produções.

É necessário salientar que trataremos das definições de cada um dos gêneros a partir da concepção de que cada um deles configura-se como uma forma de linguagem, ou seja, além de seu papel de aparato midiático, buscaremos compreendê-los como um sistema de comunicação formado por princípios e regras de um sistema relativamente estável.

Postas as definições de cada um das categorias, analisaremos cada um dos elementos do conceito de gêneros do discurso dentro das particularidades ou especificidades de cada gênero aqui apresentado.

Histórias em Quadrinhos.

“Quadrinhos são quadrinhos. E, como tais, gozam de uma linguagem autônoma, que usa mecanismos próprios para representar os elementos narrativos”. (RAMOS, 2009, p. 17). As histórias em quadrinhos, como o próprio nome aponta, são narrativas gráficas apresentadas através da transição entre quadros, utilizando-se de balões para expressar falas.

Para Campos e Lomboglia (1985, p. 10),

as origens das histórias em quadrinhos estão na civilização europeia, onde o aparecimento das técnicas de reprodução gráfica proporcionam a união do texto com a imagem. [...] Mas foi através das grandes empresas jornalísticas dos EUA, no fim do século XIX, que os quadrinhos adquiriram autonomia, criando uma expressão própria. Os “*comics*”, como eram chamados, tornaram-se fator capital para a venda dos jornais.

Todavia, vale ressaltar que essas origens dizem respeito a um tipo muito particular de quadrinhos, os Comics norte-americanos. Existem vários tipos distintos de quadrinhos, e cada país ou grupo cultural organizado desenvolveu suas próprias expressões artísticas particulares (Mangás no Japão, Fumetti na Itália, Banda Desenhada em Angola), cada uma com origens e influências distintas. Dentro de uma mesma comunidade é possível encontrar tipos diversificados de Histórias em Quadrinhos (Tiras, Charges, *Graphic Novels*).

Alguns elementos fazem do gênero História em Quadrinhos serem facilmente reconhecidos, sendo os quadrinhos – quadros separados por sarjetas – os balões de fala e pensamento e as onomatopeias os mais clássicos.

A sarjeta indica a passagem de tempo entre um quadrinho e outro, e pode representar segundos ou milênios, dependendo da intenção do autor. Os balões de falas podem ser representados de diversas formas de acordo com o tipo de fala da personagem, podendo representar um pensamento, um grito de terror, um cochicho e até mesmo possuir um design particular para representar um personagem específico. As onomatopeias são palavras que representam o som, e são um dos elementos característicos dos quadrinhos, variando de acordo com elementos culturais do meio onde o quadrinho está sendo apresentado. Por exemplo, o som de algo caindo na água pode ser representado no Brasil pela onomatopeia “TCHIBUUMM”, enquanto em um quadrinhos norte-americano o mesmo movimento é representado pela onomatopeia “SPLASHH”.

Audiovisual.

Um produto audiovisual pode ser entendido como todo e qualquer produto comunicacional, e esse produto pode ser tanto um objeto quanto um processo, expresso com a utilização conjunta de elementos visuais como signos, imagens, desenhos, gráficos e elementos sonoros como a voz, música, ruídos e efeitos sonoros. Em outras palavras, um produto audiovisual é o que trabalha o olhar e a escuta através de imagens visualizadas sequencialmente, que dão a impressão de movimento acompanhadas de som sincronizado. Os produtos audiovisuais são encontrados em meios como a televisão, o cinema, os jogos eletrônicos, a multimídia, a computação gráfica, a realidade virtual, etc.

Longa-Metragem.

Robert Stam em sua *Introdução à teoria do cinema* (2003) coloca em evidência como essa forma de expressão foi encarada de acordo com cada época e corrente filosófica então hegemônica. Stam destaca as considerações de Christian Metz que introduz questões e reflexões advindas da linguística saussuriana nos estudos fílmicos, atentando para a correspondência indireta entre as linguagens.

Metz foi o exemplo de um novo tipo de teórico de cinema, que chegava ao campo já “armado” com as ferramentas analíticas de

uma disciplina específica, assumidamente acadêmica e desvinculada do mundo da crítica cinematográfica. Evitando a tradicional linguagem valorativa desta última, Metz deu primazia a um vocabulário retirado à linguística e à narratologia (diegesis, paradigma, sintagma). (STAM, 2003 p. 129).

Robert Stam (2003, p. 27) indica que a especificidade da linguagem cinematográfica pode ser abordada,

(a) *tecnologicamente*, em termos do dispositivo necessário à sua produção; (b) *linguisticamente*, em termos dos “materiais de expressão” do cinema; (c) *historicamente*, em termos de suas origens (por exemplo, nos daguerreótipos, dioramas e cinetoscópios); (d) *institucionalmente*, em termos de seus processos de produção (coletivos em lugar de individuais, industriais em lugar de artesanais); e (e) em termos de seus *processos de recepção* (leitor individual versus recepção gregária na sala de cinema).

Para Stam, Burgoyne e Flitterman-Lewis (1999), o cinema, segundo as concepções de Christian Metz, configura-se a partir das diversas formas em que o espaço e o tempo podem ser ordenados através da montagem dentro dos segmentos da narrativa.

Metz utiliza a palavra SINTAGMA como um termo geral para designar as unidades de autonomia narrativa, o modelo no qual os planos individuais podem agrupar-se, reservando, por sua vez, “sequência” e “cena” para designar sintagmas específicos (STAM, BURGOYNE E FLITTERMAN-LEWIS, 1999, p. 60).

Neste sentido, são elencados oito sintagmas que ordenam a montagem, visando expressar a narrativa dentro do cinema, sendo elas: Plano Autônomo; Sintagma Paralelo; Sintagma Entre Parênteses; Sintagma Descritivo; Sintagma Alternante; A Cena; Sequência Episódica e Sequência Ordinária.

A partir das definições apresentadas por Stam, Burgoyne e Flitterman-Lewis (1999), o Plano Autônomo consiste em um plano, que pode ser dividido em Plano Sequência e quatro outras inserções, sendo elas Inserção Não Diegética (um plano único que apresenta objetos exteriores ao mundo ficcional da ação); Inserção Diegética Deslocada (imagens diegéticas “reais”, mas fora de contexto temporal ou espacial); Inserção Subjetiva (lembranças, medos); Inserção Explicativa (planos isolados que esclarecem atos para o espectador).

O Sintagma Paralelo é definido como dois temas que se alteram sem uma clara relação de tempo ou espaço, tais como rico e pobre, cidade e campo.

O Sintagma Entre Parênteses caracteriza-se através de cenas curtas, mostradas como típicos exemplos de uma certa ordem da realidade, todavia sem sequência temporal, geralmente organizadas em torno de um conceito.

Já o Sintagma Descritivo aborda objetos mostrados de forma sucessiva sugerindo uma coerência espacial, utilizado, por exemplo, para situar o ato.

O Sintagma Alternante é definido através de uma narrativa em paralelo que implica simultaneidade temporal, como uma perseguição alternando entre perseguido e perseguidor.

A Cena é constituída como o espaço-temporal tomado sem interrupções, onde o significado (a diegese implícita) é contínuo, como na cena teatral, mas onde o significante está fragmentado em diversos planos.

A Sequência Episódica pode ser entendida como um resumo simbólico dentro de uma sequência cronológica implícita, implicando geralmente em uma compressão do tempo.

Por fim, se Sequência Ordinária caracteriza-se pela ação tratada de forma elíptica para eliminar os detalhes desimportantes, com saltos temporais e espaciais disfarçados através da continuidade da montagem.

O longa-metragem caracteriza-se como um enunciado que se utiliza da montagem entre cenas, com base nos sintagmas apresentados anteriormente em conjunto com sons, sejam eles uma narração, uma trilha sonora, as falas das personagens ou mesmo ruídos, diegéticos ou não, para criar uma narrativa, ou seja, um enunciado. Uma característica importante do longa-metragem, como sua nomenclatura sugere, é sua longa duração que pode variar em cada país. A exigência de duração mínima por parte de órgãos regulamentadores como o *American Film Institute* e *British Film Institute* pode variar entre 40 a 80 minutos. No Brasil a duração mínima exigida para um longa-metragem é de 70²² minutos.

Curta-Metragem.

²² Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001: Art. 1º Para fins desta Medida Provisória entende-se como: (...) IX - obra cinematográfica ou videofonográfica de longa metragem: aquela cuja duração é superior a setenta minutos. Medida.

O gênero curta-metragem possui características bastante similares ao longa-metragem. No entanto, Gurkis (2007) destaca que é importante entender que um curta-metragem não é simplesmente a versão curta de um longa-metragem, da mesma forma que um conto não é uma versão curta de um romance e uma música não é uma versão curta de uma sinfonia. A maneira como um curta-metragem é conceitualizado, escrito, produzido e dirigido é bastante distinta da maneira como um longa-metragem é realizado.

Gurkis (2007) explica que existem quatro tipos diferentes de curta-metragem, e a diferença entre esses tipos é determinada por sua duração, sendo denominados Curta-curta, Curta Convencional, Curta Médio e Curta longo. O Curta-curta possui duração de 2 a 4 minutos, geralmente construído através de uma ou duas principais cenas. O Curta Convencional possui duração de 7 a 12 minutos constituindo-se de cinco a oito grandes cenas. Já o Curta médio possui de 20 a 25 minutos de duração sendo composto de doze a quinze cenas principais. Por fim, o Curta longo possui duração de 30 minutos ou mais, e sua construção se dá a partir de vinte ou trinta cenas principais.

Além do tempo de duração, a distinção entre cada um dos tipos está ligada com a maneira como a ação narrativa é construída, através de um enredo único nos mais curtos e enredos múltiplos nos mais longos.

Assim, um curta-metragem assemelha-se a um longa-metragem no que diz respeito a seus elementos composicionais de gênero, mas, a maneira como esses elementos darão forma ao enunciado estará diretamente ligada às particularidades de sua narrativa curta.

Seriado Televisivo.

Nesta seção apresentaremos dois gêneros distintos, porém, de origem semelhante: a série televisiva e a série de animação.

Diferentemente das outras seções onde buscamos compreender apenas um gênero, a escolha de dois tipos distintos deve-se ao fato de a série televisiva em que a personagem Capitão América é mencionada pertencer ao Universo Cinematográfico Marvel, cujos enunciados serão analisados com mais profundidade apenas no capítulo terceiro. Como buscaremos compreender o funcionamento dos elementos do conceito de Gêneros do Discurso em enunciados relacionados ao

Capitão América, primeiramente, em enunciados distintos àqueles do MCU, optamos por um enunciado de animação seriado, que apesar de ser diferente do encontrado no MCU, configura-se como uma série televisiva e carrega consigo o principal elemento do gênero, a serialidade.

O elemento da serialidade já era encontrado nos romances-folhetins no século XIX, onde um romance era publicado no jornal de forma fragmentada, e a parcela diária da narrativa sempre terminava em um *cliff hanger*, ou seja, um “gancho”, um momento de tensão, um ápice da narrativa, cuja continuação só poderia ser lida no próximo número do jornal.

O seriado televisivo constitui-se como um produto midiático exibido na televisão dentro de uma programação específica. Nesse sentido, Machado (2000) descreve a programação televisiva como uma programação concebida através de blocos, onde a variação da duração de cada bloco está relacionada ao modelo de televisão adotado. Um exemplo de modelo de televisão é o comercial, onde a programação destina-se a venda de comerciais, implicando em blocos de curta duração.

De acordo com Machado (2000, p. 83),

chamamos de *serialidade* essa apresentação *descontínua* e *fragmentada* do sintagma televisual. No caso específico das formas narrativas, o enredo é geralmente estruturado sob a forma de *capítulos* ou *episódios*, cada um deles apresentado em dia ou horário diferente e subdividido, por sua vez, em blocos menores, separados uns dos outros por *breaks* para a entrada de comerciais ou de chamadas para outros programas. Muito frequentemente, esses blocos incluem, no início uma pequena contextualização do que estava acontecendo antes (para refrescar a memória ou informar o espectador que não viu o bloco anterior) e, no final um *gancho* de tensão que visa manter o interesse do espectador até o retorno da série depois do break ou no dia seguinte (grifos do autor).

Machado (2000) destaca a existência de basicamente três modelos de narrativas seriada na televisão. O primeiro modelo é constituído de uma única narrativa, que pode ser entrelaçada de várias narrativas paralelas, cuja sucessão se dá de forma mais ou menos linear ao longo do somatório de seus capítulos. No segundo modelo, cada uma das transmissões é uma narrativa completa, possuindo começo, meio e fim, e o que se repete são os mesmos personagens e uma situação narrativa semelhante. Por fim, o terceiro modelo caracterizado por Machado é

aquele em que o único elemento que se repete nos vários episódios é o espírito geral da série, o tema. Neste modelo não apenas a história é completamente diferente, como também são as personagens.

Mesmo as narrativas seriadas estando divididas em três tipos distintos, Machado (2000) indica que esses tipos de narrativas podem se confundir, citando o exemplo da telenovela brasileira, que se enquadra, em princípio, no primeiro tipo de narrativa seriada, não obstante, pode arrastar-se indefinidamente, repetindo situações ou criando situações novas a medida que houver audiência para tal. Ou mesmo um seriado que mantém uma estrutura básica de episódio com começo meio e fim, que podem ser assistidos em qualquer ordem, e que podem ser desenvolvidos enquanto houver audiência. A série pode desdobrar-se ao infinito, mas há um episódio inicial que explica o contexto da série, podendo haver um episódio final quando a produção decidir finalizá-la. Nos dois exemplos as narrativas mantêm uma estrutura dominante, mas acaba absorvendo elementos de outro tipo de estrutura narrativa.

Machado indica como um das razões pela qual a televisão tenha adotado a estrutura seriada como principal modelo de suas produções audiovisuais, a necessidade de manter alimentada uma programação ininterrupta. Neste sentido,

Enquanto produtos como o livro, o filme e o disco de música são concebidos como unidades mais ou menos independente, que demoram um tempo relativamente longo para serem produzidos, o programa de televisão é concebido como um sintagma padrão, que repete seu modelo básico ao longo de um certo tempo, com variações maiores ou menores (MACHADO, 2000, p. 86).

A serialidade é o elemento principal dos seriados televisivos, e funcionam como uma maneira de aumentar a vida útil de um produto midiático, atraindo o público por mais tempo e mantendo a programação televisiva mais longa.

Um das características que diferencia a animação televisiva da série televisiva está no aspecto de sua produção. Enquanto a série televisiva é gravada em estúdios ou ambientes preparados com captação de som, luzes e a atuação de atores reais, fisicamente presentes, a série de animação é constituída através de desenhos feitos quadro a quadro por artistas. A animação cria a ilusão de dar vida a um objeto inanimado, e isto é realizado através de desenhos produzidos de maneira que a sua reprodução em alta velocidade criem a sensação de movimento.

Jogos eletrônicos.

O desenvolvimento dos jogos eletrônicos está intimamente ligado à criação e desenvolvimento tecnológico dos computadores pessoais. Optamos por utilizar a nomenclatura “jogos eletrônicos” ao invés de vídeo games ou videogames para o gênero do discurso em questão, pois o nome vídeo game pode remeter ao aparelho utilizado para reproduzir o jogo eletrônico e não o jogo eletrônico em si. Nesse sentido, ao utilizarmos o termo “jogo eletrônico”, estamos nos referindo a todos os jogos desenvolvidos para dispositivos eletrônicos sem, no entanto, limitá-los a uma plataforma ou aparelho específico utilizado para sua reprodução.

Jogos eletrônicos são jogos em que o jogador interage com imagens e sons em um dispositivo que as exibe, geralmente em uma tela, que pode ser uma televisão, um visor de celular, um monitor de computador ou um *tablet*. O sistema em que o jogo eletrônico é reproduzido recebe o nome de plataforma ou console. A interação é realizada através de botões em um controle chamado *joystick*, onde cada botão representa um comando específico.

A principal característica de um jogo eletrônico é sua interatividade, ou seja, a capacidade do jogador interagir, através de comandos pré-definidos, com a personagem principal da narrativa eletrônica, assumir sua persona, ou controlar a movimentação de objetos inanimados visando realizar objetivos.

Murray (2003) no prefácio de sua obra *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço* explica que

As histórias que são contadas em formatos participativos nos envolvem de uma maneira diferente daquelas às quais assistimos ou ouvimos. Não ficamos apenas observando as batidas e os roubos de carro no popular videogame *Grand Theft Auto*, nós os cometemos. Podemos atropelar pedestres nas ruas e não há nenhuma consequência para tamanha violência gratuita dentro do jogo. É como uma história de bandidos, com exagerados elementos dos filmes de gângsteres, sempre nos lembrando de que a ação não é real.

Em princípio, devido ao potencial limitado dos primeiros computadores e consoles, os jogos eletrônicos apresentavam comandos simples (movimentar uma barra retangular para cima ou para baixo) e poucas ou nenhuma opção de escolha para prosseguir na narrativa. Com o avanço das tecnologias computacionais, os jogos passaram a apresentar comandos mais complexos exigindo do jogador maior habilidade para avançar em enredos cada vez mais complexos. Os enredos podem ser classificados como lineares, não-lineares ou multissequenciais (MURRAY, 2003). Ou seja, enredos em que os objetivos não precisam ser atingidos em uma ordem específica, dando a liberdade para que o jogador possa escolher quais objetivos perseguir.

Enredos lineares são aqueles cuja interação entre o jogador e a narrativa vai resultar no mesmo desenrolar da trama. Nesse sentido, o jogador só possui um caminho a seguir. Enredos não-lineares são aqueles que permitem ao jogador optar por um caminho ou outro. Nesse caso o enredo é dividido em blocos narrativos que podem ser acessados em ordens aleatórias, e o resultado será o mesmo, independente da ordem dos eventos. Por fim, os enredos multissequenciais possuem blocos narrativos que permitem, mediante em suas escolhas, possibilitar ao jogador observar diferentes desfechos para a trama.

Murray (2003) prefere utilizar o termo *interator* ao invés de jogador, pois ao jogar, lhe é dada a possibilidade de criar caminhos e cenários inexistentes e criar narrativas que não estão pré-definidas. Isso é possível, pois alguns jogos eletrônicos permitem uma gama muito grande de opções ao jogador, que as combina de forma criativa e pode criar novos objetivos.

Os jogos eletrônicos podem ser categorizados, de acordo com Gilliard Lopes (2004), engenheiro de softwares da empresa EA (Electronic Arts), por sua Dimensionalidade, pelo seu Ponto de Vista, por Gênero e pelo Número de Jogadores.

Dimensionalidade caracteriza o número de dimensões em que o jogo eletrônico é apresentado, e sua classificação é expressa através do número de coordenadas usadas para representar a posição de cada elemento no ambiente virtual do jogo eletrônico. A partir da dimensionalidade, um jogo eletrônico pode ser classificado como 2D (bidimensional) ou 3D (tridimensional).

A categoria Ponto de vista considera a perspectiva pela qual a apresentação do jogo eletrônica é vista pelo jogador em relação à personagem por ele controlada, podendo ser classificado como Primeira Pessoa ou Terceira Pessoa.

Jogos em Primeiro Pessoa possibilitam ao jogador observar o ponto de vista da própria personagem que está sendo controlada, ou seja, uma visão de dentro da personagem, o que possibilita maior identificação com a personagem e aumento de imersão por parte do jogador. Já nos jogos em Terceira Pessoa, o jogador observa o jogo através de um ponto de vista diferente da personagem, ou seja, de um ponto de vista externo à personagem.

A categoria gênero classifica o jogo eletrônico pelo estilo de sua jogabilidade e enredo, e pode ser dividido em Ação (Tiro ou Plataforma), Aventura ou Plataforma, Estratégia, RPG, Esporte, Simulação e Quebra-Cabeças.

Jogos de Tiro são geralmente associados ao uso de armas de fogo para cumprir objetivos. O jogador utiliza-se de várias armas distintas que utilizam o disparo de projéteis para derrotar os inimigos.

Jogos de Plataforma são aqueles em que o jogador controla a personagem através de fases bidimensionais, onde os movimentos são limitados em andar para frente, para trás, pular e agachar sobre plataformas.

Jogos de estratégia possuem como elemento básico o comando e posicionamento de unidades de combate em um mapa, visando a conquista de territórios.

RPGs são a versão eletrônica dos conhecidos *Role Playing Games*, também disponíveis em jogos de tabuleiros e livros. Neste tipo de jogo o jogador assume o papel de uma personagem e deve, com a conquista de missões, melhorar as habilidades da personagem.

Jogos de esporte são aqueles simulam grande parte dos esportes mais populares, como futebol, baquete, etc.

Os Simuladores geralmente estão associados a jogos de corrida de carros, motos, controle de aviões, tratores, caminhões. Este tipo de jogo buscar apresentar ao jogador a sensação mais próxima possível de pilotar alguns desses veículos.

Quebra-cabeças são jogos que visam à resolução de problemas para avançar nas missões, como por exemplo, encontrar uma chave para abrir uma porta específica.

Outra característica utilizada para classificar os jogos eletrônicos é a quantidade máxima de jogadores permitida, ou seja, o número máximo de jogadores simultâneos em uma mesma partida, sendo classificados como *single player*, *Mutiplayer* e *Massive Mutipayer*. *Single Player* é o jogo que permite apenas um jogador por partida, enquanto *Multiplayer* é o jogo que permite dezenas de jogadores ao mesmo tempo competindo entre si ou participando de atividades cooperativas. Com o advento da internet e seu desenvolvimento, bem como o desenvolvimento das tecnologias computacionais, o número de jogadores simultâneos ganhou números ainda maiores, recebendo a classificação de *Massive Multiplayer*, onde centenas de jogadores participam da mesma partida.

Embora a classificação oferecida por Gilliard Lopes apresente característica bastante definidas, alguns jogos eletrônicos podem enquadrar-se em mais de uma categoria, e ao mesmo tempo um jogo eletrônico pode possuir elementos em primeira e terceira pessoa, possuir uma jogabilidade de um gênero de tiro, mas possuir elementos de um RPG.

A principal característica, que podemos chamar de definidora, de um jogo eletrônico é a possibilidade da interação, ou seja, a capacidade do sujeito jogador de controlar, através de comandos múltiplos, as escolhas da personagem, guiando a mesma através de objetivos visando concluí-los para dar seguimento à narrativa.

Colocadas as definições para cada um dos gêneros em que a personagem Capitão América transitou ao longo de sua história, passaremos a compreensão dos elementos constituintes dos gêneros do discurso. Para tal, discutiremos cada um dos elementos dos gêneros do discurso, amparando-os em exemplos nos quatro gêneros definidos anteriormente.

2.2.1.1. Tema.

A Unidade Temática diz respeito não necessariamente ao assunto trabalhado em determinado gênero, mas sim “um domínio de sentido de que se ocupa o gênero” (FIORIN, 2006, p. 62).

Para Medviédev,

o tema transcende sempre a língua. Mais do que isso, o tema não está direcionado para a palavra, tomada de forma isolada, nem para a frase nem para o período, mas para todo o enunciado como apresentação discursiva. O que domina o tema é justamente esse

todo e suas formas, irreduzíveis a quaisquer formas linguísticas. O tema de uma obra é o tema do todo do enunciado, considerando como determinado ato sócio histórico. Por conseguinte, o tema é inseparável tanto do todo da situação do enunciado quanto dos elementos linguísticos (2012, p. 196).

Neste sentido, Medviédev salienta que o tema está inteiramente ligado ao todo de um enunciado concreto, e para tal, deve se levar em conta toda a sua constituição sócio histórica, seu horizonte de possibilidades, suas condições de produção e seu auditório social, ou seja, aqueles a quem o enunciado se dirige.

Brait e Pistori (2012, p. 384) complementam que o tema,

que não pode ser confundido simplesmente com assunto, é tratado de forma detalhada, podendo ser assim resumido: o conjunto dos significados dos elementos verbais da obra é um dos recursos para dominar o tema, mas não o tema em si mesmo; constitui-se com a ajuda dos elementos semânticos da língua; não é uma palavra isolada que está orientada para o tema, mas o enunciado inteiro como atuação discursiva; advém do enunciado completo/obra completa enquanto ato sócio-histórico determinado, sendo, portanto, inseparável tanto da situação da enunciação como dos elementos linguísticos; não pode ser introduzido no enunciado e encerrado.

Por fim, de acordo com Medviédev (2012, p. 198)

se abordarmos o gênero do ponto de vista de sua relação interna e temática com a realidade e sua formação, então, podemos dizer que cada gênero possui seus próprios meios de visão e de compreensão da realidade, que são acessíveis somente a ele. Assim como arte gráfica é capaz de dominar aspectos da forma espacial que a pintura é capaz de alcançar e vice-versa, igualmente, nas artes verbais, os gêneros líricos, para dar um exemplo, possuem meios de atribuir forma conceitual à realidade e à vida que são inacessíveis ou menos acessíveis à novela ou ao drama. Os gêneros dramáticos, por sua vez, possuem meios de ver e mostrar tais aspectos do caráter e do destino humano que não podem ser revelados e analisados, pelo menos com tanta clareza, com os meios do romance. Cada um dos gêneros efetivamente essenciais é um complexo sistema de meios e métodos de domínio consciente e de acabamento da realidade.

Assim, com base nas compreensões lançadas, cada gênero do discurso possui uma gama de temas de acordo com o orbe da atividade humana no qual está inserido, significativo em maior ou menor escala, podendo este tema ser identificado e tratar de temas mais complexos em determinados gêneros, como um romance ou

um documentário, e fluir de forma mais contida e pontual como, por exemplo, em uma ata de reunião.

“A unidade temática da obra e seu lugar real na vida unem-se, de forma orgânica, na unidade dos gêneros (...). O gênero é a unidade orgânica entre o tema e o que está além de seus limites” (MEDVIÉDEV, 2012, p. 196).

Torna-se uma tarefa complexa analisar o elemento temático dos gêneros em que a personagem Capitão América transitou ao longo dos anos, uma vez que ela existe há praticamente 76 anos. Nesse sentido, buscaremos encontrar algumas generalizações no tema, sem, no entanto, deixar de sinalizar algumas passagens peculiares quando oportuno.

Nas histórias em quadrinhos dos primeiros anos da criação da personagem Capitão América surgidas durante a Segunda Guerra Mundial, como vimos no capítulo anterior, tratavam de temas militares, aonde o Super-herói norte-americano é enviado para a Alemanha para combater as forças nazistas do eixo.

Figura 35 - Capa da segunda edição de Capitão América.



Fonte: <http://www.marvel.com/>

Neste sentido, os temas das histórias em quadrinhos do Capitão América estavam ligados a um momento histórico em escala mundial muito preciso, e à medida que os eventos da Segunda Guerra foram chegando ao fim, a personagem

foi perdendo a popularidade e sua temática passou a não refletir tanto o momento do grupo social no qual estava inserida, culminando com sua morte nos quadrinhos.

As temáticas retratadas nas primeiras edições de Capitão América, por diversos motivos já retratados no capítulo primeiro como, por exemplo, o *Comic Code*, configuravam-se de forma bastante ingênuas se comparadas aos arcos temáticos atuais.

Logo na segunda edição de Capitão América, na segunda história da edição intitulada *Trapped in Nazi Stronghold* (Preso na fortaleza nazista), publicada em 1941, um financiador das forças armadas norte-americano chamado Henry Baldwin é sequestrado e levado até a Europa por simpatizantes nazistas, e cabe ao Sentinela da Liberdade e seu parceiro mirim Bucky Barnes salvá-lo.

Para ingressar secretamente em território nazista, Steve Rogers e Bucky disfarçam-se em trajes femininos, como podemos observar nas imagens a seguir.

Figura 36 - Capitão América e Bucky vestidos em trajes femininos (1941).



Fonte: <http://comiccoverage.typepad.com/>

A imagem acima retrata Steve e Bucky disfarçando-se em trajes femininos. Enquanto Steve parece bastante decidido acerca do plano, Bucky demonstra estar bastante desconfortável, enquanto aperta os espartilhos para tornar a silhueta de Steve menos masculina.

Figura 37 - Cruzar de pernas e cachimbo (1941).



Fonte: <http://comiccoverage.typepad.com/>

As convenções sociais impediam que temáticas mais sérias fossem abordadas em quadrinhos de super-heróis e outros cujo público alvo era, em geral, infantil e adolescente, e permitia que construções cômicas como as relatadas acima pudessem ser publicadas.

Todavia a personagem foi sendo revitalizada e com isso passou a oferecer temas distintos, como ser ressuscitado para entrar para o grupo dos Vingadores em 1963, passando a enfrentar vilões outros e também a ameaça comunista. Até hoje os temas pelos quais a personagem transitou em suas narrativas refletiram momentos específicos da história norte-americana, desde a Guerra do Vietnã, racismo e a crítica ao *American Way of Life*.

No arco de treze volumes intitulado *Os Supremos* (*The Ultimates*, Mark Millar e Bryan Hitch, 2002 a 2004), o tema abordado foge do convencional dos quadrinhos mais tradicionais da personagem, uma vez que, baseado no Universo Ultimate já discutido no primeiro capítulo, imprime nova roupagem às personagens Marvel, caracterizando-as através de temas mais realistas, como a dificuldade da personagem Capitão América em se adaptar ao mundo moderno após ter sido descongelado no bloco onde permaneceu em animação suspensa desde a Segunda Guerra. O arco narrativo trata de temas bastante pesados como violência contra mulheres, machismo, tradicionalismo, abuso de drogas, sexo, incesto, política e desigualdade social.

Figura 38 - Página 146 da edição Brasileira de *Os Supremos: super-humano*.



Fonte: *Os Supremos: super-humano*, São Paulo: Salvat, 2013.

Na imagem acima podemos observar Hank Pym, o Homem-Formiga, num acesso de raiva, atacando sua esposa, Janet Pym, a Vespa, que o ataca com seus poderes para se defender. Algum tempo depois, ao saber do acontecimento, Steve Rogers resolve confrontar Hank Pym e os dois acabam se enfrentando, culminando com a derrota de Hank.

Um assunto pesado como este não poderia ser tratado se o tema do arco narrativo fosse o mais tradicional das edições de Capitão América da década de 40. Na linha intitulada Ultimate, da qual faz parte o arco narrativo da imagem anterior, buscar retratar assuntos de forma mais realista e permite que temas como os citados anteriormente, possam ser apresentados.

Embora o tema possa ser entendido como o mote da narrativa, não é apenas isso, mas como indica Fiorin (2006), um domínio de sentido do qual se ocupa o gênero. Apesar de tratar de temas militares, as histórias em quadrinhos do Capitão América apresentavam discussões referentes à amizade (a relação com seu parceiro mirim, Bucky), superação (um garoto franzino que recebe superpoderes) amor, etc. que faziam parte do propósito das Histórias em Quadrinhos como veículo narrativo para crianças e adolescentes. O tema é mais do que o assunto do qual se trata determinado gênero, é um ponto de partida, e através dele, alargar as possibilidades do “querer dizer” do enunciado concreto.

É importante salientar que a busca pela melhor temática a ser explorada é uma constante não apenas nas Histórias em Quadrinhos de super-heróis, como vimos acima, mas em todos os produtos de entretenimento da indústria cultural. A busca pelo equilíbrio é algo constante, pois o conjunto de temas aceitáveis muda a cada período de tempo. Em determinado momento, prezava-se os temas mais ingênuos, enquanto em outros momentos, a violência foi o carro chefe. Embora haja uma temática mais propícia, ou seja, mais aceitável ou que atrai mais compradores, essas temáticas estão sempre em jogo no que diz respeito ao nível de sua abordagem. A violência gratuita pode ser um tema aceitável, mas pode também haver um limite que pode ser prejudicial para as vendas.

No caso das Séries Televisiva podemos destacar que há dois tipos distintos de séries televisivas relacionadas a personagem Capitão América: as animações e as séries *live-action*, ou seja, as séries realizadas com atores.

A primeira animação envolvendo a personagem foi produzida em 1966 e intitulada *Super Heróis Marvel (The Marvel Super Heroes*, Sam Cornell). De acordo com Callari, Zago e Lopes (2011, p. 150),

Estrelado por cinco super-heróis, Capitão América, Hulk, Homem de Ferro, Thor e Namor, o programa tinha duração de meia hora e era dividido em três blocos de sete minutos, cada qual dedicado a um herói diferente. O estúdio encarregado da produção das animações

era o canadense Grantray-Lawrence/Krantz Animation, que pertencia aos produtores Steve Krantz e Bob Lawrence, e criou no total de 65 episódios, dos quais 13 foram exclusivos do Capitão. Um fato curioso é que os desenhos eram feitos a partir dos quadrinhos originais, animados com uma técnica bastante rudimentar de xerografia (CALLARI; ZAGO; LOPES, 2011, p. 150).

Figura 39 - Cena da abertura da série animada.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=fLJZyIXu2hA>²³

Callari, Zago e Lopes (2011) ainda complementam que no Brasil as animações ficaram conhecidas como Super-Heróis Shell, pois foram patrocinados pela rede de postos de gasolina Shell e uma parceria com a editora Ebal (Editora Brasil-America), que havia adquirido os direitos de publicação da Marvel. A parceria rendeu a publicação de três edições número zero, que foram distribuídas nos postos de gasolina de forma gratuita, sendo elas *Capitão Z* (Homem de Ferro e Capitão América), *Super X* (Namor e Hulk) e *Álbum Gigante* (Thor).

A inédita campanha de marketing foi um enorme sucesso, popularizando os personagens Marvel no Brasil. No Brasil as animações ficaram conhecidas como “Desenhos Desanimados da Marvel”, por conta da falta de movimento dos personagens, cuja animação era produzida sobre as histórias em quadrinhos.

As versões animadas do Capitão América limitavam-se a exibir nas telas uma versão animada dos mesmos enredos das histórias em quadrinhos. Não havia nada de novo na temática. Nesse sentido, cada episódio replicava de forma animada

²³ A abertura completa em cores, mais a biografia do Capitão América podem ser assistidas no link.

alguma história consagrada do Capitão América nos quadrinhos. As mesmas, assim como nas HQs, não possuíam ligação narrativa entre si, sendo estruturadas por histórias que começam e terminavam em um único episódio. Assim, o tema do gênero série televisiva, onde figurou a personagem Capitão América pela primeira vez na televisão, era uma repetição do que foi encontrado no gênero quadrinhos, uma vez que as animações se resumiam a contar as mesmas histórias dos quadrinhos consagrados.

Algumas outras animações seriadas tiveram a participação da personagem, mas a participação limitava-se a um ou dois episódios, como na série intitulada *X-Men: Evolution* (Gary Graham, 2000 a 2003), produzida em parceria pela Film Roman Productions e a Marvel Enterprises, onde a personagem aparece no décimo quarto episódio da segunda temporada intitulado *Operation Ribirth* (algo como Operação Renascimento) onde a origem do Capitão América é recontada com algumas alterações dos quadrinhos, como o encontro entre Wolverine e Steve Rogers em uma missão secreta durante a Segunda Guerra, culminando com a volta da personagem nos dias atuais para ajudar os X-Men a derrotar o Caveira-Vermelha. As pequenas alterações não são relevantes a ponto de proporcionar um horizonte temático distinto.

Lançada em 15 de fevereiro de 1944, a primeira adaptação do Capitão América para as grandes telas deu-se em uma série composta de 15 episódios de cerca de 15 minutos cada (com exceção do primeiro que tinha cerca de 25 minutos de duração) em preto e branco, exibida nas matinês dos cinemas norte americanos. Dirigida por Elmer Clifton e John English, a série trazia algumas mudanças significativas com relação à sua contraparte impressa, como por exemplo, a troca no nome do alter-ego do personagem, nomeado de Grant Gardner, interpretado pelo ator Dick Purcell. Seu arqui-inimigo, Caveira-Vermelha (Red Skull) também foi substituído pelo cientista maluco Escaravelho (Scarab), interpretado por Edward Keane.

De acordo com Callari, Zago e Lopes,

O uniforme do herói também sofreu mudanças. Aqui, em vez do escudo, ele usa um revólver. As tradicionais asinhas na cabeça também desapareceram e as luvas são pretas com pequenas bandeiras norte-americanas. Os roteiros, escritos por Royal Cole, Harry Fraser e Joseph Poland em nada se assemelharam aos quadrinhos, e o Soro do Supersoldado nem sequer é mencionado;

não há nazistas como vilões (lembrando que, em 1944, o que o Capitão dos quadrinhos mais fazia era lutar contra nazistas) e o parceiro mirim Bucky não existe (2011, p. 146).

Figura 40 - Dick Purcell como Capitão América.



Fonte: <http://vignette2.wikia.nocookie.net/>

Segundo Mathis (1995) a série foi produzida pela Republic Pictures, custando \$182,623, embora tenha sido orçado em \$222,906²⁴, sendo o mais caro dos seriados produzidos pela Republic e foi filmado durante os meses de outubro e novembro de 1943.

Seguem os títulos dos 15 episódios²⁵ da serie de 1944 do Capitão América:

- *The Purple Death*
- *Mechanical Executioner*
- *The Scarlet Shroud*
- *Preview of Murder*
- *Blade of Wrath*

²⁴ Fonte: <http://www.imdb.com/>

²⁵ Os episódios da série não possuem título em português.

- *Vault of Vengeance*
- *Wholesale Destruction*
- *Cremation in the Clouds*
- *Triple Tragedy*
- *The Avenging Corpse*
- *The Dead Man Returns*
- *Horror on the Highway*
- *Skyscraper Plunge*
- *The Scarab Strikes*
- *The Toll of Doom*

Embora não seja necessariamente uma série televisiva, pois a mesma era exibida nos cinemas, a série do Capitão América produzida pela Republic Pictures possui elementos que possibilitam que a mesma seja analisada como série, dada sua configuração em episódios de curta duração.

A temática da série produzida pela Republic foge do horizonte temático geralmente associado à personagem Capitão América. Como explicado por Callari, Zago e Lopes (2011), a origem da personagem é diferente, não há menção sobre o soro do supersoldado, responsável por garantir a Rogers suas habilidades superiores. Nem mesmo o combate a agentes nazistas é retratado nos episódios. Estas características garantem à série um horizonte temático mais próximo das series detetivescas, onde um mocinho segue pistas para desvendar os planos de um vilão maléfico e para salvar a mocinha em apuros.

Seguem alguns pôsteres promocionais da série de 1944:

Figura 41 – Cartaz de The Purple Death



Fonte: <http://www.amazon.co.uk/>

Figura 42 – Cartaz de The Avenging Corpse



Fonte:

<http://images.moviepostershop.com/>

Se as participações da personagem nos seriados televisivos são poucas, o mesmo não se pode dizer da sua versão cinematográfica, que incluem longas oficiais realizados em parcerias da Marvel com produtoras de cinema, e uma em especial realizada na Turquia de forma ilegal.

Já em 1992 um novo longa-metragem homônimo foi lançado. Sua produção foi iniciada em 1989 pela 21st Century Film Corp. cuja previsão de lançamento tinha data para julho de 1990; contudo o longa nunca chegou aos cinemas. De acordo com Callari, Zago e Lopes (2011, p. 149), “cartazes do escudo e trailers foram criados como parte da campanha de marketing, porém, o filme foi adiado diversas vezes, até que, em 1992, acabou sendo exibido diretamente na televisão norte-americana e, posteriormente, lançado em vídeo (VHS)”.

Figura 43 - Pôster do longa de 1992.



Fonte: <http://www.amazon.com/>

Com direção de Albert Pyun e roteirizado por Stephen Tolkin e Lawrence Block, o longa tem Matt Salinger no papel de Steve Rogers e foi filmado na Iugoslávia. Diferente dos longas anteriores, Capitão América (1992) possui uniforme e origem muito semelhante à sua origem no gênero impresso. Nesta versão, Steve, um patriota estadunidense, candidata-se a um projeto secreto em 1943 para transformar-se em um supersoldado, após ter sido rejeitado pelo exército por ter tido poliomielite na infância. Em posse de suas novas habilidades, o Capitão América é enviado para combater o Caveira Vermelha, interpretado por Scott Paullin, e desativar um míssil direcionado para a Casa Branca. Durante a batalha o herói é amarrado ao míssil que é lançado, mas próximo de atingir seu alvo, Capitão América usa sua força sobre-humana para desviar a rota do míssil que cai no Alasca, onde o herói permanece congelado por 50 anos, lembrando a icônica morte do Capitão América nos quadrinhos.

Figura 44 - Capitão América em batalha contra o Caveira-Vermelha.



Fonte: <http://www.denofgeek.com/>

Em 1993, o então presidente dos Estados Unidos da América, Thomas Kimball, interpretado por Ronny Cox, é sequestrado pelo Caveira Vermelha, agora com sua aparência melhorada graças a cirurgias plásticas. Antes que algo pior pudesse acontecer, pesquisadores encontram o corpo de Steve Rogers e o descongelam a tempo de salvar o presidente dos Estados Unidos.

Os primeiros longas do Capitão América sequer possuíam como tema as batalhas da Segunda Guerra Mundial, tampouco trazia vilões clássicos como o nazista Caveira Vermelha. Eles possuíam temas clichês sobre um herói com poderes, que salva o mundo de um vilão cujas ameaças são feitas em nível global.

Somente o longa-metragem de 1990 vai aproximar-se tematicamente do que encontramos nos quadrinhos, trazendo inclusive um conflito originado na Segunda Guerra e tramas mais próximas do militarismo da personagem.

Com relação ao conjunto temático nos Jogos Eletrônicos em que a personagem figurou ao longo de sua existência, podemos citar jogos interativos em que o enredo é baseado em história em quadrinhos e outros onde a trama é criada especialmente para o jogo.

No caso daqueles que reproduzem histórias já conhecidas de forma interativa encontramos: *Captain America In: The Doom Tube Of Dr. Megalomann*, de 1987, lançado para os consoles Atari ST, Commodore 64 e ZX Spectrum e *Spider-man and Captain America In Doctor Doom's Revenge*, de 1989, disponibilizado apenas

para computadores. Ambos os jogos recriam nas qualidades interativas dos jogos de vídeo game histórias já consagradas nos quadrinhos. Contudo, devido à tecnologia limitada da época (limitada se comparada com o que encontramos atualmente no mercado), não era possível explorar a temática de forma significativa, criando apenas situações em que o jogador deve utilizar-se dos comandos para enfrentar inimigos em estágios diversos.

Já nos jogos em que um roteiro é criado especialmente para o título, encontramos na maioria dos casos, adaptações de várias histórias para formar um enredo bastante básico que serve apenas como motivação para seguir por todos os estágios do jogo. Podemos citar *Captain America and The Avengers*, de 1991, lançados para as plataformas Mega Drive, SNES, Nintendo, Game Boy e Sega Game Gear. À medida que a tecnologia dos Jogos Eletrônicos ganha melhorias, também ganham os jogos que recebem novas mecânicas e possibilidades de roteiros mais complexos, como é o caso de *Marvel Ultimate Alliance 2* (2009), que retrata o arco temático dos quadrinhos intitulado *Guerra Civil*, citado no capítulo anterior

Nos Jogos Eletrônicos a complexidade do elemento tema varia de acordo com a capacidade operacional do console, ou seja, se o jogo interativo é produzido para um console de capacidade baixa, o tema tratado naquele enunciado será bastante básico, enquanto num console de capacidade de processamento maior, o tema poderá se desenvolver de forma mais parecida com outros gêneros, como os quadrinhos ou cinema.

Observamos que o elemento tema pode variar de forma bastante acentuada de acordo com o gênero ao qual o mesmo se encontra associado, e da mesma maneira pode variar de acordo com um conjunto de variáveis sócio históricas e também de acordo com os autores ou enunciadores destes gêneros. Entendida a forma como o elemento tema funciona na teoria bakhtiniana passaremos à compreensão de como o elemento Forma Composicional se relaciona na teoria dos gêneros do discurso. Como se tratam de gêneros cujas bases criativas partem de princípios básicos semelhantes, é possível que encontremos muitos elementos em comum nos quatro gêneros escolhidos.

2.2.1.2. Forma Composicional.

Forma Composicional é definida por Fiorin como “o modo de organizar o texto e estruturá-lo” (2006, p. 62). Para Bakhtin (2010a), as formas composicionais organizam o material de forma utilitária cuja adequação à realização da tarefa arquitetônica só pode ser avaliada de forma bastante técnica. Esta Forma Arquitetônica,

determina a escolha da forma composicional: assim, a forma da tragédia (forma do acontecimento, em parte, do personagem – o caráter trágico) escolhe a forma composicional adequada – a dramática. Naturalmente, não é por isso que se deva concluir que a forma arquitetônica existe em algum lugar sob um aspecto acabado e que pode ser realizada independente da forma composicional (BAKHTIN, 2010a, p. 25).

Desta maneira a Forma Arquitetônica surge como um elemento de suma importância para o entendimento da Forma Composicional e é definida por Bakhtin como

[...] as formas dos valores morais e físicos do homem estético, as formas da natureza enquanto seu ambiente, as formas do acontecimento no seu aspecto de vida particular, social, histórica etc.; todas elas são aquisições, realizações, não servem a nada, mas se auto-satisfazem tranquilamente; são as formas da existência estética na sua singularidade (2010a, p. 25).

Para Campos (2012, p. 253), essa distinção entre Forma Composicional e Arquitetônica em Bakhtin,

parte da ideia de que esse último conceito nasce de um pensamento que tem o ser humano como centro de valor, porque há um homem que fala, que se interroga e que procura estabelecer relações interativas, formulando perguntas e respostas diante dos acontecimentos da vida. Ao propor esse conceito, Bakhtin explica a necessidade de se fazer uma descrição da arquitetura valorativa do viver o mundo, não com uma fundamentação analítica à frente, mas com um centro verdadeiramente concreto, espacial e temporal, do qual surgem valores, afirmações, ações reais, e onde os membros são pessoas reais, vinculadas entre si por meio de relações de um acontecimento concreto.

Ou seja, o percurso dialógico, sua arquitetônica, é que vai permitir ao enunciador apresentar não um conjunto composicional mecânico, abstrato, mas uma composição única e dialógica. Mais adiante veremos como o Estilo determina a maneira como a forma composicional do gênero irá relacionar-se no enunciado concreto.

A forma composicional diz respeito à organização do enunciado, ou seja, a maneira como estruturamos sua composição tendo em vista sua arquitetônica. A forma composicional são os elementos das linguagens que nos permitem construir um enunciado e entendê-lo. A partir do conhecimento das formas composicionais podemos organizar as informações, hierarquizá-las e, de acordo com Turati (2016, p. 120-121),

Devido a nossa experiência com os gêneros, ao que se refere a sua construção composicional costumamos fazer projeções quantitativas, como quantas laudas são produzidas em uma dissertação, em um artigo, por exemplo. Do mesmo modo estranharíamos uma pessoa que nos fizesse uma saudação utilizando uma quantidade imensa de palavras que poderiam ser sintetizadas em um simples 'olá'.

Nosso conhecimento dos gêneros é o que nos permite organizar de forma eficaz os elementos da forma composicional de cada gênero para que o enunciado dirija-se àquele de quem aguarda uma resposta no diálogo. Nesse sentido, é preciso um domínio no conhecimento do gênero para que esses elementos que garantem forma ao enunciado sejam aproveitados da melhor maneira possível.

Passemos então à compreensão do elemento Forma Composicional nos gêneros do discurso onde figura a personagem Capitão América.

Nas Histórias em Quadrinhos, a forma composicional segue, como no texto e na fala, a escolha semântica. Todavia, também se utiliza da forma gráfica para se expressar como enunciado concreto, como vimos anteriormente, através de desenhos, balões de fala, onomatopeias, legendas, caixas de texto, ângulos, cores, etc. Estes elementos particulares dos quadrinhos determinam sua forma ou organização composicional.

Assim como o tema, os elementos da forma composicional estão dialogicamente relacionados sócio historicamente ao contexto extra verbal e principalmente, às condições de produção. A escolha de uma cor específica pode

estar ligada, por exemplo, à facilidade de sua impressão, o custo de sua produção, ou à facilidade com que a mesma adere a um tipo específico de papel, e seu enredo pode ser definido de acordo com a periodicidade do título.

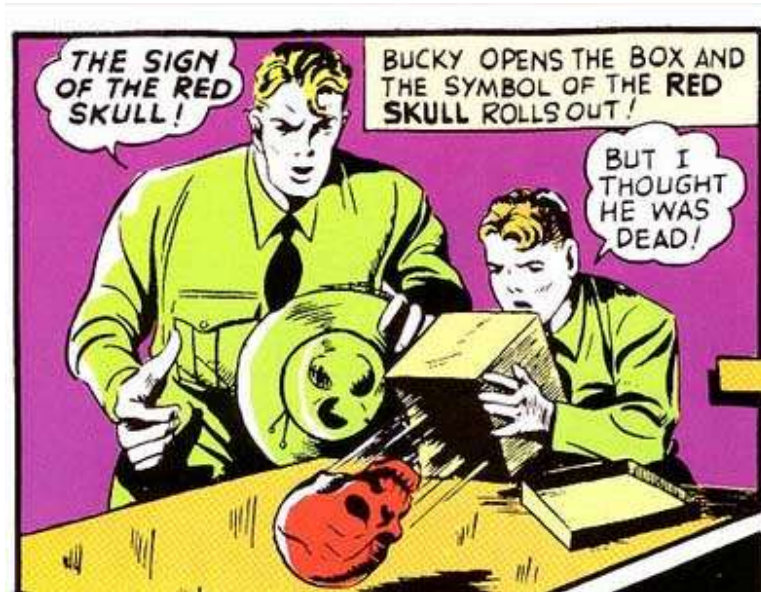
Enquanto por muito tempo usou-se (e ainda é usado em outros tipos de quadrinhos) o balão em formato de nuvem (figura 54) para expressar o pensamento de uma personagem, hoje, nas histórias em quadrinhos de super-heróis este tipo de balão caiu em desuso, sendo substituído por outras formas gráficas ou mesmo a exclusão da apresentação do pensamento da personagem. O mesmo ocorre com as caixas de texto simbolizando a fala do narrador (figura 55).

Figura 45 - Balão de pensamento.



Fonte: *Captain America* nº 77, 1954.

Figura 46 - Caixa do narrador.



Fonte: *Captain America* nº 03, 1941.

Alguns personagens acabaram recebendo onomatopeias próprias como a “SNIKT”, que simboliza o som das garras do Wolverine quando saem de suas mãos e a “KRAKATOONN”, simbolizando o som da batida do martelo de Thor ao chão. Mesmo o desenho destas onomatopeias, com a melhoria das tecnologias gráficas, puderam receber novos contornos, assim como os balões de fala de certos personagens que puderam receber maior diversidade. Mesmo a melhoria na qualidade das impressões e a coloração digital possibilitou a escolha de cores antes deixadas de lado.

Figura 47 – Balão ou Onomatopeia?



Fonte: *Guerra Civil*. Salvat: São Paulo, 2014.

Na imagem acima retirada da edição brasileira do arco narrativo Guerra Civil, pode-se observar a fala (um grito de dor) da personagem Homem de Ferro, que é retratada tradicionalmente dentro de um balão de fala. Porém a mesma recebe contornos e cores exageradas que acabam alocando-a fora do balão, ganhando características de uma onomatopeia. Nesse sentido, fala e onomatopeia confundem-se ou tornam-se um só elemento.

Figura 48 - Balão estilizado.



Fonte: *Guerra Civil*. Salvat: São Paulo, 2014.

Na imagem acima podemos observar a diferenciação entre um balão de fala tradicional e um balão estilizado recebendo contornos distintos e coloração interna em degrade. A estilização do balão de fala da personagem Speedball (à esquerda), remete às suas capacidades sobre humanas de gerar grandes cargas de energia, o que ocasiona à personagem um tom vibrante de voz.

Nessa perspectiva, todo o arcabouço de elementos que um quadrinho possui para ser construído, sua forma de publicação e periodicidade, constituem a forma composicional do mesmo.

Tanto o Seriado Televisivo quanto o Longa-metragem possuem elementos constituidores que se assemelham. O que os diferencia são sua forma de exibição, duração e, no caso da animação, a ausência da atuação de atores, embora nas animações atores podem assumir a dublagem de alguns personagens.

No Seriado Televisivo de animação podemos citar como elementos da forma composicional do gênero as cores, o tipo de traço das personagens, ou seja, a maneira como as mesmas serão desenhadas, se o desenho será realizado através de computadores ou através de meio mais tradicionais, como o desenho a mão, e isso envolveria métodos distintos de captura de imagens. Também podemos acrescentar o ângulo do enquadramento, a escolha das falas, a trilha sonora, a forma de exibição e a periodicidade.

Todos estes elementos implicarão na maneira como o enunciado será montado a partir de sua forma composicional.

No caso do Longa-metragem e do Seriado Televisivo com atores reais, podemos destacar também a escolha dos cenários, atores, figurinos, maquiagem e, sendo um tipo de gênero cuja produção envolve diversos outros gêneros que se complementam, a escolha dos profissionais responsáveis por cada parte da produção de um longa-metragem pode ser considerada um elemento da forma composicional os gêneros longa-metragem e seriado, bem como a maneira em que a montagem do enunciado será realizada com base nos já discutidos sintagmas Plano Autônomo; Sintagma Paralelo; Sintagma Entre Parênteses; Sintagma Descritivo; Sintagma Alternante; A Cena; Sequência Episódica e Sequência Ordinária.

Já nos Jogos Eletrônicos, o que podemos destacar de diverso aos outros gêneros é que cada tipo de jogo oferecerá elementos diferentes para a forma composicional do gênero. Por exemplo: Um jogo em duas dimensões (2D) possuirá

mecânicas distintas de um FPS tridimensional (First Person Shooter – Tiro em Primeira Pessoa). Nesse sentido, o jogo de luta, onde o jogador controla uma personagem que enfrenta outra personagem controlada por inteligência artificial ou por outro jogador, possuirá elementos específicos como, por exemplo, uma barra indicando quantos golpes o inimigo aguentará antes de perder, ou ainda um contador de tempo indicando quanto tempo resta para a luta terminar. Outro elemento que pode determinar o conjunto composicional de um jogo de vídeo game é a capacidade operacional de sua plataforma. Quando realizado por uma plataforma com maior processamento, poderá receber elementos gráficos mais detalhados que outras com menor processamento.

Esta característica pode ser observada no jogo já citado anteriormente *Captain America and The Avengers*, de 1991, quando comparamos duas versões distintas do mesmo título para plataformas distintas.

Figura 49 - Estágio do game *Captain America and The Avengers* de 1991 da versão para o console Mega-Drive.



Fonte: <http://www.gamefaqs.com/>

Figura 50 - Estágio do game *Captain America and The Avengers* de 1991 da versão para o console NES.



Fonte: <http://www.gamefaqs.com>

Embora o título seja o mesmo e tenha sido lançado no mesmo ano para ambas as plataformas, é possível observar a diferença gráfica entre ambas. A primeira imagem foi retirada da versão do jogo para o console Mega-Drive, que possuía um poder gráfico de 16 bits, enquanto a segunda imagem foi retirada da versão do jogo lançada para o console NES, cuja potência gráfica era a metade do Mega-Drive. Tanto na primeira quanto na segunda imagem é possível identificar a personagem Capitão América como protagonista. Na primeira são notáveis os maiores detalhes em sua construção e também na construção do cenário, que possibilita a utilização de mais elementos.

Enquanto os jogos eletrônico anteriores eram capazes de trabalhar graficamente títulos apenas em 2D, títulos mais recentes como *Marvel vs Capcom 3: Fate of Two Worlds* (Capcom, 2011), produzido para os consoles Playstation 3, Xbox 360 e Arcades, oferecem um visual mais moderno a personagem aproveitando um potencial de processamento, como podemos observar na figura a seguir.

Figura 51 - Marvel vs Capcom 3.



Fonte: <http://www.ign.com>

Apesar do jogo eletrônico possuir uma jogabilidade bidimensional, onde o personagem pode movimentar-se apenas em dois eixos, a modelagem das personagens é realizada tridimensionalmente o que possibilita um aproveitamento melhor dos cenários e personagens.

Neste sentido a capacidade de processamento do console pode ser identificado como um dos elementos da forma composicional do gênero vídeo game.

2.2.1.3. Estilo do Gênero/Autor.

Já o Estilo do Gênero/Autor configura-se como um dos elementos onde o autor consegue marcar-se mais no enunciado. O ato estilístico configura-se como a escolha de determinados meios e funções operadoras das linguagens; no caso de um gênero escrito, a escolha do léxico, meios fraseológicos e gramaticais. Ampliando essa compreensão para um gênero mais complexo como o cinema, o estilo pode ser encontrado na forma de trabalhar a fotografia, a escolha de cores, iluminação, a edição, a trilha sonora, etc.

O Estilo do Gênero/Autor está intimamente ligado às condições possibilitadas por um determinado gênero, mas isso não significa que este estilo não possa transpassar de um gênero para outro.

Para entendermos de forma mais clara a questão do Estilo, é necessário adentrarmos nas compreensões acerca do Enunciado Concreto bakhtiniano. Para Bakhtin,

A oração enquanto unidade da língua é desprovida da capacidade de determinar imediata e ativamente a posição responsiva do falante. Só depois de tornar-se um enunciado pleno, uma oração particular adquire essa capacidade. Qualquer oração pode figurar como enunciado acabado, mas, neste caso, é completada por uma série de elementos muito substanciais de índole não gramatical, que lhe modificam a natureza pela raiz. E é essa circunstância que serve de causa a uma aberração sintática especial: ao analisar-se uma oração isolada, destacada do contexto, inventa-se promovê-la a um enunciado pleno. Consequentemente, ela atinge o grau de conclusibilidade que lhe permite suscitar resposta (2003, p. 287).

Desta maneira, o enunciador procura escolher a melhor forma de construir seu enunciado, de forma que seja compreendido da melhor maneira possível. Aqui o estilo individual do gênero/autor pode ser notado de forma mais clara, e de acordo com Bakhtin,

[...] o estilo é indissociavelmente vinculado às unidades temáticas determinadas e, o que é particularmente importante, as unidades composicionais: tipo de estruturação e de conclusão de um todo, tipo de relação entre o locutor e os outros parceiros da comunicação verbal (relação com o ouvinte, ou com o leitor, com o interlocutor, com o discurso do outro, etc.) o estilo entra como elemento na unidade de gênero de um enunciado (2003, p. 266).

O estilo do gênero/autor é determinado pelo que Bakhtin chama de elemento expressivo, isto é,

a relação subjetiva emocionalmente subjetiva emocionalmente valorativa do falante com o conteúdo do objeto e do sentido do seu enunciado. Nos diferentes campos da comunicação discursiva, o elemento expressivo tem significado vário e grau vário de força, mas ele existe em toda parte: um enunciado absolutamente neutro é impossível. A relação valorativa do falante com o objeto do seu discurso (seja qual for esse objeto) também determina a escolha dos recursos lexicais, gramaticais e composicionais do enunciado. O

estilo individual do enunciado é determinado principalmente pelo seu aspecto expressivo (BAKHTIN, 2003, p. 289).

Toda linguagem, qualquer que seja, possui um volumoso arsenal de recursos para expressar a posição valorativa do enunciador. Contudo, esse valor não se encontra na linguagem, mas na maneira como o enunciador faz uso da mesma. Outro elemento capaz de demonstrar ainda mais a expressividade do enunciador com o objeto de seu enunciado é a entonação expressiva, sendo esta um traço constitutivo do enunciado. “Se uma palavra isolada é pronunciada com entonação expressiva, já não é uma palavra mas um enunciado acabado expresso por uma palavra” (BAKHTIN, 2003, p. 290).

Assim, para Bakhtin (2003), a entonação expressiva pertence não à palavra, mas ao enunciado, e quando escolhemos as palavras, partimos do conjunto arquitetado do enunciado, sendo esse conjunto sempre expressivo e é dele que a expressão surge a cada palavra escolhida. Essa escolha é realizada pelo significado (que não carrega expressividade por si só), cuja correspondência aos nossos objetivos expressivos pode ou não ocorrer na construção do conjunto do enunciado.

Desta maneira, o estilo configura-se como a forma do enunciador escolher, dentre uma gama de recursos da forma composicional e tema, a melhor maneira arquitetar um enunciado.

Nos quadrinhos o estilo do gênero/autor está diretamente relacionado tanto ao percurso dialógico do autor como o meio em que o quadrinho é publicado. Ambos os fatores criam contornos limítrofes àquilo que pode ou não ser expresso nesse gênero, tanto para a forma composicional quanto ao tema. Voltando à primeira edição do Capitão América, na década de 1940, não havia condições sócio históricas nem meio de produção que pudessem, em conjunto com o estilo do autor, lançar um quadrinho semelhante ao que Mark Millar realizou em 2002 com Os Supremos. Os quadrinhos possuem roteiristas, desenhistas, arte-finalistas, coloristas e cada um deles possui um estilo próprio que se reflete no modo como cada um escolhe trabalhar os elementos do gênero, e graças a esse fator e à longevidade dos quadrinhos de super-heróis, podemos encontrar diversos estilos distintos na representação do Capitão América.

Figura 52 - Capitão América no estilo de Jack Kirby.



Fonte: <http://www.comicvine.com/>

Figura 53 - Capitão América no estilo de Alex Ross.



Fonte: <http://www.comicvine.com/>

Figura 54 - Capitão América no estilo de Robb Liefeld.



Fonte: <http://www.comicvine.com/>

Figura 55 - Capitão América no estilo de Bryan Hitch.



Fonte: <http://www.comicvine.com/>

Nas imagens acima podemos observar os diversos estilos de desenho e quatro desenhistas que já tiveram a oportunidade de trabalhar em narrativas do Capitão América.

Na primeira imagem encontramos um traço mais cartunesco característico à era de ouro dos quadrinhos. Uma das características de Jack Kirby era desenhar a anatomia de suas personagens dando a impressão de movimentação, os punhos em braços grandes do Capitão América davam a impressão de que suas mãos estavam bem mais próximas ao leitor do que o resto de seu corpo.

Por outro lado, o estilo de Alex Ross, na segunda imagem, busca o realismo, inclusive se diferenciando de artistas mais tradicionais, utilizando-se de quadros e pintura a óleo para desenhar seus quadrinhos.

Na terceira imagem podemos observar o estilo desproporcional de Robb Liefel, que como vimos no primeiro capítulo, não se preocupava com anatomia e sim em criar cenas violentas e chamativas.

Por fim, na quarta imagem nota-se um estilo bastante detalhista do uniforme da personagem Capitão América durante sua incursão na Segunda Guerra Mundial, no estilo de Bryan Hitch.

Não apenas a familiaridade do autor com o gênero possibilita que o mesmo desenvolva estilos distintos e alargue o gênero, mas também o horizonte de possibilidades que o mesmo encontra a sua frente.

Apresentamos aqui o exemplo de como o estilo do gênero/autor relaciona-se com a obra apenas no elemento que diz respeito à construção visual da personagem nos quadrinhos. Entretanto, esse mesmo estilo vai configurar a escolha do tipo de balão, da temática, da personalidade das personagens, das cores. O estilo irreverente de Mark Millar e Bryan Hitch possibilitou que a personagem Nick Fury, originalmente de etnia caucasiana, fosse retratada pela primeira vez como afrodescendente no título *Os Supremos*, e que mais tarde seria a mesma escolha de representação no Universo Cinematográfico Marvel com o ator Samuel L. Jackson em seu papel.

Devemos salientar que os gêneros analisados aqui possuem um tipo de produção que envolve uma infinidade de pessoas, em menor escala a história em quadrinhos, e que se torna pequeno demais atribuir tamanha importância na produção a apenas uma ou duas pessoas. Para uma maior compreensão, optamos por abstrair esse fator, a fim de podermos observar mais facilmente os efeitos do

elemento “estilo” nos gêneros do discurso escolhidos. Mesmo nos quadrinhos, em se tratando de uma grande indústria do entretenimento como a Marvel, todas as decisões quanto à produção dos quadrinhos são decididas por superiores, como editores chefe ou conselhos editoriais, e dificilmente, como ocorria na época de ouro da Marvel, a caracterização e definição dos elementos do gênero recairá unicamente sobre o desenhista ou roteirista.

Tanto na série de animação quanto no longa-metragem os elementos aos quais está relacionado o estilo do gênero/autor são semelhantes. Os ângulos da cena, a duração de cada cena, as cores, os enfoques, o cenário, a trilha sonora, todos esses elementos da forma composicional do gênero podem variar conforme o estilo dos responsáveis por cada um dos setores na produção da animação ou longa-metragem. No caso da animação, assim como dos quadrinhos, o estilo de traço da animação varia de acordo com o estilo do autor e com as condições de produção em que o enunciado está inserido.

Podemos observar nos já citados longas-metragens do Capitão América (1944 e 1990) as diferenças de estilo de suas produções, desde o figurino da personagem até a temática de ambas, e que a escolha de tais abordagens pode ser relacionada ao estilo da equipe de produção. Na série de 1944, com Dick Purcell no papel do Capitão América, sequer encontramos referências ao nazismo, e a personagem era caracterizada de forma bastante distinta de sua contraparte impressa, inclusive portando uma arma de fogo, enquanto no segundo longa de 1990, encontramos uma representação mais fiel aos quadrinhos, buscando um estilo mais tradicional, ou seja, mais próximo daquele apresentado na versão dos quadrinhos.

Já nos Jogos Eletrônicos, como adiantamos, o elemento estilo pode ser observado na escolha da plataforma em que o título será produzido, e de acordo com isso, determinados elementos da forma composicional poderão ou não surgir no gênero. Diferente dos outros três gêneros, na indústria de Jogos Eletrônicos são poucos os autores devidamente reconhecidos por seus estilos, como Hideo Kojima (criador da série Metal Gear) e Shigeru Miyamoto (criador da série Zelda). Na indústria de Jogos Eletrônicos são as produtoras que recebem o crédito pelos títulos. Contudo, assim como no cinema, são diversas pessoas envolvidas e cada setor de sua produção carrega consigo possibilidades distintas da criação no âmbito do gênero bakhtiniano.

Dentro da produção dos jogos eletrônicos a escolha de características como Dimensionalidade, Ponto de Vista, Gênero e Número de Jogadores, implica uma questão de estilo, assim como a maneira como cada uma delas será apresentada no enunciado. Enquanto uma equipe de produção pode optar uma apresentação gráfica mais simples, outras podem optar por um padrão mais elevado.

Colocados os elementos da constituição do conceito de gênero do discurso desenvolvido pelo Círculo de Bakhtin em relação com tipos distintos de gêneros, que ora comportam-se com bastante semelhança, ora de formas muito distintas, faz-se necessário compreender que, como toda a teoria de Bakhtin, o conceito de gêneros do discurso e seus três elementos também operam conjuntamente imbricando-se a todo momento, e cada um dos elementos depende dos outros dois para se complementar. A escolha do estilo implica nas possibilidades das formas composicionais, enquanto a opção pela arquitetônica das formas composicionais está intimamente relacionada ao estilo do enunciador, assim como o tema pode variar de acordo com o estilo, e permitir ou não a escolha de certos elementos da forma composicional.

Algumas características interessantes relacionadas aos gêneros do discurso foram teorizadas por Bakhtin em sua obra *Problemas da poética de Dostoiévski* (2010b), onde o autor estuda minuciosamente a obra de Dostoiévski creditando ao romancista russo a criação de um novo gênero intitulado de Romance Polifônico.

Bakhtin busca no capítulo intitulado *Peculiaridades do gênero, do enredo e da composição das obras de Dostoiévski* as raízes da constituição do romance polifônico, encontrando no romance de Dostoiévski, elementos que remetiam à Satira Menipeia e ao Discurso Socrático. Com base nas investigações realizadas, Bakhtin conclui que o gênero possui uma qualidade de renovação, e que, ao mesmo tempo em que incorpora elementos novos, mantém elementos antigos, realizando um processo de alargamento.

A esta característica de raízes mais antigas localizadas na gênese do gênero deu-se o nome de Archaica cuja compreensão, esclarece Bakhtin:

Por sua natureza mesma, o gênero literário reflete as tendências mais estáveis, “perenes” da evolução da literatura. O gênero sempre conserva os elementos imorredouros da *archaica*. É verdade que nele essa *archaica* só se conserva graças à sua permanente *renovação*, vale dizer, graças à atualização. O gênero sempre é e não é o mesmo, sempre é velho e novo ao mesmo tempo. O gênero

renasce e se renova a cada nova etapa do desenvolvimento da literatura e em cada obra individual de um determinado gênero. Nisso consiste a vida do gênero. Por isso, não é morta nem a *archaica* que se conserva no gênero; ela é eternamente viva, ou seja, é uma *archaica* com capacidade de renovar-se. O gênero vive do presente, mas sempre *recorda* o seu passado, o seu começo. É o representante da memória criativa no processo de desenvolvimento literário. É precisamente por isso que tem a capacidade de assegurar a *unidade* e a *continuidade* desse desenvolvimento (BAKHTIN, 2010b, p. 121).

Com isto, Bakhtin não só esclarece mais acerca do funcionamento do conceito de gêneros do discurso, como também acrescenta ao gênero uma qualidade que traz novas compreensões no que diz respeito ao processo de alargamento do gênero, um processo interno a ele, que garante sua continuidade em uso.

O conteúdo de um meio pode mudar (quando ocorreu quando a televisão substituiu o rádio como meio de contar histórias, deixando o rádio livre para se tornar a principal vitrine do rock and roll), seu público pode mudar (como ocorre quando as histórias em quadrinhos saem de voga, nos anos de 1950, para entrar num nicho, hoje) e seu status social pode subir ou cair (como ocorre quando o teatro se desloca de um formato popular para um formato de elite), mas uma vez que um meio se estabelece, ao satisfazer alguma demanda humana essencial, ele continua a funcionar dentro de um sistema maior de opções de comunicações. Desde que o som gravado se tornou uma possibilidade, continuamos a desenvolver novos e aprimorados meios de gravação e reprodução do som. Palavras impressas não eliminam as palavras faladas. O cinema não eliminou o teatro. A televisão não eliminou o rádio. Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias (JENKINS, 2009, p. 41-42).

Para Medviédev, “novos meios de representação forçam-nos a ver novos aspectos da realidade, assim como estes não podem ser compreendidos e introduzidos, de modo essencial, no nosso horizonte sem os novos recursos de sua fixação. A ligação entre eles é inseparável” (2012, p. 199).

Tanto para Jenkins quanto Medviédev novos meios de fixação nos permitem observar novos meios de representação os quais não poderíamos observar ou compreender tão bem sem essa relativa estabilização como gênero do discurso.

Como pudemos observar na análise dos gêneros em que a personagem Capitão América foi representada ao longo do tempo, na medida em que buscamos identificar um enunciado mais antigo e um mais atual, o alargamento das possibilidades dos gêneros esteve sempre relacionado com o horizonte de possibilidades, ou seja, com a relação sócio histórica e as condições de produção. Mas esteve relacionado também com um autor/enunciador com ampla familiaridade com o gênero para enxergar a possibilidade de ir além. De nada adiantam condições favoráveis para o alargamento de um gênero se não há alguém que possa observar essa possibilidade, ampliar os contornos do gênero, assim como fez Dostoiévski com o romance polifônico.

Pudemos observar de que maneira cada elemento constituinte do conceito de gêneros do discurso funciona em cada um dos gêneros nos quais a personagem Capitão América figurou ao longo de sua existência, desde sua criação na década de 1940. Embora todos os enunciados analisados anteriormente encontram-se relacionados por conta da participação da personagem, não existe um elo narrativo entre elas, não há um projeto narrativo que os engloba sob um mesmo tema ou estilo.

No próximo capítulo buscaremos ampliar a compreensão do que se entende como gênero do discurso através observando o fenômeno transmídia, e seu funcionamento no Universo Cinematográfico Marvel, tendo como ponto de partida o longa *Capitão América 2: O Soldado Invernal* e relacionando-o com a teoria bakhtinina.

Capítulo 3. Um diálogo acerca do Transmídia

No capítulo anterior procuramos lançar compreensões às bases do pensamento bakhtiniano, ou seja, a linha de pensamento articulada por Mikhail Bakhtin e o Círculo de pensadores ao seu redor. Em especial, dedicamo-nos à compreensão do conceito denominado Gêneros do Discurso, buscando entender seu funcionamento em enunciados de diferentes tipos de gênero, buscando suas particularidades, os pontos de semelhanças e as características que os definiam, ou seja, que os estabilizavam relativamente como os gêneros que são, como por exemplo, a presença de balões para representar a fala das personagens nas histórias em quadrinhos ou a possibilidade de assumir o papel da personagem nos jogos eletrônicos.

O capítulo anterior apontou também para algumas mudanças nos gêneros analisados ao longo dos anos, mudanças estas ligadas a diversos fatores que podem ser relacionadas ao contexto sócio histórico, ora ligados a proibições e liberações por órgãos regulamentadores ou novas tecnologias, permitindo melhorias no processo de produção.

A relação entre os enunciados anteriores estava centrada apenas na presença da personagem Capitão América. Nesse sentido, não havia nenhuma outra relação mais direta entre os enunciados, com exceção de serem todas produções utilizando a personagem da Marvel.

Neste capítulo buscaremos compreender o fenômeno estudado por Henry Jenkins em sua obra *Cultura da Convergência* (2009), denominado Transmídia, bem como as mudanças na constituição midiática ao redor desse novo processo. A partir de sua compreensão, procuraremos observar esse novo processo midiático novamente em diferentes enunciado de tipos distintos de gêneros.

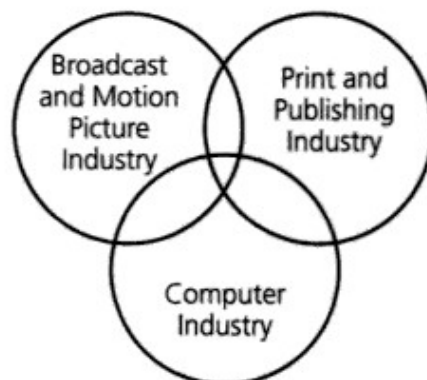
3.1. Revisitando a Convergência.

Embora já tenhamos iniciado, ainda que de forma sucinta, a discussão acerca do fenômeno da convergência no primeiro capítulo, é importante retornar ao tema, uma vez que a convergência é o alicerce para a construção do pensamento de Henry Jenkins sobre narrativas que se desdobram, propagam-se em diferentes suportes enunciativos, em diferentes gêneros.

Embora a ideia de que diversas tecnologias e formas de mídia estão se juntando seja comumente aceita em diversos campos do conhecimento nos tempos atuais, há algum tempo atrás essa ideia era considerada um tanto visionária, explica Roger Fidler (1997, p. 25).

Em 1979, quando Nicholas Negroponte começou a popularizar o conceito em sua turnê de palestras para arrecadar fundos para construir uma sede para abrigar o Laboratório de Mídia no Instituto de Tecnologia de Massachusetts, poucas pessoas tinham alguma compreensão da convergência. Os espectadores eram frequentemente surpreendidos pelas revelações de Negroponte de que “todas as tecnologias de comunicação estão sofrendo uma metamorfose conjunta, que só pode ser propriamente entendida se tratada como um único assunto”. Para ilustrar esse conceito, Negroponte desenhou três círculos sobrepostos denominados “radiodifusão e indústria cinematográfica”, “indústria de computadores” e “indústria gráfica e editorial”. Desde então, a noção de que essas indústrias estão se juntando para criar novas formas de comunicação tem moldado muito do pensamento sobre o futuro da mídia de massa e da comunicação humano.

Figura 56 - Convergência por Negroponte.



Fonte: Fidler, R., 1997, p. 26.

Fidler (1997) considera Negroponte e outros pesquisadores do MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts) os primeiros a reconhecer que essa convergência da indústria de mídias e tecnologias digitais acabaria por levar a novas formas da então denominada comunicação multimídia. Todavia, Fidler indica que, embora Negroponte e o MIT fornecessem algumas ferramentas bastante úteis para compreender as mudanças nos já estabelecidos negócios da indústria midiática, também cometeram alguns equívocos.

O primeiro deles está ligado ao senso comum de que a convergência irá necessariamente caminhar para poucas formas de comunicação, ou, em uma análise mais radical, na extinção de consagradas formas como jornais e revistas. Fidler (1997) explica que Everett Rogers e outros acadêmicos mostraram claramente que a história de comunicação é a história de mais. Nesse sentido, ao invés de se consolidar ou substituir antigas formas, novas formas tenderam em divergir e se acrescentarem às muitas mídias. Ao invés dos livros digitais substituírem os livros impressos, ou o formato mp3 substituir as mídias sonoras físicas, cada um continuou a existir independentemente do outro, divergindo-se e somando às mídias existentes.

O segundo equívoco diz respeito a pensar que a convergência é algo novo e que envolve essencialmente fusões. Fidler explica que a convergência sempre foi crucial para o processo de evolução das mídias e que convergência em larga escala como as da mídia e telecomunicações podem ocorrer apenas ocasionalmente, mas as formas de mídias que existem hoje são, na verdade, resultado de inúmeras convergências em pequena escala ocorridas frequentemente ao longo do tempo.

Ainda que fusão e convergência sejam usadas sinonimamente, elas não significam o mesmo, explica Fidler (1997), uma fusão implica que duas ou mais entidades, como por exemplo, companhias, tecnologias ou mídias, unam-se para formar uma única, integrada entidade, enquanto a convergência seja mais como um cruzamento de caminhos ou casamento, que resulta na transformação de cada uma das entidades, bem como na criação de uma nova.

A convergência de Fidler e Negroponte diferencia-se da concepção explorada por Henry Jenkins em sua obra *Cultura da Convergência* (2009). Não obstante, é preciso salientar que as concepções de Fidler e Negroponte eram baseadas em momentos históricos bastantes distintos daquele analisado por Jenkins. Embora

distintas, as concepções de Fidler e Negroponte, ou seja, a indústria da mídia visualizada por ambos, construiu a base para a convergência de Jenkins.

A definição de convergência proposta por Bell (2009) serve como elo entre as definições de Fidler e Negroponte e a perspectivas de Jenkins. Para Bell

Convergência refere-se a bits de mídia se tornando indistinguíveis – quer sejam bits de conteúdo, bits da indústria ou o que quer que sejam. Convergência ocorre quando a mídia se hibridiza e se recombina, assim como quando filmes são distribuídos por toda a internet para serem baixados, ou podcasts de um programa de rádio podem ser ouvidos em um MP3 player ou através de um computador. Então, há convergência em termos de distribuição e dispositivos, em termos de ferramentas e lugares que usamos para acessar conteúdo – de maneira que assistir um filme na tela de um computador não é mais considerado estranho. Mas há convergência no conteúdo em si, por exemplo através da intertextualidade entre plataformas cruzadas que conecta um jogo de computador a um filme a uma trilha sonora a um comercial (2009, p. 35).

A definição proposta por Bell está entre a concepção de convergência de Fidler e Negroponte e a concepção de Jenkins. Bell considera a convergência em dois níveis, sendo o primeiro a propriedade de diferentes tipos de conteúdo serem convertidos em uma mesma linguagem computacional, o bit. Nesse sentido, um longa-metragem que seria exibido através da tradicional projeção cinematográfica através de rolos de filme, é convertido em bits e pode ser visualizado na tela de um computador, um celular ou qualquer outro dispositivo móvel ou console de jogos eletrônicos.

Um segundo nível da convergência sinalizado por Bell está na intertextualidade entre plataformas (*cross-plataform*). Este nível aproxima-se mais da compreensão proposta por Jenkins, onde um conteúdo é transportado para outras plataformas; todavia diferentemente do nível anterior, onde o conteúdo era o mesmo em plataformas distintas. No segundo nível, conteúdos distintos conectam-se em diferentes plataformas.

Embora a concepção de Bell aproxime-se da concepção de Jenkins, ela deixa de lado um elemento que para Jenkins é de suma importância para compreensão da convergência: a participação ativa do público.

Mesmo o segundo nível apresentado por Bell ainda toma a convergência como um aspecto técnico. Jenkins coloca a convergência como algo que ocorre em dentro de cada espectador e em suas interações sociais com outros espectadores.

Para Jenkins (2009, p. 29-30),

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídias, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro de mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídias dispersos.

A concepção de convergência de Jenkins é não apenas uma mudança tecnológica, mas uma mudança na relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. Ela acarreta uma mudança na lógica pela qual a indústria opera e pela qual os consumidores ou espectadores processam os produtos midiáticos, notícias ou produtos do entretenimento. “A convergência refere-se a um processo, não a um ponto final” (JENKINS, 2009, p. 43).

Com relação à nova lógica pela qual a indústria opera, Jenkins (2009, p. 44) explica que,

Alimentar essa convergência tecnológica significa uma mudança nos padrões de propriedade dos meios de comunicação. Enquanto o foco da velha hollywood era o cinema, os novos conglomerados têm interesse em controlar toda a indústria de entretenimento. A Warner Bros. produz filmes, televisão, música popular, games, websites, brinquedos, parques de diversão, livros, jornais, revistas e quadrinhos

Como efeito da nova lógica da indústria do entretenimento, a convergência dos meios de comunicação impacta diretamente no modo com os espectadores irão consumir tais meios, explica Jenkins.

Um adolescente fazendo lição de casa pode trabalhar ao mesmo tempo em quatro ou cinco janelas no computador: navegar na internet, ouvir e baixar arquivos MP3, bater papo com amigos, digitar um trabalho e responder e-mails, alternando rapidamente as tarefas. E os fãs de um popular seriado de televisão podem capturar amostras de diálogos no vídeo, resumir episódios, discutir sobre roteiros, criar *fan fiction* (ficção de fã), gravar suas próprias trilhas sonoras, fazer seus próprios filmes – e distribuir isso ao mundo inteiro pela internet.

A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação.

Jenkins (2009) complementa que a convergência não envolve somente materiais e serviços produzidos de forma comercial, transitando por circuitos regulados e previsíveis. Também não se trata simplesmente de reuniões entre empresas de telefonia e produtoras cinematográficas visando decidir datas e locais da estreia de um longa-metragem. “Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais da mídia”.

Como já indicamos anteriormente, a convergência “é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima”. O movimento de dupla via indicado por Jenkins representa duas tendências contraditórias. Ao mesmo tempo em que novas tecnologias baratearam a produção e possibilitaram aos consumidores intervirem no processo criativo comentando, alterando e apropriando-se dos conteúdos, o processo da convergência concentra um grande número de meios de comunicação num pequeno grupo de grandes conglomerados.

Com relação ao movimento de duas vias, Jenkins explica que os produtores de mídia estão reagindo de forma contraditória no que diz respeito a maneira de proceder frente a esse consumidor ativo, ora encorajando a mudança, ora resistindo. Da mesma forma, os novos consumidores também encontram dúvidas, pois até que ponto e de que forma esse novo consumidor pode participar ou desfrutar desse novo mercado.

Esse movimento de duas vias acarreta mudanças na maneira como

À medida que passam por essas transformações, as empresas de mídia não estão se comportando de forma monolítica; com frequência, setores diferentes da mesma empresa estão procurando estratégias radicalmente diferentes, refletindo a incerteza a respeito de como proceder. Por um lado, a convergência representa uma oportunidade de expansão aos conglomerados das mídias, já que o conteúdo bem-sucedido num setor pode se espalhar por outras plataformas. Por outro lado, a convergência representa um risco, já que a maioria dessas empresas teme uma fragmentação ou uma erosão em seus mercados. Cada vez que deslocam um espectador, digamos, da televisão para a internet, há o risco de ele não voltar mais (2009, p. 47).

Embora Jenkins sinalize que esse movimento contraditório possa causar desconfortos aos produtores de mídia, o autor cita três termos utilizados para designar processos industriais que estariam empurrando a indústria midiática a aceitar a convergência: Extensão, Sinergia e Franquia.

De acordo com Jenkins (2009), Extensão é o termo utilizado para se referir à tentativa de expandir mercados potenciais por meio do movimento de conteúdo por diferentes sistemas de distribuição, enquanto o termo Sinergia refere-se às oportunidades econômicas representadas pela capacidade de possuir e controlar todas essas manifestações. Por último, o termo Franquia é utilizado para denominar o empenho coordenado em imprimir uma marca em um mercado de conteúdos ficticiais sob às condições impostas tanto pela Extensão quanto pela Sinergia.

A questão das Franquias será de grande importância para a compreensão da narrativa transmídia e será explorada com mais atenção posteriormente.

A convergência conceitualizada por Jenkins não ignora o avanço das tecnologias, muito menos ignora as relações entre grandes grupos midiáticos e a mudança na maneira como organizam a produção das mídias e conteúdos, mas coloca a convergência como um fenômeno que ocorre dialogicamente na relação entre os espectadores e o conteúdo.

Para compreendermos de forma mais clara e objetiva a participação do público na convergência e, principalmente, no fenômeno transmídia é preciso discutir alguns aspectos importantes acerca da denominada “Cultura Participativa”.

3.2. Cultura Participativa

Como observado anteriormente, o consumidor de mídias no modelo apresentado por Jenkins recebe novos papéis na convergência. Antes tido apenas como fim da cadeia produtiva, um agente passivo no processo de comunicação, o consumidor adquire novos contornos, passando a atuar de forma ativa, tornando-se um sujeito migratório e participativo.

De acordo com Shirky (2011, p. 101-102), graças às novas tecnologias e à nova configuração social e mercadológica,

a informação agora pode estar globalmente disponível num número ilimitado de cópias perfeitas, a custo marginal zero. O resultado é que todos os modos de comunicação que um dia precisaram se apoiar em preços de mercado podem agora ter uma alternativa que se baseia no livre compartilhamento. (O acesso à *Encyclopaedia Britannica* usa preços de mercado, enquanto o acesso à Wikipedia é aberto; os softwares também passaram por uma mudança semelhante entre versões comerciais e abertas.) Da mesma forma, as antigas limitações da TV, do rádio e da imprensa escrita criaram uma classe de profissionais e mídia com acesso privilegiado ao discurso público, mas agora o discurso público pode contar com ampla participação. (Você precisa ser contratado para estar no noticiário da noite, mas não para blogar todas as noites.) Muitos obstáculos de coordenação que requeriam gerentes profissionais para dirigir trabalhadores pagos podem agora ter uma alternativa que se baseia na maciça distribuição da cooperação entre amadores. (A Microsoft precisa contratar e gerenciar as pessoas que criaram o Windows; o grupo de programadores que criou o Linux, não.).

O novo modelo participativo, além de permitir aos consumidores participarem ativamente nas mídias e em seus conteúdos, reconfigura parte do sistema econômico. Como no exemplo analisado por Shirky, onde um grupo de programadores cria um sistema operacional grátis e com código fonte aberto, que permite que outras pessoas alterem suas propriedades da maneira que acharem melhor.

A princípio podemos chegar à conclusão de que um sistema operacional grátis no mercado pode não significar muito, uma vez que encontrar versões pirata de sistemas pagos como o Windows nunca foi muito trabalhoso. Entretanto, pensamos apenas no usuário domiciliar, e esse cenário é completamente diferente do cenário industrial.

Uma empresa que se utiliza de computadores precisa, necessariamente, trabalhar com versões autorizadas, ou seja, legalizadas, dos softwares, seja um sistema operacional, um editor de imagens ou vídeo, ou um software para controlar entrada e saída de produtos. Todo e qualquer software deve ser adquirido de forma legal sob pena de multas e até fechamento da empresa. Nesse sentido, a empresa precisa pagar pelas cópias ou licenças de utilização do mesmo em cada computador de seu inventário, dependendo do tipo de software, o que acarreta altos valores.

Quando um software surge no mercado, desempenhando as mesmas funções sem a necessidade do custo de aquisição, essa gratuidade gera uma economia considerável para a empresa.

Ainda que essa relação possa parecer simplista demais, uma vez que não se considera as micro e pequenas empresas que desenvolvem softwares para atividades básicas de empresas ou de empresas que sequer cogitam a troca por softwares gratuitos uma vez que boa parte dos computadores adquiridos já possuem cópias originais de softwares pagos, todavia, esse exemplo representa o impacto da cultura participativa na indústria.

Para entendermos melhor essa questão, Jenkins utiliza-se do exemplo do compartilhamento de músicas para ilustrar uma situação bastante próxima da apresentada por Shirik,

A web tornou visíveis os acordos tácitos que possibilitaram a coexistência entre a cultura participativa e a cultura comercial durante boa parte do século 20. Ninguém se importava muito se você fizesse fotocópias de algumas histórias e as distribuísse dentro do seu fã-clube. Ninguém se importava muito se você gravasse algumas músicas e desse a fita cassete de presente a um amigo. As corporações sabiam, abstratamente, que tais transações ocorriam em toda parte, mas não sabiam, concretamente, quem as praticava. E mesmo se soubessem, não iriam bater à porta das casas das pessoas à noite. Porém, à medida que essas transações saíram de seus recintos fechados, passaram a representar uma ameaça pública e visível ao controle absoluto que as indústrias culturais mantinham sobre sua propriedade intelectual (JENKINS, 2009. p. 194).

O caso apresentado por Jenkins refere-se ao caso Napster, onde um programador criou um software capaz de compartilhar músicas digitais entre usuários, o que facilitou o download por usuários domiciliares e, principalmente, a pirataria, e desestabilizou a indústria fonográfica, que entrou com ações judiciais contra seu criador.

Ao participar de forma ativa criando textos, vídeos, imagens através de mídias digitais, o novo consumidor redefine algumas fronteiras antes claramente definidas e intransponíveis entre produtores e consumidores.

A expressão “cultura participativa”, de acordo com Jenkins,

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. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (2009, p. 30).

Para compreender esse novo movimento de via dupla, de cima para baixo e de baixo para cima, Jenkins analisa a participação de grupos de fãs das franquias de Guerra nas Estrelas e Harry Potter. Ele notou como a interação entre consumidores e produtos, ao mesmo tempo em que remodelava a mitologia das franquias através da participação ativa de fãs, em determinado nível incentivada pelos produtores, gerava também desconforto e discussão sobre a necessidade de proteger cada vez mais a propriedade intelectual, ou seja, os direitos sobre o material da franquia.

Para Jenkins (2009, p. 188),

a fascinação pelos universos ficcionais muitas vezes inspira novas formas de produção cultural, de figurinos a fanzines e, hoje, de cinema digital. Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno. Nada disso é novo. O que mudou foi a visibilidade da cultura dos fãs. A web proporciona um poderoso canal de distribuição para a produção cultural amadora. Os amadores têm feito filmes caseiros há décadas; agora, esses filmes estão vindo a público.

Jenkins explica que, ao se estudar a participação dos consumidores no processo da criação de conteúdo, é importante deixar bem claro a diferença entre dois termos que podem, por vezes, confundirem-se: Interatividade e Participação.

Interatividade, para Jenkins, refere-se ao processo ou ao modo como as novas tecnologias foram arquitetadas para responder ao feedback do consumidor. Essa interatividade pode ser entendida, por exemplo, como o trocar de canais da televisão, ou, no caso dos jogos eletrônicos, a possibilidade do jogador interferir no universo representado. O que é importante salientar com relação à interatividade é que ela é tecnológica e o nível de interatividade disponibilizado ao consumidor, ou seja, as restrições, são uma escolha do designer daquela tecnologia.

Já a participação, explica o autor, é moldada não pela tecnologia e controlada por seus criadores, mas através de protocolos culturais e sociais. Jenkins utiliza como exemplo a questão sobre o “conversar no cinema durante uma exibição cinematográfica”. O quanto se pode conversar é determinado mais pela tolerância dos espectadores presentes, de diferentes subculturas ou contextos na sessão, do que por alguma propriedade inerente ao cinema em si. Nesse sentido, Jenkins explica que “a participação é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores de mídia e mais controlada pelos consumidores de mídia” (2009, p. 190).

Ainda acerca da interatividade e participação, Jenkins utiliza o exemplo do computador para exemplificar com uma mesma tecnologia pode operar de ambas as formas.

Inicialmente, o computador ofereceu amplas oportunidades de interação com o conteúdo das mídias e, enquanto operou nesse nível, foi relativamente fácil para as empresas de mídia controlar o que ocorria. Cada vez mais, entretanto, a web tem se tornando um local de participação do consumidor, que inclui muitas maneiras não autorizadas e não previstas de relação com o conteúdo de mídia. Embora a nova cultura participativa tenha raízes em práticas que, no século 20, ocorriam logo abaixo do radar da indústria das mídias, a web empurrou essa camada oculta de atividade cultural para o primeiro plano, obrigando as indústrias a enfrentar as implicações em seus interesses comerciais. **Permitir ao consumidor interagir com as mídias sob circunstâncias controladas é uma coisa; permitir que participem na produção e distribuição de bens culturais – seguindo as próprias regras – é totalmente outra** (JENKINS, 2009, p. 190, grifo nosso).

Acerca dos usos dessas novas tecnologias, Shirky (2011) argumenta que os usos sociais das mesmas não estão, necessariamente, ligados a características inerentes a essas novas tecnologias, mas sim, ao desejo de moldá-las à necessidade ou àquilo que os consumidores querem que essa nova mídia seja e que esses usos sociais estão sendo encarados com surpresa.

Ao comparar a televisão, principal representante da mídia estática com as novas tecnologias como a web, que permite aos consumidores a participação, Shirky explica que,

Uma geração inteira cresceu com tecnologia pessoal, do rádio portátil ao PC, portanto era de se esperar que eles também colocassem na nova mídia mecanismos para uso pessoal, mas o uso de uma tecnologia social é muito pouco determinado pelo

próprio instrumento; quando usamos uma rede, a maior vantagem que temos é acessar uns aos outros. Queremos estar conectados uns aos outros, um desejo que a televisão, enquanto substituto social, elimina, mas que o uso da mídia social, na verdade, ativa (2011, p. 18).

Esse processo de criar e compartilhar é o que o autor indica como a surpresa, aquilo que não estava inerente as novas tecnologias e que se configurou a partir dos desejos dos novos participantes.

Ao se tornarem públicas, as produções dos fãs não podem ser ignoradas pelas indústrias midiáticas, assim como não pode ser totalmente controladas ou aproveitadas pela indústria. Nesse sentido, Jenkins elenca dois tipos possíveis de modos de a indústria midiática se relacionar com o fenômeno da cultura participativa. A maneira como vão se relacionar vai caracterizá-la como proibicionista ou cooperativa.

Em toda parte e em todos os níveis, o termo “participação” emergiu como um conceito dominante, embora cercado de expectativas conflitantes. As corporações imaginam a participação como algo que podem iniciar e parar, canalizar e redirecionar, transformar em mercadoria e vender. As proibicionistas estão tentando impedir a participação não autorizada; as cooperativas estão tentando conquistar para si os criadores alternativos. Os consumidores, por outro lado, estão reivindicando o direito de participar da cultura, sob suas próprias condições, quando e onde desejarem. Esse consumidor, mais poderoso, enfrenta uma série de batalhas para preservar e expandir seu direito de participar (JENKINS, 2009, p. 236).

Nas indústrias mais antigas como cinema, televisão e indústria fonográfica predominam os proibicionistas, cujo exemplo citado por Jenkins recai sobre a questão do download ilegal de músicas pela internet. Por outro lado, empresas mais jovens, como as ligadas a internet e jogos eletrônicos, e em menor nível as empresas de telefonia celular, “estão experimentando novas abordagens que consideram os fãs colaboradores importantes na produção de conteúdos, e intermediários alternativos, ajudando a promover a franquia” (JENKINS, 2009, p. 191).

Jenkins (2009) complementa que novas tecnologias, como a Web, representam um espaço de experimentação, de aprendizagem, de criação e inovação. Esse novo ambiente é explorado por amadores que desenvolvem novos

métodos e materiais que podem atrair outros usuários da web. Aquilo que tiver maior apelo comercial será absorvido pela grande mídia, seja de forma direta, através da contratação dos novos talentos, ou de forma indireta através da emulação da estética e temática dos materiais desenvolvidos. Por outro lado, essa mesma mídia comercial pode operar fornecendo inspiração para outros amadores, impulsionando a cultura popular em direções outras.

Todavia é preciso entender que no contexto da convergência, ou seja, no contexto onde grandes conglomerados midiáticos produzem conteúdos em diversos níveis, uma mesma franquia, por conta de sua grande divisão produtiva, pode comportar-se como proibicionista e cooperativa.

A franquia de *Guerra nas Estrelas* foi arrastada para o meio desses dois extremos, tanto ao longo do tempo (conforme reage às táticas cambiantes dos consumidores e aos recursos tecnológicos) quanto nas mídias (à medida que seu conteúdo se divide entre velhas e novas mídias). Na franquia de *Guerra nas Estrelas*, Hollywood procurou, mais tarde, proibir a *fan fiction*, a fim de reafirmar sua propriedade intelectual, e, por fim, ignorar sua existência; promoveram trabalhos de fãs em vídeo, mas também limitaram o tipo de filme que podem fazer; e buscaram a colaboração de gamers no desenvolvimento de jogos para múltiplos jogadores em massa, a fim de satisfazer melhor a fantasia dos jogadores (JENKINS, 2009, p. 191).

E a participação, que pode ser entendida apenas como algo positivo também opera de forma negativa. A participação em si não possui uma valoração intrínseca, ela pode ser positiva quando a produtora de conteúdo aceita as sugestões de fãs para melhorar seu produto e entregar algo mais próximo daquilo desejado. Nesse sentido, a participação adquire características positivas para ambos os lados. Porém, este fenômeno pode operar de forma positiva para um lado e negativa para outro, como é o caso dos fãs que intervêm na propriedade intelectual sem a autorização ou consentimento de seus detentores.

Em um nível ainda mais diverso, a participação pode operar de forma devastadora para ambos os lados, tanto para os fãs e consumidores, quanto para os produtores e detentores da propriedade como no caso analisado por Jenkins relacionando aos fãs dos livros da personagem Harry Potter, escritos por J. K. Rowling, cuja versão cinematográfica foi produzida pela Warner Bros. e grupo um de pais, religiosos e outras autoridades.

No caso analisado por Jenkins, algumas bibliotecas públicas, escolas e livrarias foram impedidas de realizar eventos relacionado a série de livros, bem como manter exemplares dos mesmos em suas prateleiras. Tudo por conta de uma premissa criada por um grupo religioso, apoiado por pais e autoridades, de que os livros da série traziam ensinamentos sobre magia negra e ciências ocultas.

A pesquisa realizada por Jenkins sinalizou que as autoridades ligadas a esse grupo religioso afirmam que em sua obra

Rowling faz mais de 60 referências específicas, nos primeiros quatro livros, a práticas reais de ocultismo e a pessoas ligadas à história da alquimia e da bruxaria. Eles identificam algumas alusões históricas e literárias pelas quais Rowling pretendia ser reconhecida pelos letrados, como referências a Nicolau Flamel, o alquimista medieval a quem credita a descoberta da pedra filosofal, ou a Merlin e Morgana, dos romances sobre o Rei Arthur, que aparecem na coleção de figurinhas de *Harry Potter*. Mas algumas críticas fundamentalistas interpretam o raio na testa de Harry como a “marca da besta”, ou descrevem Voldemort como “aquele sem nome”, um bruxo anticristo, ambos profetizados no livro do *Apocalipse*. (2009, p. 268).

No caso analisado por Jenkins, a participação da comunidade, nesse caso em especial não a comunidade de fãs, mas a de autoridades religiosas e seus seguidores, causou efeitos negativos utilizando-se das mesmas ferramentas que permitiram aquela emancipação dos fãs para com os produtores de mídias. As ferramentas possibilitadas pela convergência são as mesmas para todos. Não estamos dizendo que todos tenham acesso ou a expertise para utilizá-las, o próprio autor sinaliza que existem diferentes níveis nesse aspecto. O que queremos dizer é que as ferramentas estão dispostas para que, a princípio, qualquer grupo ou sujeito possa utilizá-las; a maneira como serão usadas recai sobre aspectos ideológicos e propósitos daquele ou daqueles que as usam.

Buscando situar de forma mais clara a noção da cultura da participação, Jenkins caracteriza os principais aspectos dos paradigmas culturais artísticos norte-americanos nos últimos séculos anteriores à Cultura da Convergência: a Cultura Tradicional e a Cultura de Massa.

Para Jenkins, a história das artes norte-americanas pode ser definida no século 19 como a miscelânea das tradições populares de diversas culturas nativas e imigrantes. A produção cultural ocorreu quase que inteiramente no nível popular através de habilidades criativas e tradições passadas por gerações onde histórias e

canções circulavam de forma abrangente com pouca ou nenhuma expectativa de compensação econômica, muito menos uma clara autoria individual. Jenkins ressalta que, embora novas formas de espetáculos pagos como circos e *showboats* tenham surgido da metade para o final do mesmo século, elas competiam com as tradições locais semelhantes, não havendo “fronteiras nítidas entre a cultura comercial emergente e a cultura tradicional residual: a cultura comercial invadia o território da cultura tradicional. E a cultura tradicional invadia o território da cultura comercial” (JENKINS, 2009, p. 192).

Já no século 20 ocorre a substituição da cultura tradicional pelas mídias de massa, explica Jenkins. Por algum tempo, a emergente indústria do entretenimento ocorreu de forma simbiótica com as práticas tradicionais, considerando o grupo de artistas populares como um acervo de talentos do qual eventualmente se aproveitaria. Entretanto, o novo formato artístico industrializado exigia grandes investimentos e audiência massiva, estabelecendo padrões de técnica e produção que dificilmente seriam alcançados por artistas populares, e progressivamente, a cultura comercial foi marginalizando a cultura tradicional e a empurrando para o underground, tornando-a uma forma alternativa de arte.

Nas palavras de Jenkins,

a indústria cultural nunca precisou enfrentar seriamente a existência dessa economia cultural alternativa porque, em sua maior parte, ela existia a portas fechadas, e seus produtos circulavam apenas num pequeno grupo de amigos e vizinhos. Filmes caseiros nunca ameaçaram Hollywood, enquanto permaneciam dentro de casa (2009, p. 193).

Por fim, Jenkins coloca a história das artes norte-americanas no século 21 como o “ressurgimento público da criatividade popular alternativa”, através do aproveitamento das novas tecnologias que permitem entre outros, o arquivamento, apropriação e recirculação de conteúdos midiáticos. Para Jenkins, essa revolução criativa talvez tenha se iniciado com o videocassete, que disponibilizou ao público as ferramentas para produção de filmes e a criação de acervos filmes em casa, sendo o auge dessa revolução a web, que possibilitou o compartilhamento das produções alternativas.

O compartilhamento e a criação de grupos ou comunidades onde haja o feedback e troca de informação, para Jenkins, configura-se como essencial no fenômeno da Cultura Participativa. Assim, de acordo com Jenkins,

Uma vez que se tem um sistema de distribuição confiável, a produção da cultura tradicional começa a florescer novamente, da noite para o dia. A maior parte do que os amadores criam é terrivelmente ruim; no entanto, uma cultura próspera necessita de espaços onde as pessoas possam fazer arte ruim, receber as críticas e melhorar. Afinal, boa parte do que circula pelas mídias de massa também é ruim, sob qualquer critério, mas as expectativas de um acabamento profissional tornam o ambiente menos hostil para os novatos aprenderem e progredirem. Uma parte do que os amadores criam será surpreendentemente boa, e os melhores artistas serão recrutados para o entretenimento comercial ou para o mundo da arte. Uma parte maior dessas criações será boa o suficiente para atrair o interesse de um público modesto, para inspirar a criação de outros artistas, ou para fornecer novos conteúdos que, quando refinados por muitas mãos, talvez se transformem e algo mais valioso no futuro. É assim que o processo tradicional funciona, e a convergência alternativa representa a aceleração e a expansão do processo tradicional para a era digital (2009, 193-194).

Novamente encontramos um movimento onde a nova expressão criativa popular, com ajuda das novas tecnologias, opera como um repositório para a indústria de massa. Contudo, com disparidades muito menores entre a produção midiática e a produção alternativa e, para Shirky, o processo de criação e compartilhamento alternativo, como por exemplo, em um website onde os usuários criam e compartilham imagens engraçadas entre si e entre a rede, configura-se como um fenômeno distinto de um programa de TV, onde somos levados a rir por pessoas que foram pagas para essa finalidade..

Ao substituir a cultura tradicional, conclui Jenkins (2009), a cultura comercial tornou-se a cultura comum. Enquanto a cultura norte-americana mais antiga foi construída com base em referências diversas, a cultura de massa moderna é montada sobre referências da cultura tradicional e a cultura da convergência está sendo construída sobre várias referências advindas dos conglomerados de mídia.

A atomização da vida social no século XX deixou-nos tão afastados da cultura participativa que, agora que ela voltou a existir, precisamos da expressão “cultura participativa” para descrevê-la. Antes do século XX, realmente não tínhamos uma expressão para cultura participativa; na verdade, isso teria sido uma espécie de tautologia. Uma fatia expressiva da cultura era participativa –

encontros locais, eventos e performances – porque de onde mais poderia vir a cultura? O simples ato de criar algo com outras pessoas em mente e então compartilhá-lo com elas representa, no mínimo, um eco daquele antigo modelo de cultura, agora em roupagem tecnológica (SHIRKY, 2011, p. 23)

Como sinalizado anteriormente, esse processo participativo sempre existiu, todavia, em número e formas distintas. Enquanto isso ocorresse dentro de pequenos nichos e não configurasse uma ameaça às grandes corporações, não haveria maiores proibições. Na medida em que o processo se intensificou e os conteúdos começaram a se dispersar, e que produções alternativas começaram a utilizar-se da propriedade intelectual de grandes grupos midiáticos, foram desenvolvidos aparatos na tentativa de frear esse avanço.

Com a consolidação do poder representada pelo Digital Millenium Copyright Act (Lei dos Direitos Autorais do Milênio Digital), de 1998, a lei de propriedade intelectual americana foi reescrita para refletir as exigências dos produtores dos meios de comunicação de massa – na contramão do fornecimento de incentivos econômicos a artistas individuais e em direção à proteção dos enormes investimentos econômicos que as empresas de mídia efetuaram no entretenimento de marca; na contramão da proteção de direitos por tempo limitado, que permite que as ideias entrem em circulação geral enquanto ainda beneficiam o bem comum, e direção à noção de que os direitos autorais devem durar para sempre; na contramão de ideal de uma cultura pública, em direção ao ideal de propriedade intelectual. Como Lawrence Lessig observa, a lei foi reescrita para que “ninguém possa fazer com a Disney o que a Disney fez com os Irmãos Grimm” (JENKINS, 2009, p. 195).

A partir da alteração da lei dos direitos autorais e observando as produções de fãs sobre a franquia Star Wars iniciada com o longa-metragem *Guerra Nas Estrelas (Star Wars)*, cuja estreia se deu em 25 de maio de 1977 e foi escrito e dirigido e por George Lucas, e a alteração da lei dos direitos autorais, Jenkins (2009) compreendeu a criação de um sistema de regras em dois níveis. Enquanto algumas produções de fãs poderiam se tornar mais públicas ao adequarem-se ao que os detentores de seus direitos consideram “uma apropriação adequada da sua propriedade intelectual”, outras produções de fãs permanecem marginalizadas, conseguindo alguma visibilidade através de canais e espaços menos oficiais.

Produções paródicas utilizando personagens da franquia tendiam a receber menor atenção judicial dos detentores de sua propriedade, enquanto produções que

expandiam o universo narrativo da franquia, fossem explorando personagem de maneiras inovadoras, contando histórias que de alguma forma modificavam ou complementavam eventos da narrativa canônica, ou seja, da narrativa oficial, eram devidamente reprimidas pelos detentores de seus direitos.

Por fim, Jenkins indica que o terreno da participação ainda é bastante nebuloso e,

À medida que confrontamos a intersecção entre os estilos corporativo e alternativo, não devemos nos surpreender com o fato de que nem produtores nem consumidores sabem quais regras devem guiar suas interações; no entanto, ambos os lados parecem determinados a responsabilizar o outro por suas escolhas. A diferença é que a comunidade de fãs tem de negociar a partir de uma posição de relativa falta de poder e tem que confiar unicamente em sua autoridade moral coletiva, enquanto as corporações, por enquanto, agem como se tivessem a força da lei ao seu lado (2009, p. 234).

Embora ressalte essa atuação conflituosa por parte da mídia comercial, Jenkins observa que a indústria midiática está adquirindo certo grau de apoio à abordagem cooperativa.

Por fim, Shirky argumenta que o ambiente de mídia do qual fazemos parte mudou, e passamos rapidamente de um mundo com dois modelos diferentes (produções públicas por profissionais e conversas privadas entre pares de pessoas) para mundo onde “se mesclam a comunicação social pública e a privada, em que a produção profissional e a amadora se confundem e em que a participação pública voluntária passou de inexistente para fundamental” (SHIRKY, 2011, p. 186).

As pessoas do mundo, e as conexões entre nós, fornecem matéria prima para o excedente cognitivo. A tecnologia continuará a melhorar, assim como a população continuará a crescer, mas a mudança em direção a uma maior participação já aconteceu. O mais importante agora é a nossa imaginação. As oportunidades diante de nós, individual ou coletivamente, são gigantescas; O que fazemos com elas será determinado em grande parte pela forma como somos capazes de imaginar e recompensar a criatividade pública, a participação e o compartilhamento (SHIRKY, 2011, p. 186-187).

Enquanto a convergência possibilitou aos consumidores posicionarem-se de forma participativa nas novas mídias, diferentemente das relações estáticas de cima para baixo das mídias anteriores, culminando com a cultura participativa, esse novo

modo de relação permite ao consumidor explorar cada vez mais a sua relação com os produtos midiáticos através de seu posicionamento como fã. Com base nessa nova relação exploraremos na próxima seção o novo papel do fã para com as franquias midiáticas.

3.3. Franquia e Poder de Fã.

Para entendermos como a nova configuração das relações entre consumidores e produtos midiáticos possibilita que uma mesma narrativa possa expandir-se através de produtos em diferentes plataformas, mantendo uma coerência narrativa, é preciso compreender como funciona uma franquia de mídia, mais especificamente, uma franquia cinematográfica e o poder exercido pelos fãs através da participação que responde pela expansão e longevidade de um produto e uma marca.

O que caracteriza uma franquia, ou seja, os elementos que identificam um produto midiático como franquia podem ser definidos através de conceitos de marketing, produto e marca. Os três conceitos citados facilitarão a compreensão do funcionamento de uma franquia, e mais adiante no texto, será de suma importância para compreendermos o que Henry Jenkins denomina narrativa Transmídia.

De acordo com Kotler e Keller (2006), o conceito de Marketing pode ser compreendido como um processo social através do qual uma pessoa ou um grupo obtêm o que necessitam ou desejam com base na criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços devidamente valorados com outros. Ou seja, Marketing é a entrega da satisfação para o cliente (KOTLER e ARMSTRONG, 2007) e um conceito contemporâneo de Marketing indica a criação de um relacionamento a longo-prazo entre produto e consumidor.

Já o que caracteriza um produto, de acordo com Kotler e Keller (2006) é sua capacidade de ser oferecido a um mercado na busca de satisfazer desejos e necessidades e pode ser caracterizado, de acordo com Kotler e Armstrong (2007), muito mais do que apenas bens tangíveis, sendo considerados produtos objetos físicos, serviços, pessoas e lugares, organizações e ideias, bem como um uma mistura de cada uma das identidades.

Os objetos desta pesquisa, ou seja, o longa-metragem *Capitão América 2: O soldado invernial* e suas ramificações em outras mídias (História em Quadrinhos,

Série Televisiva e Jogo Eletrônico) são caracterizados como produtos de mídia. São produtos oferecidos a um mercado, produzidos por grandes conglomerados midiáticos, visando à satisfação dos desejos e às necessidades do mercado em que estão inseridos, bem como, evidentemente, gerar lucro para as empresas envolvidas na produção e comercialização desses produtos.

De acordo com Barbosa (2006), uma marca opera no sentido a designar um produto, mercadoria ou serviço, buscando identificar sua origem e distinguir a atividade empresarial de seus competidores ou sua concorrência. Assim, uma marca é utilizada como propaganda, mais precisamente na publicidade, incitando o consumo e valorizando a atividade empresarial de seu ou seus titulares.

Ainda segundo Barbosa (2006), a marca serve ao consumidor no sentido de identificar o conjunto de qualidades e característica que se espera encontrar em determinado produto, sem ter de, em cada caso, testá-lo, confiando que o agente econômico que introduziu o produto no mercado zelou pela consistência de seus produtos e/ou serviço oferecidos.

Nesse sentido, utilizando-nos das concepções dos conceitos de Marketing, Produto e Marca, uma franquia pode ser entendida como uma mistura da criação constante de produtos e ações de marketing, visando um relacionamento a longo-prazo entre consumidores e o produto oferecido através da criação de uma marca a qual o consumidor possa se identificar.

A partir de uma análise histórica de discursos que remontam desde a década de 1950, Johnson (2013) implica o surgimento e amadurecimento das lógicas de franquia como modo de produção cultural midiática a quatro fatores cruciais.

Em nível econômico, Johnson acredita que a indústria cultural tem sido marcada por um avanço coordenado, tanto por uma consolidação desregulada, quanto uma flexibilidade pós-fordista.

Nos anos de 1970, poucas companhias controlavam cada indústria midiática: ABC, NBC e CBS dominavam a televisão; Warner Bros., Paramount, 20th Century Fox, Universal e Columbia controlavam a indústria cinematográfica; Marvel e DC dividiam a indústria dos quadrinhos. Pelos anos de 1980 e 90, aqueles oligopólios tinham se estendido através das mídias, com conglomerados maiores como Time Warner, Viacom, NewsCorp. e Disney operando através de múltiplos setores midiáticos (JOHNSON, 2013, p. 14).

Essas mudanças estruturais fizeram com que a produção de conteúdo adquirisse maior valor à medida que as produtoras desenvolveram marcas que pudessem ser lançadas através de canais de mídia. Entretanto, explica Johnson,

Na mudança em direção ao pós-Fordismo, onde as corporações privilegiaram acordos de trabalhos temporários e flexíveis que reduziram custos operacionais e limitaram riscos corporativos em longo prazo, a produção não precisava estar completamente consolidada dentro de um único guarda-chuva corporativo. Ao invés disso, conglomerados frequentemente uniram-se a parceiros independentes para desenvolver e expandir propriedade intelectual através daqueles múltiplos canais de distribuição. Nesse contexto, os recursos da propriedade intelectual tornaram-se cada vez mais centrais para a estratégia corporativa, tanto em potencial para ser protegido com propriedade e seu potencial para ser amplamente compartilhado e flexivelmente multiplicado em nível de produção (2013, p. 14-15).

O segundo fator analisado por Johnson diz respeito às tecnologias emergentes de mídia, como o computador, a internet e o vídeo games que, juntos, possibilitaram o surgimento de novos mercados, onde recursos de propriedade intelectual poderiam multiplicar-se e alavancarem-se em franquias. O modo de produção no mercado de novas mídias operou de forma semelhante à antiga lógica de produção de franquias. As produções de empresas do ramo de vídeo games como Nintendo, Eidos Interactive e Rockstar, responsáveis pelas franquias *Super Mario Bros.*, *Tomb Raider* e *Grand Theft Auto*, respectivamente, dependiam de múltiplas produções sucessivas ao longo do tempo. (JOHNSON, 2013).

A pesquisa de Johnson também aponta como fator de consolidação e definição da franquia a mudança no caráter social de consumo de mídia. A mudança indicada pelo autor diz respeito ao público alvo das mídias, que passou da cultura popular de massa para segmentos de nicho e a forma como esse conteúdo passou a ser consumido. Enquanto o conteúdo era replicado através da multiplicidade de canais de mídia, a audiência total daquele conteúdo encolhia com frequência. Os mercados encolhiam quantitativamente. Entretanto, qualitativamente, a relação entre consumidores e mídia tornava-se mais participante.

Nesse sentido, indica o autor, a audiência pôde se comunicar mais facilmente entre si, possibilitando e encorajando uma resposta mais participativa para as mídias populares, à medida que criavam e distribuíam suas próprias produções com base na propriedade intelectual dos grandes estúdios. A franquia se desenvolveu

com base nesses aspectos, incorporando as produções em múltiplos canais de distribuição, aumentando o foco industrial em nichos e o interesse dos mesmos em participar do processo.

Por fim, o último fator que definiu as características e consolidou a franquia como um modo de produção midiática contemporâneo “diz respeito a uma migração para as indústrias de mídia de lógicas de mercado de outros setores de negócios” (JOHNSON, 2013, p. 15).

Para Johnson, até os anos de 1980 o termo franquia podia designar dois significados, sendo primeiro, o direito de votar e ter influência como integrante de uma organização. O segundo significado do termo franquia nos anos oitenta dizia respeito a uma operação de varejo, onde operadores independentes de mercados locais pagavam uma taxa de licença para conduzir negócios sob o nome de uma marca corporativa compartilhada. Podemos citar franquias como Mc Donald's e Burger King como exemplo.

No entanto, explica o autor, nos últimos trinta anos, o termo franquia ganhou um terceiro significado cultural: a replicação múltipla de recursos de uma propriedade intelectual em distintos canais de distribuição. Assim como as franquias de varejo caracterizavam-se de redes colaborativas de lojas, as franquias de mídia caracterizavam uma nova maneira de pensar redes colaborativas de produção contínua de conteúdo, através de múltiplos ambiente industriais.

Para adaptar uma definição básica de Roberto Iger que, como presidente e CEO levou a Disney a incorporar a estratégia desde 1999, a franquia de produção de conteúdo de mídia ficou conhecida como “algo que cria valor através de múltiplos negócios e através de múltiplos territórios durante um longo período de tempo” (JOHNSON, 2013, p. 16-17).

Franquia, no sentido entendido por Johnson e adotado neste trabalho, constitui-se e vem se constituindo a partir do final do século XX e início do século XXI pela troca compartilhada de recursos de conteúdo através de múltiplos ambientes industriais e contextos de produção, operando de forma colaborativa através de redes.

As questões analisadas por Johnson (2013) dialogam com as concepções de Jenkins (2009) acerca da cultura da convergência, principalmente no que diz respeito às novas mídias, os grandes conglomerados e a maneira como os

consumidores se relacionam com estes elementos. Embora as novas tecnologias tenham propiciado a nova configuração da produção de conteúdo, a mudança no comportamento dos consumidores, ou seja, um comportamento mais ativo por parte dos mesmos, culminando na cultura da participação, foi de suma importância para a consolidação do modelo de franquia caracterizado por Johnson.

Uma franquia de mídia, em especial uma franquia cinematográfica, precisa de um ponto central do qual se dará a expansão através de outros canais de distribuição. O ponto central de uma franquia cinematográfica é o longa-metragem e as estratégias de ampliação, bem como a abrangência e a diversidade de produtos a serem produzidos e lançados dependerá do seu desempenho nas bilheteiras. Se o longa-metragem *Capitão América 2* não tivesse recebido críticas positivas e arrecadação alta nas bilheteiras, a abordagem com relação à expansão da franquia da personagem poderia ter sido menos intensa.

Nesse sentido, cabe ressaltar que o modelo de franquia explorado pela Disney Marvel configura-se de maneira que cada um dos títulos consiga funcionar como uma franquia sob o guarda-chuva de uma franquia maior. Para exemplificar de forma mais clara, utilizaremos novamente do longa-metragem objeto desta pesquisa.

Enquanto os longas-metragens baseados na personagem Capitão América operam como uma franquia, *Capitão América: O Primeiro Vingador* (2011), *Capitão América 2: O Soldado Invernal* (2014) e *Capitão América: Guerra Civil* (*Captain America Civil War*, Anthony Russo, Joe Russo, 2016) e cada uma de suas ramificações em outras mídias ou canais de distribuição. Todavia, também operam como parte da grande franquia criada pela Disney Marvel intitulada Universo Cinematográfico Marvel (MCU), onde cada longa-metragem lançado possui uma relação de causa e efeito e continuidade; onde cada fase se conclui com união da personagem título aos outros heróis do MCU em um longa-metragem dos Vingadores, grupo de heróis da Marvel. E podemos ainda dizer que a personagem título opera como uma marca, dentro de uma marca ainda maior.

A marca deve carregar consigo um estilo e design padrão para que o consumidor a identifique de imediato. O título dos longas-metragens da Disney Marvel recebem os mesmos contornos, variando apenas em tamanho e cores dependendo do que se quer destacar na divulgação. Nesse sentido, cria-se uma

marca para a personagem, como podemos observar nas três imagens a seguir retiradas de pôsteres dos três longas da personagem Capitão América.

Figura 57 - Logomarca do primeiro longa da personagem Capitão América.



Fonte: <http://cinematecacapas.blogspot.com.br/>

Figura 58 - Logomarca do segundo longa da personagem Capitão América.



Fonte: <http://hqnews.org/>

Figura 59 - Logomarca do terceiro longa da personagem Capitão América.



Fonte: <http://hqnews.org/>

Ainda que possa se observar pequenas diferenças entre a fonte da logomarca apresentada no primeiro longa, apresentada pela primeira das três imagens, é possível atentar para um padrão na apresentação no design das três, onde as alterações mais significativas encontram-se nas cores e escolha da fonte e tamanho dos subtítulos de cada longa.

Podemos notar acima dos títulos dos longas da personagem Capitão América a logomarca da Marvel. Embora os longas e outros conteúdos produzidos dentro do

MCU possam configurar cada grupo de filmes de uma personagem específica e suas ramificações, uma pequena franquia, todos eles são produzidos dentro da grande franquia Marvel, identificada pela logomarca exibida na figura a seguir.

Figura 60 – Logomarca Marvel.



Fonte: <http://marvel.com/>

Além da logomarca da Marvel, as produções cinematográficas recebem outra identificação. Antes de cada produção, sob a tutela da Marvel, há sempre uma vinheta²⁶ padrão da logomarca MARVEL, mesmo que o longa seja de um título licenciado para outra produtora, como no caso de um longa dos X-Men. Ainda que aquele conteúdo seja produzido por outro grupo que não seja o grupo Marvel, a presença da vinheta Marvel antes do início do longa-metragem deixa claro que aquele é uma propriedade intelectual licenciada pela Marvel.

É importante que a franquia e a marca criem uma estética que possa ser replicada, ou seja, cada novo conteúdo em cada nova plataforma ou canal de distribuição deve refletir a imagem da franquia.

O sucesso de uma franquia depende da identificação de seus seguidores com a marca criada pela mesma, da criação de um vínculo, e é necessário um planejamento detalhado em longo prazo para identificar quais tipos de produção e em quais canais de distribuição a franquia se expandirá, visando sempre atingir o maior número de nichos possível e consumidores em potencial. É necessário que a marca signifique algo para alguém, mesmo que esse alguém não seja um consumidor assíduo da franquia.

²⁶ A vinheta pode ser vista no link a seguir: <https://www.youtube.com/watch?v=XmBj5D4Ruvc>.

Com relação ao novo comportamento dos consumidores e sua determinante participação no sucesso ou não de uma franquia, Salzman, Matathia e O'Reilly (2003) explicam como a nova configuração do consumidor opera como uma nova ferramenta de marketing, cujo fenômeno chamam de *Buzz Marketing Online*.

Os profissionais de *marketing* mais experientes estão percebendo que o segredo do relacionamento com o mercado dos jovens é observar a maneira como eles se relacionam entre si. Os jovens zumbem. Para dizer o mínimo, a juventude é a etapa da vida em que a troca de informações, ideias e crenças ocorre com mais frequência por meio do boca-a-boca. Trata-se de um período de descoberta e experimentação, alimentado quase exclusivamente pelo “ele disse/ela disse”, “ele veste/ela veste”, “ele fez/ela fez”. Para os homens de *marketing*, impor uma marca ao público de um modo significativo é o objetivo capital. Os que percebem isso corretamente são poucos e raros, em comparação com os que se equivocam. (2003, p. 164)

O boca-a-boca ganha novos contornos com a utilização de mídias sociais em rede como Twitter, Facebook e WhatsApp. A necessidade de compartilhar a experiência ao assistir um longa-metragem, um trailer de um próximo lançamento ou mesmo a notícia do início da produção de um novo elemento narrativo de sua franquia favorita, opera, se bem explorada pela equipe de marketing responsável, como publicidade viral, ou seja, que se espalha em grande velocidade.

Jenkins, Green e Ford (2014) procuram esclarecer esse fenômeno na obra *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Ao sinalizarem uma mudança no panorama midiático onde a “aderência” dá lugar à “propagabilidade”, algumas características são apontadas para explicar as diferenças entre os modelos apresentados. No que diz respeito à aderência, Jenkins, Green e Ford (2014, p. 28) explicam que esse modelo

capitaliza as maneiras mais fáceis que as empresas encontram de conduzir negócios on-line, em vez de capitalizar as maneiras como o público quer experimentar o material on-line e de fato faz isso. A aderência privilegia a colocação de conteúdo em um único lugar e procura levar a audiência até lá para que possa ser computada. Essa “visualização no destino” muitas vezes entra em conflito tanto com a experiência da navegação dinâmica de usuários individuais da internet como, o que é mais importante, atrita com a circulação de conteúdo por meio das conexões sociais dos membros da audiência.

Com relação ao conceito de propagabilidade, Jenkins, Green e Ford explicam que sua compreensão torna-se mais clara quando confrontado com o modelo tradicional da aderência, a fim de demonstrar os limites do modelo tradicional quando comparado ao novo modelo proposto. Neste sentido, o trio de autores confronta diversos panoramas: Migrações de indivíduos versus fluxos de ideias; Material centralizado versus Material disperso; Experiências unificadas versus Experiência diversificadas; Interatividade pré-estruturada versus Participação livre; Atrair e reter a atenção versus Facilitar o compartilhamento; Canais escassos ou finitos versus Uma miríade de redes temporárias (e localizadas); Marketing de força de vendas para indivíduos versus Intermediários autenticamente populares defendendo e doutrinando; Papéis separados e distintos versus Colaboração através de papéis.

Com relação às “migrações de indivíduos versus migração de ideia”, os autores explicam que no modelo antigo, da aderência, a audiência era identificada através da contagem de membros isolados, enquanto no novo modelo, da propagabilidade, a importância está nas conexões sociais entre estes indivíduos, visíveis através das plataformas de mídias social.

Essa abordagem pode ainda incluir mensurações quantitativas da frequência e da amplitude dos deslocamentos de conteúdo, mas torna importante ouvir ativamente as maneiras pelas quais os textos de mídia são usados pela audiência e circulam por meio das interações entre as pessoas (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 29).

O confronto entre “material centralizado e material disperso” diz respeito a colocar o material em um local centralizado, atraindo os indivíduos até esse local e mantendo-o ali indefinidamente, no caso do modelo da aderência, contra a produção de conteúdo em formatos que possam ser compartilhados de forma simples. Os autores citam como exemplo os códigos *embedded* da plataforma Youtube, um código simplificado que facilita a difusão de vídeos por outros canais da internet.

O modelo da propagabilidade contesta as “experiências unificadas em detrimento das diversificadas.” Enquanto a primeira exige marcas cuja produção concentre-se em experiência centralizadas, que sirvam a múltiplas audiências ao mesmo tempo, a segunda enfoca textos de mídia que podem ser compartilhados

por grupos distintos de pessoas por motivos diversos, convidando-as a dar sentido a esse material conforme o compartilham em suas redes sociais.

Websites do modelo da aderência dedicam-se a incluir jogos, quizzes e enquetes para atrair o interesse dos indivíduos e mantê-los lá, enquanto a lógica da propagabilidade incentiva esses indivíduos a utilizarem o conteúdo de formas inesperadas, de maneira que o material seja reconfigurado de acordo com o propósito de cada nicho. Os autores denominam esse confronto de “interatividade pré-estruturada versus participação livre”.

Enquanto o confronto “atrair e reter a atenção versus motivar e facilitar o compartilhamento” já fora discutido em outras circunstâncias, o embate “canais escassos ou finitos versus uma miríade de redes temporárias (e localizadas)” diz respeito à característica centralizadora da difusão de conteúdo de um para muitos por canais oficiais autorizados no modelo da aderência contra o novo paradigma da propagabilidade, que supõe que qualquer conteúdo que possa despertar atenção circulará através de “todos os possíveis canais existentes, com o potencial de movimentar a audiência de uma percepção periférica do conteúdo para um engajamento ativo” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 30).

Com relação ao confronto Marketing de força de vendas para indivíduos versus intermediários autenticamente populares defendendo e doutrinando, os autores indicam que,

quando dizemos “intermediários autenticamente populares”, estamos nos referindo a canais não oficiais que moldam o fluxo de mensagens através de sua comunidade e que podem se tornar fortes defensores de marcas ou franquias. Esses intermediários autenticamente populares podem muitas vezes servir às necessidades dos criadores de conteúdo, demonstrando como o público se torna parte da lógica do mercado e desafiando o próprio significado de “autenticidade popular”, uma vez que essas atividades frequentemente coexistem como pautas corporativas ou até mesmo coincidem com elas. No entanto, elas não são empregadas nem reguladas pelos criadores de conteúdo e também podem se contrapor às metas corporativas (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 30).

Por fim, o último confronto entre paradigmas, Papéis separados e distintos versus Colaboração através de papéis, utilizado pelo trio de autores para diferenciar o modelo “grudento” do modelo da propagabilidade, diz respeito à identificação clara de quem são os agentes, no caso, produtores, marqueteiros e audiência, do modelo

da aderência, no sentido de que cada um tem um propósito separado e distinto dos demais, enquanto na lógica da propagabilidade existe uma crescente colaboração entre os papéis e, em alguns casos, a perda da distinção entre os mesmos.

Embora o trio de autores destaque esses embates binários em momento algum acreditam que o novo modelo esteja subjugando o modelo anterior, nem ignoram que o modelo anterior ainda esteja operando com força e que serve a determinados propósitos de forma bastante significativa. O que buscam colocando os paradigmas em embate é apontar para uma mudança de comportamento em curso.

A característica que mais nos interessa na mudança de paradigmas indicada por Jenkins, Green e Ford (2014) e que está diretamente relacionada ao novo papel do fã para com a consolidação das franquias, está no âmbito de sua participação ativa operando por vezes, como esse “intermediário autenticamente popular”.

Podemos exemplificar este intermediário autenticamente popular na figura dos apresentadores de canais no Youtube, que talvez seja a personificação máxima da categoria. Através de vídeos roteirizados, filmados e editados pelos próprios apresentadores, com produções cada vez mais elaboradas, estes intermediários arrebanham milhares de fãs dos mais diversos assuntos, desde conselhos sobre a vida no colégio e maquiagem, até análises cinematográficas e políticas.

A popularidade de alguns é tamanha que recebem convites para pré-estreias mundiais de filmes, repassando suas considerações acerca de determinada obra para seus milhares de fãs. Nesse sentido, como explicam os autores, esses agentes “populares” podem operar em favor das necessidades dos criadores de conteúdo oficial. Todavia, este intermediário pode compartilhar suas análises sobre determinado conteúdo ou assunto na contramão do que espera o produtor, ou mesmo de uma maneira que canais oficiais não conseguiriam, para uma audiência que talvez não atingiriam.

A propagabilidade de Jenkins, Green e Ford,

assume a existência de um mundo em que conteúdos de massa são continuamente reposicionados à medida que entram em diferentes comunidades-nicho. Quando o material é produzido segundo um modelo “tamanho único”, ele corresponde com imperfeições às necessidades de determinada audiência. Por outro lado, os membros dessa audiência devem reformatar esse material para que ele atenda melhor aos seus interesses. Quando o material é

propagado, ele é refeito: seja literalmente, ao ser submetido a vários procedimentos de remixagem e amostragem, seja figurativamente, por meio de sua inserção em conversas em andamento e através de diversas plataformas (2014, p. 54).

Com relação a essa participação do consumidor, já retratada por Jenkins (2009) na cultura da participação, e sua transformação em intermediador, cujo papel por vezes se confunde entre produtor, marqueteiro e consumidor, Jenkins, Green e Ford (2014) indicam que essa participação possui níveis distintos, ou seja, os fãs participam de forma distintas, cujas características podem ser de fãs ou de *fandom*.

Para Jenkins, Green e Ford, fãs são entendidos

como indivíduos que têm uma relação fervorosa com uma franquia de mídia em particular, e *fandoms*, cujos membros se identificam conscientemente como parte de uma comunidade maior com a qual sentem algum grau de comprometimento e lealdade. Os fãs individuais podem ser tidos como integrantes do grupo de espectadores, enquanto os *fandoms* começam a demonstrar algumas características dos públicos, ligados entre si por meio de sua “sociabilidade compartilhada” e sua “identidade compartilhada”. Os *fandoms* procuram direcionar a atenção das indústrias de mídia e, com isso, dão forma às suas decisões, objetivo que perseguem com graus variados de sucesso.

Os *fandoms* são um tipo de coletividade (no qual eles agem como comunidades em vez de indivíduos) e conectividade (no qual seu poder é ampliado por seu acesso às comunicações ligadas em rede) cuja presença está sendo sentida na cultura contemporânea. Os membros de minorias ou comunidades subculturais, vários tipos de ativistas e grupos DIY²⁷, e diferentes grupos de afinidades também estão vinculados por meio de “sociabilidade” e “identidade” compartilhadas, bem como procuram “direcionar atenção” por meio de suas ações on-line (2014, p. 210).

O trio de autores, ao tratar dos termos *fã* e *fandom*, procura diferenciar também os conceitos de audiência e público, sendo o primeiro produzido por atos de medição e vigilância, enquanto o segundo diz respeito a uma coletividade que significa mais que a soma de suas partes e que, ao mesmo tempo em que dedica atenção de forma ativa, também exige atenção. Nesse sentido, o conceito de audiência está mais ligado a uma agregação de indivíduos de relação passiva com as mídias, próximo ao modelo antigo de mídia, enquanto o público teria uma participação ativa.

²⁷ DIY (Do It Yourself) refere-se à realização de práticas por conta própria ao invés de pagar por um produto ou serviço. Está relacionado áreas que vão do design e publicação eletrônica até práticas medicinais e teve fortes ligações com movimentos anarquistas na década de 70.

Com relação à cultura participação e a forma de interação entre grupos de fãs e fandoms e marcas ou franquias, Jenkins, Green e Ford explicam que, os ganhos obtidos através expansão do acesso às plataformas digitais e maior participação dos consumidores são retratados como resistência a indústria hegemônica, oficial. Todavia, os autores sinalizam para um erro entender esse fenômeno apenas de uma maneira, com um sentido único, indicando que o que ocorre é algo bastante complexo.

Por exemplo, as vozes ativas, os ativistas e os blogueiros da indústria igualmente descrevem, com frequência, o poder crescente da “blogosfera” como um desafio para jornalistas e para a mídia comercial, falando da diminuição da autoridade da “grande mídia” ou da ameaça que essas fontes de mídia livre representam para as instituições e práticas “herdadas”. Entretanto assim como especialistas cometeram o erro de priorizar as atividades do público com base no nível de habilidade tecnológica envolvido, muitas pessoas, igualmente de forma incorreta, interpretam a criação de mídia pelo público unicamente como uma força de oposição ou revolução contra a mídia comercial. Em vez disso, ocorre algo mais complexo (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 206).

Os autores salientam que, da mesma forma como a participação pode assumir contornos de revolução e alternativa à indústria oficial, a indústria pode assumir estratégias que visem tomar proveito do modelo participativo, oferecendo apenas um outro modelo de consumo. Com relação a esta abordagem, os autores destacam que pensadores corporativos adotam o foco na participação como uma maneira de identificar onde os consumidores participam, como uma espécie de mercado, potencial ou real, para seus produtos e serviços. Por exemplo,

Dentro dos círculos da área de propaganda, os tipos de participação desejados pelas empresas são discutidos com frequência em termos de “comunidade de marcas”. As empresas têm tido interesse na ideia de que as audiências que cortejam formem fortes vínculos sociais através da afinidade comum por uma marca, pois, assim esperam, essas relações afetivas significam aumento da lealdade do consumidor num momento em que os vínculos com a marca são vistos como menos estáveis do que nas gerações anteriores. Muitos marqueteiros enquadram esses conceitos como indicação de propriedade corporativa sobre grupos específicos de pessoas, e interpretam a “comunidade” como amplamente reativa às maquinações da marca (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 207).

Esse tipo de pensamento alinha a participação, ou seja, o fenômeno de duas vias, onde o consumidor responde de forma ativa ao processo de produção e distribuição de conteúdo ao modelo anterior. Limita, ou praticamente anula, a característica principal da participação, designando ao fã o papel de defensor de uma marca sob quaisquer circunstâncias.

Os autores explicam que as empresas não criam as comunidades, no entanto, cortejam comunidades existentes “cujos interesses em geral as predispõem aos tipos de conversa que as empresas procuram facilitar” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014) e citam os exemplos dos aficionados pelas marcas Harley Davidson, John Deere e Apple, cujos consumidores desenvolveram grande apreço pelas empresas e seus produtos e ações.

Todavia, como já citado, o que ocorre é um movimento deveras complexo. Tratar as comunidades construídas por aficionados em torno de uma marca apenas como tal, apaga todos os potenciais embates que esses grupos possam ter com a detentora da marca. Os membros destas comunidades possuem voz ativa com relação a questões ligadas aos serviços ao consumidor, bem como as estratégias de negócio adotadas pela empresa. No entendimento dos participantes das comunidades em torno de determinada marca, sua dedicação incondicional os torna parte da marca, desempenhando papéis de fiscalização (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

Ao sentirem-se parte da marca os fãs da comunidade, como participantes, podem exigir mudanças se sentirem que em determinado momento as estratégias assumidas pela empresa serão, de alguma maneira, prejudiciais aos consumidores.

Como exemplo, os autores citam um caso de um grupo de fãs dos quadrinhos da Marvel que notou que, na proposta para adaptação do título *Runaways*, criado por Brian K. Vaughan e Adrian Alphona em 2003, havia a supressão de um personagem asiático-americano. A movimentação dos fãs para impedir que isso acontecesse chamou a atenção da Disney e da Marvel Studios, que por sua vez, se mobilizaram rapidamente para reverter à convocação no intuito de assegurar que o elenco seria escolhido propriamente, de acordo com a etnia de cada uma das personagens.

Além da possibilidade dos participantes das comunidades em torno de determinada marca poderem atuar como “fiscais” das estratégias de negócios e produtos, os autores explicam que,

As marcas podem ser consideradas importantes em um grupo social se e quando tornam-se um símbolo para relações culturais duradouras. A cultura da motocicleta precedeu a “comunidade de marca” da Harley. A Apple não inventou os aficionados por tecnologia e John Deere não criou uma sociedade agrária. Em vez disso, essas marcas geraram uma afinidade profunda com os públicos conectados socialmente, visto que entenderam uma cultura que já existia e demonstraram isso por meio do marketing, do design e do foco em seus produtos (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 208).

Por fim, os autores não deixam de atentar que as empresas exploram com bastante cinismo o desejo do público de participar, cedendo espaços ínfimos de participação desde que sirvam a fins financeiros. Contudo, os espectadores “não são meros joguetes para interesses comerciais ou para elites políticas, pois suas identidades compartilhadas e a capacidade de comunicação coletiva permitem que se manifestem sobre seus interesses percebidos” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 209), e algumas dessas comunidades, anteriores à comunicação digital, possuem anseios, valores, alinhamento político e demais práticas que operam além das redes e plataformas digitais. Essas comunidades são muito mais críticas com relação à troca de valores entre o que a empresa extrai da comunidade e os benefícios que a comunidade obtém ao consumir o que a empresa disponibiliza. Como exemplo podemos citar a rede social Facebook. As informações extraídas dos usuários e comercializadas pela plataforma compensa os ganhos que seus usuários obtém utilizando-a?

Assim, para Jenkins, Green e Ford, a cultura da participação não opera de forma simples, muito menos pode ser entendida de forma binária. Ela não está somente alinhada a uma nova lógica capitalista de ilusão participativa, que cria novos mercados de consumo onde os consumidores tornam-se fãs devotos da marca, nem opera como o ápice da revolução, invertendo as hierarquias da grande mídia e tomando todo o poder para si através da livre produção e compartilhamento de conteúdo.

Por fim, no que diz respeito à relação de dupla via possibilitada pela participação, pelo poder do fã, pelas marcas e franquias,

devemos abordar com ceticismo saudável essas estruturas e práticas que surgem, pensando cuidadosamente diferentes

propostas para a nossa participação. A rápida expansão da cultura participativa é um desafio contínuo: as comunidades crescem mais rápido do que sua capacidade de socializar suas normas e expectativas, e essa escala acelerada dificulta a manutenção da intimidade e da coerência das formas anteriores de cultura participativa. Os membros são seduzidos de todos os lados para adotar práticas que não necessariamente se alinham com os seus próprios interesses e, é claro, a participação geralmente envolve algum grau de vínculo estreito com as lógicas comerciais. Mas, da mesma forma, a participação ligada em rede também força as empresas de mídia e as marcas a ser mais compreensivas com seus públicos. As comunidades ligadas em rede podem “convocar” as empresas que elas percebem que estão agindo contra os interesses da comunidade, e seu acesso a ferramentas de mobilização e de publicidade significa que elas podem provocar algum dano real (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 219-220).

A relação advinda da cultura da participação com a consolidação de marcas e franquias com base na interação entre consumidores e fãs, propriedade intelectual e indústria, baseia-se em duas vias, de cima para baixo e de baixo para cima. Ainda que as relações não sejam equivalentes, a cultura da participação possibilitou aos consumidores algum espaço para dialogarem dentro do processo de produção.

Os elementos discutidos anteriormente operam em conjunto e possibilitam que um novo tipo de narrativa seja explorado, através da dispersão de conteúdo em diversos gêneros distintos, contando com a participação ativa da comunidade de fãs.

3.4. Narrativa Transmídia.

O fenômeno transmídia desenvolve-se primeiro na indústria de entretenimento, cinematográfica e televisiva dos Estados Unidos conquistando entusiastas em países diversos. Entre os principais representantes deste fenômeno, podemos citar séries como *Lost* (Jeffrey Lieber, J. J. Abrams e Damon Lindelof, 2004) e *The Walking Dead* (Frank Darabont e Robert Kirkman, 2010) ou franquias como *Star Trek* (Gene Roddenberry, 1966), *Star Wars* (George Lucas, 1977) e *Matrix* (Irmãos Wachowski, 1999) cujas ações transmídia repercutiram pelo mundo todo.

Massarolo indica que,

A emergência desse modelo inovador de contar histórias se deu basicamente no contexto da televisão contemporânea, mais precisamente, foi no âmbito da produção seriada televisiva norte-americana que se desenvolveu a chamada 'complexidade narrativa'. Esse processo de reconfiguração da narrativa se deu de forma simultânea ao desenvolvimento das tecnologias de reprodução e armazenamento de dados, notadamente as plataformas de reassistência (aplicativos para "segunda tela" – Smart TV, smartphones e tablets, entre outros dispositivos). Esses canais oferecem ao telespectador a possibilidade de reassistir a episódios ou trechos do seriado de TV da sua preferência, inúmeras vezes, por diferentes ângulos e diferentes suportes. Deste modo, o telespectador realiza análises mais aprofundadas das estratégias do storytelling televisivo que serviram para formatar o termo 'complexidade narrativa', no contexto cultural da convergência (2013, p. 337).

Nas últimas três décadas, observam Massarolo e Alvarenga (2010, p. 01),

a franquia de produtos audiovisuais tem se desenvolvido num ritmo vertiginoso, provocando uma série de mudanças no modo como as marcas são pensadas. Os grandes conglomerados de mídia estão descobrindo que na economia da convergência, os consumidores cansaram de consumir 'mais do mesmo' e desejam se relacionar com produtos que sejam 'mundo' de possibilidades, disponibilizando diversas entradas para serem navegadas a partir de diferentes mídias e que permitam um profundo envolvimento emocional dos usuários.

E nesse sentido, Massarolo explica que (2013) as narrativas sempre caminharam lado a lado com os seres humanos, e através de seus mecanismos nos eram apresentados os mistérios do mundo, bem como transmitiam o legado cultural para as próximas gerações e,

Muito embora as histórias e os contadores de histórias perdurem aos longos dos séculos, o que se apresenta como novidade no contexto cultural da convergência é que o storytelling transmídia transformou-se na arte de contar histórias, que é específico das plataformas midiáticas, pressupondo a interatividade e o compartilhamento de histórias. Assim, a arte milenar de contar histórias é submetida a uma série de choques e tensões que reconfiguram e atualizam o modelo narrativo tradicional, fazendo dessa nova forma narrativa uma ferramenta de inovação e Storytelling Transmídia: Narrativa para multiplataformas de mudanças, capaz de estimular o crescimento e a expansão das sociedades em rede, além de exercer uma influência decisiva para o surgimento e a consolidação da cultura participativa (MASSAROLO, 2013, p. 338-339).

Com base nesse novo paradigma midiático onde a indústria opera através de conglomerados produzindo conteúdo através de diversos braços empresariais e onde a cultura da participação e as novas tecnologias permitem ao apreciador da narrativa caçar fragmentos de estória em ambientes distintos, Jenkins sugere que a narrativa transmídia se desenrola

através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. A redundância acaba com o interesse do fã e provoca o fracasso da franquia. Oferecer novos níveis de revelação e experiência renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor. A lógica econômica de uma indústria de entretenimento integrada horizontalmente – isto é, uma indústria onde uma única empresa pode ter raízes em vários diferentes setores de mídia – dita o fluxo de conteúdos pelas mídias. Mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes. Filmes e televisão provavelmente têm os públicos mais diversificados; quadrinhos e games, os mais restritos. Uma boa franquia transmídia trabalha para atrair múltiplas clientelas. Alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas – e se cada obra oferecer experiências novas –, é possível contar com um mercado de intersecção que irá expandir o potencial de toda a franquia (2009, p. 138-139).

Na longa citação acima, Jenkins explica didaticamente o que considera uma narrativa transmídia, qual sua principal forma de produção e quais as características necessárias para que a mesma obtenha êxito como produto.

E para Jenkins,

a narrativa transmídia refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta a convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando as suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão online e colaborando para

assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica.

A criação de universos ficcionais a qual Jenkins atribuí ao fenômeno transmídia depende em grande parte da participação ativa dos fãs, que passaram de meros consumidores de franquias para geradores de conteúdo. Poucas serão as construções de fãs absorvidas pelas grandes produções, mas o feedback poderá ser capaz de causar mudanças significativas em determinadas ocasiões.

Assim, um universo ficcional pode ser absorvido à exaustão por um fã que ainda pode gerar conteúdos ou recriar de forma distinta passagens narrativas através de *fanfics*²⁸ e ao fazê-lo, acaba por criar um universo cuja completude se distingue do universo criado pela parcela de espectadores que não obteve todas as peças complementares da narrativa. A relação que cada um criará com o universo será particular, ao mesmo tempo em que será social, pois ambos estarão tematizando um universo ficcional de bases em comum.

Desta forma, para Jenkins “cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços de fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana” (2009, p. 30).

Assim sendo, inteiramente relacionado à cultura da convergência, considera-se o movimento transmídia, portanto, uma maneira de se construir não apenas narrativas que circulam em diferentes mídias, mas franquias que complementam-se em diversas plataformas de mídia, construindo um universo repleto de diferentes possibilidades narrativas.

Entretanto, Jenkins ressalta que “nem todos os consumidores têm acesso às habilidades e aos recursos necessários para que sejam participantes plenos das práticas culturais que descrevo” (JENKINS, 2009, p. 51).

Participar ativamente do fenômeno transmídia envolve a dedicação de tempo e dinheiro para participar das comunidades, bem como para consumir todo o

²⁸ O termo *fanfiction* (algumas vezes abreviado para *fanfic*) refere-se a histórias produzidas por fãs baseadas no enredo e personagens de uma única fonte narrativa ou ainda, toda uma obra cânone; essas narrativas criadas por fãs geralmente levam uma narrativa pré-existente a uma nova, algumas vezes bizarra, direção (THOMAS, 2011).

“The term fanfiction (sometimes abbreviated as fanfic) refers to stories produced by fans based on plot lines and characters from either a single source text or else a “canon” of works; these fan-created narratives often take the pre-existing storyworld in a new, sometimes bizarre, direction (THOMAS, 2011)”.

conteúdo lançado nos diversos canais de mídia. Entretanto, graças à internet e à pirataria, todo ou praticamente todo o conteúdo narrativo pode ser encontrado sem a necessidade de pagamento por ele. Mas encontramos outra barreira ao fenômeno transmdia: ainda que a internet seja bastante popular, nem todos possuem conexão com a internet, ou quando possuem, sua velocidade pode não ser o suficiente para participar com eficiência do processo exigido.

Essa não participação efetiva de todos os consumidores explica, de certa forma, o que Jenkins quer dizer com as “relações particulares com o universo”. Se por um lado a afirmação pode ser tratada de forma mais subjetiva, no sentido de que o consumidor das narrativas pode reconstruir o enredo de forma imaginária ou quando usa bonequinhos de personagens da determinada franquia para criar novas histórias, por outro lado, o universo particular pode ser construído por imposição de barreiras ao processo pleno de participação, seja pelos empecilhos encontrados no caminho, seja pela falta de interesse em consumir todos os fragmentos da narrativa.

As lacunas que existiam nas narrativas exibidas em cada plataforma e que se complementavam para a criação de um todo são elementos da complexidade narrativa, que exigem articulação por parte do consumidor no sentido de buscar as informações necessárias em outras mídias, partindo do pressuposto de que os autores e produtores, cuidadosamente, alocaram as respostas em outras narrativas complementares.

Jenkins (2009) explica que, pelos padrões das narrativas clássicas de Hollywood, a complexidade narrativa, ou seja, essas lacunas deixadas pelos criadores ou excessos de informação para explicá-las, confundem o espectador. O sistema hollywoodiano anterior utilizava-se e dependia da redundância, assegurando que não houvesse maiores problemas para que o espectador conseguisse acompanhar a narrativa sem precisar esforçar-se. Mesmo que se ausentasse por alguns instantes ou se distraísse por algum motivo, a trama da narrativa deveria permanecer compreensível ao espectador. Todavia, o novo modelo de produção Hollywoodiano exige que o espectador mantenha os olhos a atenção na trama o tempo todo e que uma pesquisa prévia seja realizada antes de ir ao cinema.

Não há dúvidas de que existem motivações econômicas bastante sólidas na concepção da narrativa transmdia e, segundo Jenkins (2009, p. 148), “tudo sobre a

estrutura da moderna indústria do entretenimento foi planejado com uma única ideia em mente – a construção e expansão de franquias de entretenimento”.

Durante nossa discussão acerca das franquias e o poder de fãs, ficou claro que há uma tendência que busca unir marketing e entretenimento, visando criar laços emocionais entre consumidor e marca na tentativa de aumentar os lucros.

Embora essa comparação seja inevitável e haja elementos de marketing no modelo da narrativa transmídia, Jenkins explica que o planejamento não é apenas econômico.

Transformar em franquia um filme popular, uma revista em quadrinhos ou uma série de televisão não é novidade. Veja a torrente interminável de bonequinhos de plástico disponíveis no McLanche Feliz do McDonald's. Promoções cruzadas estão em toda parte. Mas a maioria delas, como os brinquedos do McDonald's, é bem fraca e facilmente esquecida. Os acordos atuais de licenciamento asseguram que todos esses produtos sejam periféricos àquilo que, em primeiro lugar, nos atraiu à história original (JENKINS, 2009, p. 148-149).

As estratégias de marketing envolvendo franquias costumava ser algo básico onde as expansões não tinham, necessariamente, alguma relação com a narrativa. Eram apenas brinquedos, cadernos, elementos de vestuários caracterizados a partir das personagens dos filmes. O que Jenkins explica é que, além das expansões da narrativa transmídia envolver a expansão de elementos narrativos, também envolve diferentes aspectos da negociação de licenças.

No modelo antigo de licenciamentos a empresa de mídia central negociava sua licenças de modo que, segundo Jenkins (2009), a venda realizada a terceiros, geralmente não associados à empresa central, impõe uma série de limitações do que pode ser feito com as personagens ou conceitos, visando proteger a propriedade intelectual.

Jenkins, com base nas experiências da produção da franquia *Matrix* chama o novo modelo de licenciamento e produção de cocriação. Nele, os diretores, nesse caso específico os irmãos Wachowski, não apenas licenciaram ou subcontrataram empresas e/ou artistas esperando que esses fizessem o seu melhor, mas ambos se envolveram pessoalmente na produção dos conteúdos para outras mídias. “Eles escreveram e dirigiram pessoalmente conteúdos do game, esboçaram cenários para

alguns curtas de animação e coescreveram algumas das histórias em quadrinhos” (JENKINS, 2009, p. 159).

Jenkins (2009) enfatiza que, embora haja uma grande coordenação por parte dos diretores em assegurar que o conteúdo do fragmento narrativo em outra mídia seja relevante para o todo da franquia e contribua para sua expansão, há espaço para individualidade do cocriador, que se baseia nas concepções do universo da franquia idealizadas por seus criadores para apresentá-las sob sua própria ênfase.

Para que a narrativa transmídia funcione é preciso que a mesma possua, não apenas uma narrativa que se expande por diversas mídias, mas um universo que se expanda e se complete por diferentes canais de conteúdo. É necessário que cada fragmento dessa narrativa esteja conectado através de estilos, designs e outros elementos que identifiquem imediatamente o todo da franquia a qual faz parte. Nas palavras de Jenkins, “nenhuma obra em particular reproduz todos os elementos, mas cada uma deve usar elementos suficientes para que reconheçamos, à primeira vista, que essas obras pertencem ao mesmo universo ficcional” (2009, p. 161).

Complementando a ideia da criação de universos, Jenkins argumenta que,

Cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia. O universo é maior do que o filme, maior, até, do que a franquia – já que as especulações e elaborações dos fãs também expandem os universos em várias direções (2009, p. 161-162).

Mais do que uma boa história ou bons personagens, um universo pode sustentar diversas boas histórias e uma infinidade de personagens bem elaborados em uma variedade de mídias.

Como já discutido anteriormente, a cultura participativa acrescenta novos elementos no modo como os consumidores relacionam-se com franquias e, nesse sentido, Jenkins acrescenta que a participação dos fãs pode colaborar na expansão dos universos narrativos, citando o exemplo de uma personagem específica da franquia *Star Wars*.

Todavia, Jenkins explica que, da mesma maneira que os fãs podem contribuir com a expansão da franquia, mesmo que seja apenas através de um maior interesse em uma personagem e o futuro aproveitamento mais significativo da

mesma na franquia, o criador pode frustrar alguns fãs ao acrescentar informações adicionais demais, citando novamente o caso da personagem de *Star Wars*.

O autor explica que as lacunas acerca das origens da personagem Boba Fett trouxeram diversas inquietações aos fãs, que discutiam se a personagem poderia ser uma mulher, uma vez que seu rosto não havia sido revelado nem sua voz ouvida. Todavia, ao receber maior destaque nas produções seguintes, diversas respostas foram acrescentadas, descartando importantes linhas especulativas dos fãs.

Ao citar a relação dos fãs com a franquia a partir de figuras de ação, os bonequinhos ou “hominhos” baseados em personagens, Jenkins retrata, com base nos mitos antigos, uma característica não apenas da narrativa transmídia, mas da vivência, que opera no sentido de nos familiarizar mais facilmente com alguma narrativa.

Com relação à essa familiarização com determinada temática, Jenkins explica que, apesar de todas as suas qualidades experimentais e inovadoras, a narrativa transmídia não é inteiramente nova.

Quando os gregos ouviam as histórias de Odisseu, não era preciso explicar quem ele era, de onde vinha ou qual sua missão. Homero conseguiu criar um épico oral baseado em “pedaço e fragmentos de informações” de mitos preexistentes, contando com um público informado para contornar quaisquer pontos de confusão potenciais. É por isso que, hoje, estudantes secundaristas se debatem com *A Odisseia*, porque eles não têm o mesmo quadro de referências do público original. Onde um ouvinte nativo talvez recebesse a descrição do elmo de um personagem e o reconhecesse como herói de uma determinada cidade-estado, e, a partir daí, pudesse saber algo sobre seu caráter e sua importância, o estudante secundarista contemporâneo choca-se contra um muro de concreto, com algumas das informações, que já fizeram esses personagens parecerem tão reais, perdidas em passagens enigmáticas (JENKINS, 2009, p. 173).

Complementando a questão destacada acerca da obra de Homero e o conhecimento prévio de quem as ouvia e a falta de familiaridade contemporânea, Jenkins esclarece que o movimento pode ser o mesmo com relação aos pais e o completo entendimento das franquias preferidas de seus filhos.

Entrar num filme de *X-men* sem conhecimento prévio das histórias em quadrinhos pode deixá-lo confuso a respeito de algum dos personagens secundários, que têm significado muito maior para os leitores antigos. **Muitas vezes, personagens de narrativas**

transmídia não precisam ser apresentados ou reapresentados, pois já são conhecidos a partir de outras fontes. Assim como o público de Homero se identificava com os diferentes personagens, dependendo de sua cidade-estado, as crianças de hoje entram no filme com identificações preexistentes, pois já brincaram com os bonequinhos articulados ou os avatares²⁹ dos games (JENKINS, 2009, p. 173, grifo nosso).

Como já discutido, quanto mais familiaridade com a temática, seus personagens e ambientação, mais facilmente o espectador entenderá a trama e suas conexões e ou fragmentos. Esse processo depende do nível de familiaridade do espectador, mas mesmo uma pequena inserção na temática já é suficiente para facilitar a imersão na trama. Não é necessário que o espectador seja uma autoridade no assunto, mas o fato, por exemplo, de uma criança ter brincado com um bonequinho articulado da personagem Capitão América já cria, em algum nível, uma conexão entre a criança e a temática.

Uma narrativa transmídia de sucesso deve encontrar o equilíbrio entre produzir algo que disponha elementos que apenas os mais versados no tema conseguiriam perceber, ao mesmo tempo em que a trama funcione por si só. Os fragmentos narrativos encontrados em outras plataformas devem complementar o texto principal de forma que ambos contribuam para a criação de um todo; por outro lado, não podem ser tão independentes a ponto de criarem lacunas irreparáveis no texto central quando ausente.

Ainda com relação à narrativa central que possa ser absorvida em diferentes níveis pelos espectadores, do mais versado ao mais casual, Massarolo (2013) traz o conceito denominado *High-Concept*, de Wyatt (2010) utilizado para denominar narrativas cuja trama se encontra familiarizada entre o grande público graças as suas inserções midiáticas anteriores.

[...]as histórias são baseadas em um enredo ou ideia facilmente comunicável e impactante. Essa estratégia de marketing evidencia a prerrogativa dos aspectos econômicos sobre a complexidade narrativa, atraindo nichos de mercado formado por plateias jovens que frequentam as salas de cinema para verificar as atualizações das suas personagens preferidos das HQs (Batman), Literatura (saga Harry Potter) e Videogames (Tomb Raid e Silent Hill), entre outros.

²⁹ Avatar é denominação é a representação digital do jogador de um jogo eletrônico, pode ser dar através de uma versão criado pelo próprio jogador de acordo com opções pré-determinadas ou através de uma personagem. No geral, é a personagem controlada pelo jogador.

As franquias baseadas no high concept desenvolvem campanhas de marketing nas diferentes plataformas de mídia, buscando expor o produto fílmico como uma 'marca', aproveitando a sinergia entre os produtos dos grandes conglomerados de mídia para alavancar seus negócios. Em termos de propaganda e marketing, um filme pode ser visto tanto como produto quanto uma marca e o storytelling contemporâneo atende as demandas da lógica comercial de exploração dos itens associados ao composto da franquia (MASSAROLO, 2013, p. 345).

A percepção e consolidação da narrativa transmídia como um modelo de produção de conteúdo (ou mesmo como um gênero do discurso, como tentaremos evidenciar mais adiante) estão alterando a maneira de produzir e interagir com outras formas midiáticas, como explica Abba (2009) em sua obra intitulada *Hybrid stories: examining the future of transmedia narrative*. Para Abba, o romance escrito por Nick Harkaway em 2008, intitulado *The gone-away world*, dialoga com outros formatos de mídia e procura montar sua estrutura narrativa utilizando elementos, como por exemplo, da série de televisão.

De acordo com Abba (2009), a seção de abertura da obra de Harkaway traz as consequências dos eventos de uma guerra através de uma estrutura narrativa semelhante à estrutura do início de uma temporada de série de televisão, explicando o que teria ocorrido anteriormente, incluindo ganchos na narrativa e eventos que irão acontecer. No capítulo seguinte o leitor é levado para a infância do narrador, para posteriormente finalizar a narrativa com os eventos da guerra. Assim, como explica Abba, Harkaway

estrutura seu romance de maneira que responda as demandas de uma audiência familiar do século vinte e um com narrativas episódicas televisivas que exigem cada vez mais atenção (ABBA , 2009, p. 69)³⁰.

Harkaway toma emprestados elementos da estruturação narrativa de uma série de TV, onde o primeiro episódio do início de uma nova temporada, ou mesmo a chamada inicial de um episódio, busca lembrar o leitor do que teria acontecido

³⁰ The opening section, establishing the aftermath of the Gone-Away War, reads like scene-setting season premiere of a TV series, complete with narrative hooks, snares and hints of what is to come. After those first twenty-eight pages, the reader is taken back to the narrator's childhood and, after nearly 300 pages of a digressive, meandering romp through the pre-history of the post-apocalypse, the novel returns to where it started before moving on to its conclusion. Harkaway structures his novel in a manner that answers to the demands of a twenty-first-century audience familiar with episodic screen narratives that require increasingly close attention (ABBA, 2009, p. 69).

anteriormente na narrativa para posteriormente retomá-la, ou mesmo ao final de um episódio, quando a narrativa entrega alguns fragmentos do que ocorrerá no próximo episódio, visando despertar a curiosidade do espectador.

Abba explica que, nesse sentido, a própria mudança no paradigma midiático onde as narrativas se fragmentam e se cruzam por diversas mídias, até estruturas de gêneros do discurso mais tradicionais como o romance, podem se abrir para a experimentação, buscando absorver características de outros gêneros. Não que isso se configure como algo inteiramente novo, mas é interessante observar o processo pelo qual as estruturas se cruzam num mesmo gênero no que possa talvez, significar a expansão da compreensão acerca dos limites entre a forma composicional de um romance.

Por fim, por ser um conceito relativamente recente, Massarolo salienta

não haver ainda uma compreensão compartilhada da narrativa transmídia, as abordagens acadêmicas que buscam definir essa noção situam-se entre diferentes interpretações e cada estudo reflete novas convergências de visões. Henry Jenkins define a narrativa transmídia como histórias que são desdobradas nas diversas plataformas de mídia, sendo que cada uma delas deve contribuir de forma distinta para a compreensão do universo narrativo (2012, p. 163).

Abba (2009, p. 66, tradução nossa) acredita que,

a mistura de mídias para facilitar novas demandas e novas audiências é característica da maioria das formas de ficção moderna - a prática pós-moderna praticamente insiste nisso - mas é particularmente evidente nas ficções científicas do final dos anos de 1980 em diante. A emergência de uma cultura multimídia, ampliada através da existência da web, não pode senão impactar na ficção popular. Ficção científica é onde o impacto é sentido mais intensivamente e, particularmente dentro da ficção científica audiovisual, onde as oportunidades oferecidas pela mistura de mídia foram apreendidas. Examinando mais detalhadamente, no entanto, as qualidades específicas que as narrativas multiplataforma trazem são os meios pelos quais entendê-las.³¹

³¹ The conflation of media forms to facilitate new demands and new audiences is a feature of most modern fiction forms – postmodernist practice practically insists upon it – but it is particularly evident in the sf of the late 1980s onward. The emergence of a multimedia culture, magnified through the existence of the web, cannot but impact on popular fiction. Sf is where that impact is felt most keenly and, particularly within audiovisual sf, the opportunities afforded by mixing media have been seized upon. Bearing closer examination, though, are the specific qualities multiplatform narratives bring and the means by which to understand them (ABBA, 2009, p. 66).

Assim, para Abba (2009) o estudo das ficções científicas multiplataforma ajudaria no entendimento do processo da criação e compreensão das narrativas transmídia, pois são as que recebem mais influência da junção de mídias.

A narrativa transmídia possibilita que uma mesma enunciado possa se manter vivo comercialmente por um longo período, e de acordo com Meyers, McKnight e Krabbenhoft (2014) citando narrativas televisivas infantis como exemplo, ao posicionar o ambiente central das tramas da narrativa principal nas mídias complementares encoraja-se o consumo das mídias inter-relacionadas aumentando o processo de enriquecimento da “leitura” enquanto se mantém a produção contínua da narrativa.

Para Giovagnoli (2011) contar histórias cuja distribuição se dá em múltiplas mídias é como criar uma nova geografia para a narrativa, e necessita que o autor e a audiência concordem em alguns espaços fixos e seguros para compartilhar, entendendo que há quatro pontos cardinais para se criar uma narrativa transmídia:

1) Envolver múltiplas mídias em um projeto editorial, mantendo as características e linguagem de cada uma, mesmo que façam parte de um sistema único e integrado de comunicação;

2) Fazer com que o conteúdo do projeto esteja disponível em diferentes plataformas tecnológicas, sem causar sobreposições ou interferências, enquanto organiza a história experimentada pelas diferentes audiências;

3) Permitir múltiplas mídias contarem histórias diferentes, mas que explorem um tema comum, mesmo que experienciada através múltiplas perspectivas narrativas;

4) Concordar em ceder parte da autoria e responsabilidade da narrativa para a audiência e outros contadores de história, a fim de criar uma participativa e sinérgica história na experiência de distintas audiências da narrativa.

Embora o paradigma atual para a narrativa participativa expandida seja a exploração transmídia de um mesmo mundo narrativo em múltiplas plataformas, Murray (2012) sugere que esse processo possa ser mais produtivo se pensarmos no meio digital como uma plataforma única, combinando as diversas funcionalidades que hoje associamos aos dispositivos interligados via internet, como computadores, jogos de videogame, e as tradicionais séries televisivas para aprimorar os pontos fortes tradicionais e funções culturais dos meios de comunicação.

Com base na compreensão do que Jenkins idealiza como narrativa transmídia, buscaremos observar de que forma a narrativa do longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal* fragmentou-se por diversos outros canais de mídias, ou utilizando o conceito bakhtiniano, de que maneira a narrativa expandiu-se através de diversos gêneros do discurso distintos de forma contínua, conexa e coerente.

Capítulo 4. Expansões transmídia em *Capitão América 2: O Soldado Invernal*

Neste capítulo buscaremos observar de que maneira a narrativa da personagem Capitão América se expandiu a partir do segundo longa-metragem, tendo em vista o que Jenkins compreende como transmídia, bem como o que o Círculo de Bakhtin entende como gênero do discurso.

Uma das características mais marcantes das atuais produções da Marvel é sua narrativa tentacular que, buscando expandir cada vez mais o universo criado nos cinemas com base em suas personagens dos quadrinhos, produz narrativas complementares em diversas outras plataformas de mídias, que a partir de agora chamaremos de gêneros do discurso.

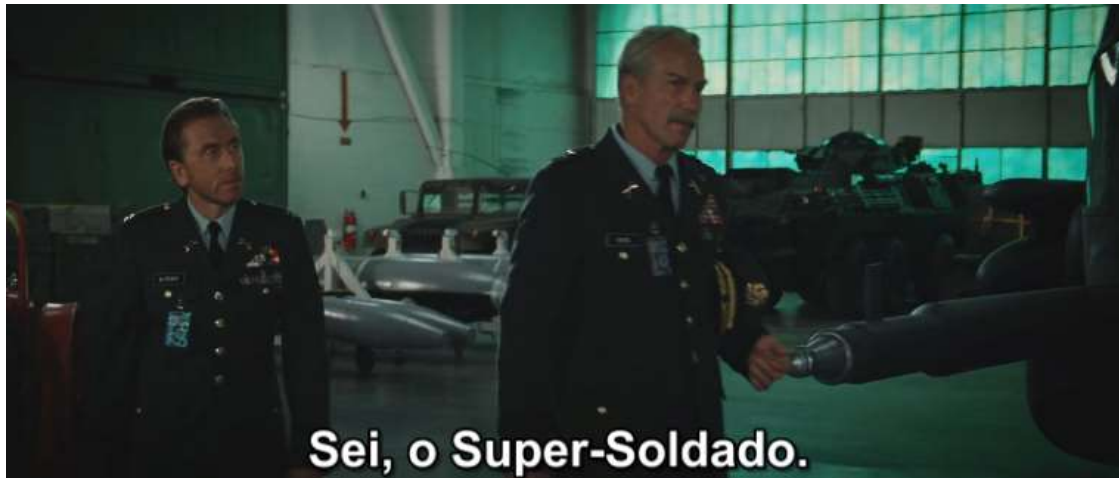
Acreditamos que as atuais narrativas que se expandem de um gênero para outro se configuram como um gênero secundário/completo bakhtiniano, cuja diferença está na forma como os diversos gêneros se conectam entre si. Essa conexão distinta exige que a compreensão da teoria dos gêneros do discurso seja alargada, visando abarcar este novo formato narrativo.

Para tal, observaremos como o bloco narrativo do MCU envolvendo o personagem Capitão América se desenrola por diferentes gêneros expandindo a compreensão da narrativa não só da personagem em questão, mas de todo o universo criado pela Marvel.

O bloco narrativo envolvendo o personagem Capitão América não se inicia com a estreia do longa-metragem *Capitão América: O Primeiro Vingador* em 2011. A primeira menção a algo relacionado ao personagem ocorre no segundo longa-metragem produzido para o MCU, *O Incrível Hulk* (*The Incredible Hulk*, Louis Leterrier), lançado em 2008 após o enorme sucesso de *Homem de Ferro* no mesmo ano.

A primeira referência ao Capitão América encontra-se 00:30:01 de projeção em uma cena que se inicia com o personagem Emil Blonsky, oficial do exército britânico interpretado por Tim Roth, esperando pelo General Thaddeus "Thunderbolt" Ross, interpretado por William Hurt. Após uma tentativa desastrosa de captura do Hulk, Ross oferece a Blonsky a possibilidade de se tornar um soldado melhor com a ajuda de uma substância desenvolvida durante a Segunda Guerra, o Soro do Supersoldado.

Figura 61 - O Soro do supersoldado em *O Incrível Hulk* (2008).

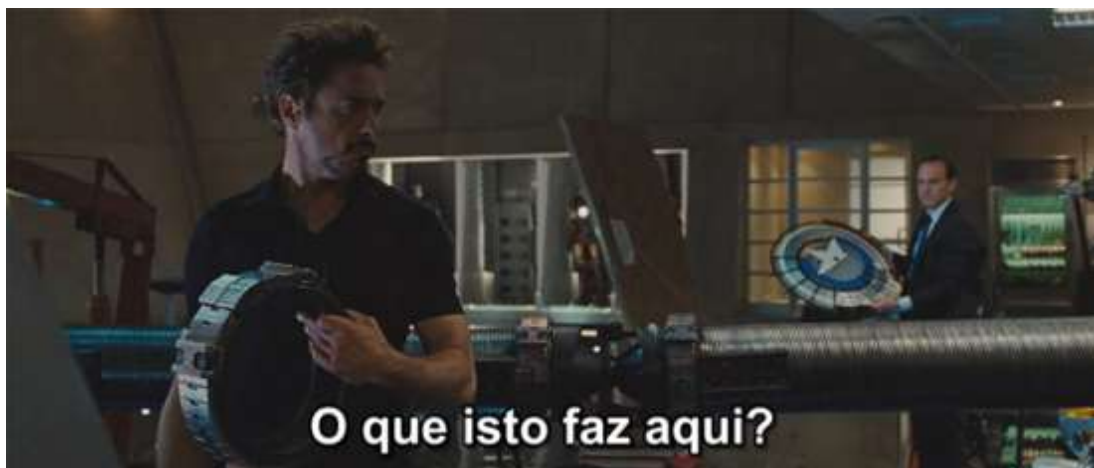


Fonte: *O Incrível Hulk*, 2008.

Como já foi indicado anteriormente, o Soro do Supersoldado é a substância responsável por garantir a Steve Rogers seus poderes sobre-humanos e transformá-lo no super-herói Capitão América.

Outra referência ao personagem ocorre no segundo longa da série Homem de Ferro. Em *Homem de Ferro 2* (2010), Tony Stark, interpretado por Robert Downey Jr., está montando um experimento com início no tempo 01:24:13. Na cena, o agente Phil Coulson (Clark Gregg) encontra em meio aos objetos espalhados no laboratório de Tony o que parece ser um protótipo do icônico escudo do Capitão América.

Figura 62 - Escudo do Capitão América em *Homem de Ferro 2* (2010).



Fonte: *Homem de Ferro 2*, 2008.

Os eventos anteriores foram algumas das muitas referências a outros personagens e eventos do MCU, essas referências ficaram conhecidas como *Easter Eggs* (ovos de páscoa), em uma referência a caça aos ovos de páscoa escondidos, onde os fãs mais atentos devem procurar pistas e referências ao longo do filme.

Não iremos nos concentrar demais acerca dos fatos narrativos anteriores a longa *Capitão América 2*, porém, julgamos oportuno citarmos aqui as referências à personagem em outros filmes, no intuito de chamar a atenção para a criação do MCU, que por diversas vezes preparará, mesmo que de forma bastante tímida, o terreno para que uma nova personagem surja em inserções narrativas futuras.

Nas próximas seções buscaremos descrever os pontos principais de cada uma das narrativas em cada um dos gêneros explorados na expansão do MCU ligados ao segundo longa do Capitão América, analisando de que forma cada um dos gêneros contribui, de acordo com suas peculiaridades de gênero, para tal expansão.

“ALERTA DE SPOILERS”

4.1. Capitão América 2: O Soldado Invernal.

Nesta seção buscaremos apresentar o longa-metragem intitulado *Capitão América 2: O Soldado Invernal*, objeto de estudos do presente trabalho.

Figura 63 - Cartaz do longa *Capitão América 2: O Soldado Invernal*.



Fonte: <http://www.imdb.com/>

O longa em questão é sequência do primeiro longa da personagem Capitão América, intitulado *Capitão América: O Primeiro Vingador* (*Captain America: The First Avenger*, Joe Johnston, 2011), todavia, sua narrativa também conversa com o título anterior do Universo Cinematográfico Marvel (MCU), *The Avengers: Os Vingadores* (*The Avengers*, Joss Whedon, 2012), pois após os eventos de Vingadores, Steve Rogers, alter-ego do Capitão América, passa a trabalhar para a agência de espionagem S.H.I.E.L.D (Superintendência Humana de Intervenção, Espionagem, Logística e Dissuasão ou, no original em inglês, *Strategic Hazard Intervention Espionage Logistics Directorate*).

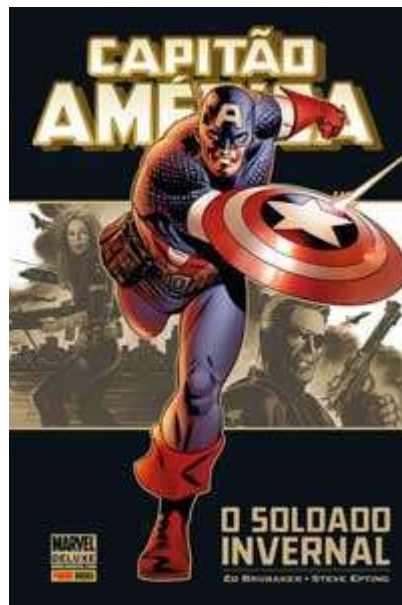
Cris Evans retorna para o papel de Capitão América, juntamente com alguns outros atores do MCU, como Samuel L. Jackson, no papel de Nick Fury, Scarlett Johansson como Natasha Romanoff (Viúva Negra), Sebastian Stan interpretando mais uma vez o antigo amigo de Steve, Bucky Barnes (Soldado Invernal) e Cobie Smulders como Maria Hill, além de trazer alguns nomes Robert Redford

interpretando Alexander Pierce, Anthony Mackie como Sam Wilson (Falcão), Emily VanCamp no papel da Agente 13 e Frank Grillo como Brock Rumlow.

Lançado no Brasil em abril de 2014, o longa foi dirigido pelos irmãos Anthony e Joe Russo (The Russo Brothers) e escrito por Christopher Markus e Stephen McFeely com base nos personagens criados por Stan Lee e Jack Kirby.

O longa adapta um arco narrativo de histórias em quadrinhos publicado em 2006 sob o mesmo título, escrito por Ed Brubaker e desenhado por Steve Epting.

Figura 64 - Capa da edição brasileiro da história em quadrinhos que deu origem ao longa de 2014.



Fonte: <http://www.comix.com.br/>

O enredo do longa inicia-se dois anos após os eventos de *Os Vingadores*, conhecidos como Batalha de Nova York. Steve Rogers vive em Washington trabalhando em missões para a agência S.H.I.E.L.D. enquanto tenta adaptar-se ao mundo moderno (Steve Rogers acaba congelado ao final do primeiro em 1945 e descongelado em 2012, semelhante ao ocorrido com sua contraparte nos quadrinhos).

Rogers, Natasha Romanoff e a equipe S.T.R.I.K.E., liderada por Brock Rumlow, são enviados para libertar reféns de um navio da S.H.I.E.L.D. que foi tomado por um grupo de piratas franceses liderados pelo mercenário Georges Batroc. Durante a missão Steve descobre que Natasha possuía outra missão: extrair dados do computador do navio, por ordens de Nick Fury.

Após os eventos no navio, Steve Rogers retorna à sede de operações da S.H.I.E.L.D., batizada de Triskelion, para questionar Nick Fury, e lá é informado sobre o projeto *Insight*: três aero porta-aviões construídos com o objetivo de espionar satélites e eliminar previamente possíveis fontes de ameaça. Rogers discorda dos métodos do projeto *Insight*, enquanto Fury passa a suspeitar do projeto a partir do momento em que não consegue decifrar os dados obtidos por Romanoff.

Nick Fury sofre uma emboscada realizada por um grupo de policiais liderados pelo misterioso Soldado Invernal. Após conseguir se desvencilhar de seus perseguidores, Fury abriga-se na casa de Steve Rogers e informa-o que a S.H.I.E.L.D. está comprometida, entregando-lhe o pen drive com os dados obtidos no navio anteriormente. Todavia, Fury acaba sendo baleado pelo Soldado Invernal e após uma intensa perseguição entre Rogers e o Soldado Invernal, é dado como morto na sala de cirurgia. Maria Hill consegue recuperar o corpo de Nick Fury.

Convocado de volta ao Triskelion por Alexander Pierce, diretor da S.H.I.E.L.D., Steve Rogers se nega a entregar informações sobre Nick Fury, e passa a ser considerado como procurado pela S.H.I.E.L.D. Junto de Natasha Romanoff, Rogers consegue acessar as informações contidas no pen drive, bem como a origem das mesmas. Steve e Natasha seguem para a antiga base de treinamento onde Rogers tornou-se o Capitão América e ativam um supercomputador que contém preservada a consciência de Armim Zola (Toby Jones), cientista da HIDRA, grupo comandado pelo soldado nazista Caveira Vermelha (Hugo Weaving), ambas personagens do primeiro longa do Capitão América.

A consciência de Armim Zola revela a Steve Rogers que desde sua fundação após a Segunda Guerra Mundial, a S.H.I.E.L.D. é controlada secretamente pela Hidra. Seus planos envolviam semear o caos em nível global para que a humanidade trocasse sua liberdade pela segurança proporcionada pela Hidra. Após entregar os planos da Hidra, Armim Zola ativa o sistema de autodestruição, mas Steve e Natasha conseguem escapar.

Steve Rogers e Natasha procuram a ajuda do ex-militar Sam Wilson, de quem Steve tornou-se amigo recentemente, e descobrem que Wilson atuou em algumas missões utilizando um traje de vôo especial sob o codinome Falcão. Agora com a ajuda de Sam Wilson, Steve e Natasha suspeitam que o agente Sitwell, interpretado por Maximiliano Hernández, é um agente infiltrado da Hidra e o

interrogam. O trio descobre que Armim Zola desenvolveu um algoritmo que identifica possíveis ameaças aos planos da Hidra, e que entre essas ameaças encontram-se não apenas Steve e Natasha, mas também Bruce Banner (Hulk) e Stephen Strange (Doutor Estranho) entre outros. De acordo com Sitwell, os aero porta-aviões do projeto *Insight* são capazes de vasculhar o mundo usando satélites espalhados por todo o globo, e eliminar as ameaças através de armas teleguiadas. O trio então parte para a sede da S.H.I.E.L.D., mas são emboscados pelo Soldado Invernal. Durante a luta, Steve reconhece o rosto do Soldado Invernal e acredita que o mesmo seja seu amigo de infância e parceiro da Segunda Guerra, Bucky Barnes, que foi dado como morto durante uma missão no primeiro longa. Steve, Natasha e Sam acabam capturados, todavia são rapidamente libertados por Maria Hill, que os leva para um local seguro onde encontram Nick Fury, cuja morte foi forjada para que o mesmo pudesse trabalhar secretamente num plano para sabotar o projeto *Insight*, substituindo os chips que controlam os aero porta-aviões.

Para o lançamento dos aero porta-aviões, Alexander Pierce organiza uma reunião com os membros do Conselho de Segurança Mundial, que é interrompida por Rogers que revela ao grupo que a S.H.I.E.L.D. vem sendo manipulada pela Hidra, e antes que Alexander Pierce pudesse reagir é desarmado por Natasha Romanoff, que havia se disfarçado de um dos membros do Conselho. Nick Fury surge para obrigar Pierce a liberar o acesso ao banco de dados da S.H.I.E.L.D. para que Natasha possa expor todos os segredos da agência de espionagem corrompida. Pierce acaba morto por Fury após um longo confronto.

Enquanto Nick Fury confrontava Alexander Pierce, Steve Rogers e Sam Wilson conseguem trocar os chips controladores de dois dos três aero porta-aviões. Ao tentar trocar o chip do terceiro, Steve é atacado pelo Soldado Invernal. Após uma batalha em que Steve tenta fazer Bucky Barnes recobrar a consciência de quem realmente é, consegue trocar o chip antes que os aero porta-aviões causassem mais estragos, entregando o controle dos mesmos para Maria Hill que os derruba. Rogers cai do aero porta-aviões ao se chocar com a base de operações da S.H.I.E.L.D., onde o Falcão duelava com Brock Rumlow, que se revelou um agente da Hidra. O prédio desaba sobre Rumlow, mas o Falcão consegue escapar. Steve, inconsciente, é resgatado pelo Soldado Invernal, o que mostra que o mesmo está recuperando sua memória. Durante a trama, Steve encontra documentos que revelam que Bucky Barnes foi resgatado e utilizado no projeto Soldado Invernal,

onde foi forçado através de lavagem e reprogramação cerebral para cometer assassinatos pontuais por ordem dos russos.

Fury forja novamente sua morte para poder dedicar-se a descobrir e acabar com bases da S.H.I.E.L.D. controladas pela Hidra na Europa. Por fim, Natasha participa de uma subcomissão no senado norte-americano para expor os acontecimentos envolvendo o projeto Insight, a S.H.I.E.L.D. e Hidra. Steve e seu novo parceiro Sam Wilson decidem encontrar o Soldado Invernal que desaparece após salvar Steve.

Nas cenas pós-crédito, uma marca já consolidada do Universo Cinematográfico Marvel que serve para preparar o espectador para o que virá a seguir no universo Marvel, é revelado a existência de mais uma base secreta da Hidra onde se encontra o cetro mágico de Loki, vilão dos longas da personagem Thor e dos Vingadores, e duas personagens misteriosas munidas de poderes sobre-humanos. Esta cena será detalhada mais intensamente na seção seguinte, pois nos interessa sua relação com as disputas de direitos de filmagem entre a Marvel e suas concorrentes.

O segundo longa-metragem da personagem Capitão América foi o nono produzido dentro do MCU e o primeiro de dois filmes programados para o ano de 2014, possuindo a duração de 136 minutos. De acordo com o portal IMDB, o orçamento do longa foi de aproximadamente 170 milhões de dólares. Em sua semana de estréia, arrecadou \$95.023.721 somente nos Estados Unidos, e mundialmente, alcançou a quantia de \$714,766,572, sendo lançado em dvds e blu ray em 8 de setembro de 2014.

A cena pós-créditos do longa Capitão América 2: O Soldado Invernal, que apresenta duas personagens misteriosas dotadas de poderes sobre-humanos, foi responsável por levantar algumas discussões acerca dos direitos de filmagem de alguns personagens específicos. Tais questões serão discutidas na seção a seguir cuja relevância está diretamente ligada à questão da convergência.

Com relação ao elemento tema, pode-se observar que a trama gira em torno da temática da espionagem. No que diz respeito à espionagem, observamos que a personagem Capitão América, após ter sido descongelada ao final do primeiro longa-metragem e batalhado ao lado do grupo de super-heróis Vingadores no longa *Os Vingadores*, aparece, dois anos após os eventos da batalha de Nova York,

trabalhando para a agência de proteção global S.H.I.E.L.D. liderando uma equipe de soldados.

Com base nos diálogos podemos observar que Steve Rogers está bastante familiarizado com seus companheiros de equipe, bem como sua parceira Vingadora, Natasha Romanoff, a Viúva Negra, o que mostra que nesses aproximadamente dois anos, Steve deve ter trabalhado com essa mesma equipe em missões prévias.

Ainda relacionado ao tema espionagem, algumas passagens do longa indicam que Steve desconfia das atitudes de seu chefe, o diretor da S.H.I.E.L.D., Nick Fury, acerca de informações sigilosas e a criação de armas de destruição em massa.

Com relação à escolha dos elementos composicionais do longa-metragem é possível identificar que alguns elementos estão diretamente relacionados ao tema espionagem, como por exemplo, uma trilha sonora que acompanha a trama, ora apresentando elementos musicais que remetem a guerra, ora com elementos musicais que remetem a espionagem. A trilha sonora composta por Henry Jackman exhibe nos momentos de ação elementos frenéticos e intensos, e através dos sons eletrônicos e batidas industriais, deixa o tom mais heroico da Segunda Guerra do primeiro longa-metragem, para criar um ambiente sonoro de tensão *high-tech* futurista. A composição da cena de abertura, batizada de *Lemurian Star*, em que Steve Rogers secretamente invade o navio, nos traz uma sensação de pânico e sacrifício e ao mesmo tempo um sentimento de orgulho e patriotismo, bastante característicos da personagem, e que nos remete a ações de espionagem e infiltração bélica.

Outros elementos composicionais que acompanham a temática é a escolha do figurino, em especial da personagem Capitão América. O uniforme azul, branco e vermelho em tons bastante vibrantes do longa-metragem *Os Vingadores*, dá lugar a um uniforme azul marinho com o com um logotipo que remete à agência de espionagem e defesa global S.H.I.E.L.D.

Figura 65 - Novo uniforme.



Fonte: *Capitão América 2: Soldado Invernal* (2014).

Ainda relacionado ao tema espionagem, em determinado momento a personagem precisa disfarçar-se, pois se encontra sendo procurada pelos agentes da H.Y.D.R.A infiltrados na S.H.I.E.L.D. Além de relacionar-se com o tema espionagem, o disfarce também relaciona-se com uma escolha estilística, ou seja, uma escolha relacionada a elementos do estilo do gênero que se repete por vários dos longas-metragens, a utilização de bonés para criar disfarces.

Outro elemento relacionado ao estilo aparece com frequência no longa-metragem que se repete por toda a franquia, a utilização do humor em diversos momentos da trama. Por exemplo, no tempo 01:39:38 do longa-metragem, quando Steve Rogers e Sam Wilson preparam-se para entrar em conflito contra os soldados inimigos e Sam pergunta como eles saberão distinguir os mocinhos dos bandidos. Steve responde que os bandidos serão aqueles que estiverem atirando em ambos.

Com relação ao estilo e à forma composicional, podemos destacar a paleta de cores em tons pastéis escolhida para toda a franquia Marvel, também presente no longa-metragem *Capitão América 2*, enfatizando que toda a franquia se passa no mesmo universo.

Assim, o filme procura criar elementos que remetam ao que se espera da personagem Capitão América dentro do já consolidado universo da franquia intitulada Universo Cinematográfico Marvel. Entretanto, pensado para se consolidar também como uma narrativa transmídia, algumas lacunas são criadas para que possam ser exploradas através de outros gêneros.

Buscaremos encontrar as expansões narrativas do segundo longa-metragem da personagem Capitão América em outros gêneros produzidos, no intuito de expandir o universo cinematográfico e em especial, expandir a arco narrativo ligado à personagem Capitão América.

4.2. *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.*

Após o sucesso de *Os Vingadores*, um curta-metragem ou *one-shot* intitulado *Curta Marvel: Artigo 47 (Marvel One-Shot: Item 47)*, Louis D'Esposito, 2012) deu origem a uma série de televisão protagonizada pelo Agente Phil Coulson, interpretado pelo ator Clark Gregg, presente em todos os filmes da Fase 1 do MCU. Intitulado *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.*, a série se propunha a dar continuidade à narrativa iniciada nos longas-metragens, mostrando o dia-a-dia de Coulson e seus agentes da S.H.I.E.L.D. em assuntos relacionados às tramas dos filmes, e principalmente, atuando no combate à H.Y.D.R.A., a mesma organização combatida pelo Capitão América, cujas operações terroristas chegaram até os tempos modernos, mesmo sem a atuação de seu líder, o Caveira Vermelha.

O agente Phil Coulson, que serviu como um primeiro elo entre os longas da primeira fase da Marvel, faleceu ao tentar combater o vilão Loki no último longa da primeira fase do Universo Cinematográfico Marvel, *Os Vingadores*. Ao ser apresentado como um dos protagonistas da série televisiva, criou diversas expectativas acerca de sua relação com a narrativa dos filmes. Afinal, se havia morrido como pode estar de volta? A resposta para essa questão introduz elementos que só seriam explorados nos cinemas meses depois, através do lançamento de outro longa, reforçando a qualidade mais que complementar da série, a de expansão de universos fictícios.

A série utiliza-se de personagens e elementos do universo clássico da Marvel sem espaço na série de longas, e por vezes introduz conceitos que serão

aproveitados futuramente nos filmes, ou vale-se de eventos dos filmes pouco explorados para aprofundar a temática da série.

Figura 66 - Pôster promocional de *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.*



Fonte: <http://www.gstatic.com/>

A série foi produzida pela Marvel Studios, ABC Studios e Mutant Enemy Productions, e é distribuída pela Disney-ABC Domestic Television. Dirigida por Joss Whedon e Maurissa Tancharoen a série já conta com três temporadas completas e uma quarta temporada em exibição.

A primeira temporada contou com 22 episódios com duração de aproximadamente 45 min., exibidos entre 24 de setembro de 2013 e 13 de maio de 2014. A série havia conseguido um relativo sucesso. Contudo, sua consolidação se deu após o lançamento do segundo longa-metragem do Capitão América, uma vez que os eventos do filme repercutiram diretamente na série, criando uma fórmula interessante. Em cada uma das temporadas da série, pelo menos um episódio, aquele lançado logo após a estreia de um dos longas do MCU, terá ligações diretas com os eventos do longa, ou seja, elementos da narrativa do filme serão aproveitados na série, no sentido de expandir e fortalecer os vínculos entre as narrativas.

Como detalhado anteriormente no primeiro capítulo, os eventos do longa *Capitão América 2: O Soldado Invernal*, envolvem a descoberta por Steve Rogers de agentes da H.Y.D.R.A. infiltrados na S.H.I.E.L.D. Por conta desse fator, muitas decisões da agência do governo foram tomadas, não em pró do governo norte-americano, mas visando fortalecer ainda mais a organização nazista e a destruição interna das linhas de defesa montadas por Nick Fury.

No episódio de número 17 da primeira temporada da série intitulado "*Turn, Turn, Turn*" e dirigido por Vincent Misiano, exibido no dia 8 de abril de 2014, na semana seguinte a primeira exibição de *O Soldado Invernal*, os eventos do longa rebateram na série, conectando e expandindo a narrativa do Capitão América na série de televisão, ou seja, expandindo a narrativa do longa-metragem através de outro gênero. O formato de exibição da série de TV, permite que um determinado episódio seja exibido em coordenação com o lançamento do longa, exibindo acontecimentos complementares ao longa com mais profundidade, importantes para o desenvolvimento da narrativa.

No caso, a série explora a descoberta da infiltração da organização Hydra na S.H.I.E.L.D., e revela como os agentes a serviço de Phil Coulson trabalharam secretamente para acabar com a tentativa de tomada de poder da Hydra sobre os Estados Unidos. No filme, *Capitão América* não seria capaz de acabar com uma organização inteira sozinho, ou no caso, com a ajuda de alguns companheiros. A série aproveita esta brecha para criar uma trama que foi se construindo após a volta do *break* (paralisação temporária de exibição da série geralmente aos finais de ano), cujo ponto alto se deu no episódio 17. A conclusão da primeira temporada trouxe implicações, não só para a trama da série, mas para a narrativa do MCU como um todo.

A trama que resulta na junção entre as narrativas inicia-se ao final do episódio 16, intitulado "*End Of The Beginning*", dirigido por Bobby Roth, transmitido em primeiro de abril de 2014, onde a equipe de Phil Coulson descobre que há um agente ou mais agentes inimigos infiltrados na S.H.I.E.L.D., utilizando-se de informações com alto nível de restrição para informar a célula terrorista de cada passo da organização, bem como informações chave de cada um de seus agentes.

O vilão da temporada é conhecido como Clarividente, pois se acredita que o mesmo possua a capacidade de ler mentes. Todavia, com base nas revelações do episódio 16, conclui-se que, na verdade, o vilão possui acesso às informações

sigilosas citadas anteriormente. O final do episódio leva a uma série de *plot-twists* onde a suspeita da identidade do agente infiltrado, que apontava para um dos agentes da equipe de Coulson, Grant Ward (Brett Dalton), recai sobre outra agente da equipe de Coulson, Melinda May (Ming-Na Wen), graças à descoberta de uma linha de telefone criptografada utilizada pela mesma. Nos minutos finais do episódio, a suspeita recai mais uma vez para outra personagem, a supervisora atual da S.H.I.E.L.D. Victoria Hand (Saffron Burrows), que assume o controle do avião onde a equipe se encontra, ordenando que todos os agentes, com exceção de Coulson, sejam abatidos assim que o avião tocar o chão.

O episódio 17 inicia-se com o avião do agente Garrett (Bill Paxton) sendo perseguido por dois drones, que tentam derrubá-lo utilizando mísseis. Ao conseguir escapar dos mísseis, o agente percebe que ambos os drones pertencem à S.H.I.E.L.D. Na cena seguinte voltamos à trama do final do episódio anterior, onde Coulson e seus agentes começam a desconfiar que um deles pode ser o agente infiltrado. A desconfiança vai assolar todos os personagens principais envolvidos na trama.

O núcleo narrativo de Coulson e Garrett une-se quando o agente perseguido pelos drones leva seu avião ao encontro do avião de Coulson, que utiliza as armas de seu avião para derrubar os drones da S.H.I.E.L.D. A cena seguinte revela que os equipamentos foram mandados por Hand, que é questionada por um de seus subalternos acerca de não estar bem com a ideia de matar àqueles que um dia chamou de amigos. Victoria Hand explica que no momento em que foram considerados traidores a lealdade, a S.H.I.E.L.D. de cada agente seria colocada à prova.

Enquanto a agente Skye (Chloe Bennet) tenta decodificar, de dentro do avião de Coulson, uma mensagem encriptografada que circula por todos os canais de comunicação da S.H.I.E.L.D., Coulson e Garrett discutem acerca de quem estaria arquitetando os ataques. Coulson acusa Victoria Hand, que é defendida por Garrett. A discussão parece caminhar para um beco sem saída quando Skye consegue decifrar o código que revela a mensagem “Out of the shadows, into the light” algo como “Saindo das sombras, indo para a luz” seguida, para o espanto dos presentes, da sigla H.Y.D.R.A.

Todos pensavam que organização nazista H.Y.D.R.A. havia sido derrotada após a Segunda Guerra. Coulson explica que a S.H.I.E.L.D. havia sido fundada com

base nessa vitória, mas seu lema, “corte uma cabeça, nascem mais duas”, indica que a organização está sempre preparada para voltar a ativa. Skye argumenta que a mensagem pode ser algum tipo de código de ativação para que os agentes infiltrados saiam das sombras.

Após algumas discussões todos concordam que permanecerão no avião, que está sob curso travado para o local onde Victória Hand e sua equipe aguardam numa emboscada. Coulson e seus agentes pretendem resgatar os agentes Simmons (Elizabeth Henstridge) e Trip (B.J. Britt). Trip e Simmons descobrem que a H.Y.D.R.A. esta tomando controle de todas as bases da S.H.I.E.L.D.

Voltando para o núcleo de Coulson, a agente May e Ward discutem, até que Coulson surge para pedir a May que acesse sua linha secreta e entre em contato com Nick Fury. May havia revelado estar passando informações para Nick Fury sobre cada passo da equipe de Coulson.

Após o avião pousar, May consegue contato com sua linha secreta, mas quem atende não é o diretor Fury. A pessoa que responde a chamada informa a May que o diretor Fury está morto.

Nesse momento podemos observar que a trama do longa metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal* começa a emaranhar-se à trama do episódio em questão, pois durante o longa, Nick Fury é baleado e supostamente morre após uma cirurgia.

O avião começa então a ser atacado sob ordens de Victoria Hand e May acaba baleada. Após um momento dramático entre Coulson e May, os agentes a serviço de Phil percebem que os planos da H.Y.D.R.A. envolvem conseguir diversos aparatos tecnológicos, passíveis de serem transformados em armas, que se encontram no avião, bem como o sangue da agente Skye, que após um procedimento em episódio anterior, adquiriu alta capacidade regenerativa.

Coulson e seus agentes conseguem escapar do avião antes que a equipe de invasão os encontre. Enquanto isso, Victoria Hand, após um truque para saber se Trip e Simmons eram agentes infiltrados, revela-se leal à S.H.I.E.L.D e está montando uma equipe daqueles que confia para tentar impedir que a H.Y.D.R.A. concretize seus planos. Victoria acredita que Coulson esteja infiltrado em nome da H.Y.D.R.A., e isso justifica suas ações contra Coulson e sua equipe.

A trama então nos leva junto de Coulson e sua equipe, que discute sobre como proceder com relação à abordagem de Victoria Hand. O líder da equipe e

seus agentes ainda não sabem que ela não pertence a H.Y.D.R.A. e, ao argumentar que a mesma deveria ser morta o mais rápido possível, Garrett deixa escapar informações que Coulson não havia compartilhado com ninguém e logo percebe que Garrett é um traidor.

Antes que Coulson e sua equipe possam tomar alguma providência, uma equipe da S.H.I.E.L.D. invade o local, e sob ordens de Garrett revelam-se traidores e prendem a equipe de Coulson. Garrett cita que a equipe foi montada pelo agente Sitwell (Maximiliano Hernández), personagem do alto escalão da S.H.I.E.L.D. que também participa dos eventos do segundo longa do Capitão América. Garrett então revela que o alto escalão da S.H.I.E.L.D. está envolvido com a H.Y.D.R.A.

Momentos depois de Garrett dar a ordem para sua equipe executar Coulson e seus agentes uma explosão provocada por Ward e Skye desestabiliza o ambiente dando a Coulson e seus agentes, May e Fitz (Iain De Caestecker) a oportunidade revidarem. Após a batalha vencida por Coulson, Victoria Hand invade o local e logo revela que ouviu a conversa toda e sabe que Coulson é leal à S.H.I.E.L.D.

Coulson pergunta até onde vai a infiltração da H.Y.D.R.A., Hand baixa a cabeça em tom pensativo. A cena seguinte revela muitos agentes H.Y.D.R.A. sendo escoltados por agentes armados da S.H.I.E.L.D. sob olhares de desaprovação e revolta, inclusive dos agentes Ward e Trip, ambos treinados por Garrett.

Victoria então mostra imagens dos aero porta-aviões destruídos pelo Capitão América durante o confronto final do longa, e informa que o mesmo está desaparecido. Informa que aquela base está a salvo, todavia, outros quartéis da S.H.I.E.L.D. ainda se encontram dominados pela H.Y.D.R.A. e que talvez ela e Coulson pudessem ser os últimos agentes de nível superior não corrompidos.

Victoria Hand segue junto do agente Ward e outros soldados para escoltar Garrett até uma prisão de segurança máxima, enquanto Phil Coulson conversa com seus agentes ainda abalados por tudo que aconteceu.

Os momentos finais do episódio nos levam para dentro do pequeno avião que transporta Garrett para a prisão. Victoria Hand sugere que uma prisão seja confortável demais para ele e que ele deveria ser enterrado ainda mais fundo, e pergunta a Ward, antigo pupilo de Garrett se o mesmo não gostaria dar um fim a seu mentor traidor. Ward então levanta e assassina os dois soldados da S.H.I.E.L.D. que estavam escoltando Garrett e Victoria Hand. Em um novo *plot-twist* Ward revela-se também um traidor.

Ao fim do episódio o tradicional emblema azul da S.H.I.E.L.D., utilizado tanto na abertura quanto fechamento da série dá lugar ao emblema vermelho da H.Y.D.R.A. simbolizando que a S.H.I.E.L.D. estava sob ordens do inimigo o tempo todo.

O episódio de *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.*, cita várias vezes o Triskelion, quartel general da S.H.I.E.L.D. O local fictício configura-se com um dos principais espaços do segundo longa da personagem Capitão América.

Como já explorado anteriormente no segundo capítulo, uma das principais características do gênero série televisiva é a fragmentação de suas narrativas em episódios e temporadas, que possibilitam que um maior número de personagens possa ser explorado, bem como uma trama mais longa que possa ser exibida de forma seriada.

No caso, o episódio "Turn, Turn, Turn", foi ao ar no dia 8 de abril de 2014, quatro dias após a estreia nos cinemas do longa *Capitão América 2: O Soldado Invernal*, no dia 4 de abril do mesmo ano.

A escolha da data para exibição do episódio não é um acaso, ela faz parte de um cronograma programado para operar dessa maneira. Através de sua estrutura episódica, o seriado foi desenvolvendo a trama ao longo dos dias para que o episódio 17 fosse exibido alguns dias depois da estreia do longa. Nesse sentido, sua característica episódica proporcionou, algum tempo depois, que questões não exploradas com tanta ênfase pudessem ser melhor exploradas nos episódios da série. Selecionamos apenas um dos episódios, mas toda uma parcela da temporada dedicou-se a nos contar de que forma a invasão da S.H.I.E.L.D. pela H.Y.D.R.A. ocorreu. Assim é possível compreender que não foi um ato rápido, mas sim algo planejado por décadas, e que teve seu ápice no período diegético indicado pela série e pelo longa.

Com relação a elementos composicionais da série, podemos citar a composição da trama em ambientes familiares ao leitor, como o já citado Triskelion e as bases da S.H.I.E.L.D. Jenkins ressalta que a construção de universos reconhecido por seus espectadores, tanto quanto os aparatos tecnológicos, como jatos e armas, podem ser identificados tanto na série como no longa.

Nesse sentido, utilizar-se de personagens conhecidos, ambientes e mesmo vestuários familiares funcionam, do ponto de vista bakhtiniano, como elementos da

forma composicional se repetindo de um gênero para outro, buscando a familiarização com o espectador.

No que diz respeito ao tema, a série e o longa caminham juntos, uma vez que o episódio analisado em suma, trata do complemento aos acontecimentos do longa. Assim, o tema toca no geral de espionagem e domínio global através da infiltração e controle de um órgão de segurança global. Por outro lado, a narrativa também passa, dentro do horizonte geral, por temas como a eliminação de criminosos em potencial antes de julgamento, ou como no caso do longa, antes mesmo de terem cometido algum crime. Ou seja, questões éticas ligadas à proteção global.

O primeiro caso pode ser observado quando Ward mata a personagem cadeirante tida até então como clarividente, antes que a mesma pudesse ser presa e receber julgamento, enquanto o segundo caso manifesta-se nas armas de destruição em massa dos aero porta-aviões, programados para assassinar personalidades com potencial para cometerem crimes.

Por ser uma personagem cuja criação se deu durante a guerra e narrativamente criada para a guerra, é natural que os temas envolvendo as produções relacionadas a ela estarão intimamente ligados a conflitos globais, ou seja, os temas escolhidos para serem utilizados como pano de fundo para narrativa são temas comuns a histórias de guerra.

Com relação ao estilo, outro elemento do gênero do discurso, podemos relacioná-lo de forma bastante sólida à forma composicional e à temática. Como já discutido anteriormente, os três elementos operam em conjunto, ou seja, um tem influência determinante sobre o outro.

Como salientamos anteriormente, a construção de universo envolve que todos os fragmentos desse universo tragam elementos em comum. Com base nessa afirmação entendemos que o estilo de um gênero do discurso deve perpassar para os outros. Nesse sentido o estilo utilizado pelo conjunto de autores da produção cinematográfica, tendo como líderes os diretores de *Capitão América 2*, os irmãos Russo, devem apresentar elementos em comum cada um dos fragmentos narrativos³².

³² Com relação à liderança da produção, Kevin Feige é responsável pelos longa-metragem enquanto Jeph Loeb é responsável pelo setor televisivo da Marvel, que inclui desde as animações, série televisivas e produções para Netflix.

O estilo, no gênero, determina a escolha da forma composicional, assim, podemos observar que a trilha sonora, tanto da série quanto do longa, assemelham-se em muito, trazendo um tom clássico de filmes de espionagem, equilibrando momentos de tensão, mistério e aventura. Outro elemento que podemos destacar, considerado uma das características definidora do MCU, é a inserção de elementos humorísticos na narrativa. Enquanto os filmes da concorrente DC prezam pela seriedade e aspectos sombrios, refletidos inclusive na coloração dos filmes, a Marvel busca, em suas narrativas, utilizar-se do humor em momentos específicos da trama, suavizando momentos de tensão, o chamado alívio cômico. Como uma escolha estilística, a série refletirá a opção escolhida no longa, e que se espalhará por toda a obra transmídia.

Assim, a série expandiu eventos ligados ao bloco narrativo do Capitão América, que se iniciou no gênero cinematográfico para o gênero série televisiva, não de forma arbitrária, mas bastante planejada, entrelaçando dois tipos bastante distintos de produção, para funcionarem juntas num calendário muito preciso.

4.3. *Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic.*

A série de histórias em quadrinhos criada pela Marvel para acompanhar as narrativas do Universo Cinematográfico Marvel recebeu o nome de Infinite Comics, em tradução livre, algo como Quadrinhos do Infinito, dando a ideia de uma narrativa contínua e sem fim. A série foi lançada em formato digital e formato impresso. A questão do formato digital poderia ser amplamente discutida, pois sua produção envolve utilizar elementos do gênero quadrinhos de forma distinta, desde sua concepção, passando por sua forma de leitura, até sua disponibilização.

A série de quadrinhos começou a ser publicada em 2008, seguindo o lançamento do primeiro longa-metragem do MCU, *Homem de Ferro*. Entretanto, no geral, as narrativas produzidas configuravam-se como adaptações dos filmes para quadrinhos ou estórias inspiradas pelos filmes, não faziam parte do Universo Cinematográfico. Ou seja, os eventos ocorridos nessas histórias não afetavam, necessariamente, os eventos ocorridos ou que ocorreriam nos longas.

Essa abordagem mudou em 2012, quando os editores e produtores perceberam que algumas narrativas acrescentavam eventos interessantes que poderiam ser absorvidos e introduzidos no Universo Cinematográfico. Com isso, a

Marvel retroativamente passou a dividir as HQs entre aquelas que se configuravam como *Tie-ins*, termo usado para denominar títulos que “amarram” a narrativa, ou seja, complementam, acrescentam detalhes importantes e expandem o universo narrativo, daquelas que apenas adaptavam o texto dos longas ou se inspiravam neles.

Um dos escritores da história em quadrinhos *The Incredible Hulk: The Fury Files* (2008), Frank Tieri (BRADY, 2008), que descreve a narrativa como uma daquelas que começa com “dois caras em um bar” percebeu que o material escrito tratava de um evento que ainda não tinha sido mencionado no Universo Cinematográfico. Nick Fury e Bruce Banner ainda não tinham se encontrado, ou pelo menos, não havia menção a isso nos filmes.

Em 2010, Alejandro Arbona, um dos editores da Marvel explicou que os fãs já tinham percebido que todos os filmes existiam juntos em um mesmo universo, e reforça que

Nick Fury apareceu em “Homem de Ferro”, o soro do super-soldado e Tony Stark apareceram em “O Incrível Hulk”, e tanta coisa maravilhosa apareceu em “Homem de Ferro 2”, que não vou mencionar no caso de você ainda não ter visto – e nesse caso, o que raios você está esperando? Com esses quadrinhos, nos queremos mostrar aos leitores mais daquele mundo, aquele tecido conectivo entre todos os filmes, e um pouco mais sobre como as personagens interagem. Por exemplo, quando Tony Stark falou com General Ross ao final de “O Incrível Hulk”, você podia perceber que eles já se conheciam; eles conversaram sobre algumas histórias em comum. Bem, em *HOMEM DE FERRO 2: IDENTIDADE PÚBLICA* você vê onde eles se encontraram pela primeira vez, e qual é aquela história em comum (ARBONA, 2010, tradução nossa)³³.

Com isso, Arbona trabalhou em conjunto com a Marvel Studios buscando encontrar a melhor maneira de disponibilizar nos quadrinhos narrativas conectadas com os longas, e explica que a Marvel Studios disponibilizou algumas notas e informações que sustentavam e mantinham a conexão entre filmes tão sólidas.

³³ “Nick Fury shows up in ‘Iron Man,’ the super-soldier serum and Tony Stark show up in ‘Incredible Hulk,’ and so much wonderful stuff shows up in ‘Iron Man 2’ that I won't mention in case you haven't seen it yet—and in which case, what the heck are you waiting for? So with these comics, we want to show readers more of that world, that connective tissue between all the movies, and a little bit more of how the characters interact. For example, when Tony Stark spoke to General Ross at the end of ‘The Incredible Hulk,’ you could tell they already knew each other; they spoke about some shared history they'd had together. Well in *IRON MAN 2: PUBLIC IDENTITY* you see when they first meet, and what that shared history is”.

Providenciou uma tonelada de informações legais e úteis para nos ajudar a descobrir que conceitos existem no mundo dos longas, para onde as histórias irão, que elementos mostrar, quais não mostrar ainda, que surpresas queremos manter guardadas para mostrar depois, etc. (ARBONA, 2010, tradução nossa)³⁴.

Tudo isso culminou em 2012 com o lançamento de *Os Vingadores*. No que diz respeito aos produtos complementares ao longa, o vice-presidente sênior de vendas da Marvel desejava uma aproximação ainda maior entre o longa e o quadrinho, mais focada do que as anteriores, com o intuito de atingir todas as faixas etárias. A ideia foi repercutida por Rich Thomas, diretor editorial global da editora Disney, que desejava que o quadrinho dos Vingadores fosse, assim como o longa-metragem, tanto para os novos leitores, como para os mais versados no universo Marvel (WHITE, 2012).

A partir de então, como já citado, a Marvel adotou alguns dos quadrinhos como *Tie-ins* do MCU, introduzindo de vez os quadrinhos da série *Infinite* como parte da narrativa.

Seguindo esse conceito, a história em quadrinhos intitulada *Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic*, foi publicada em 28 de janeiro de 2014, quase três meses antes do lançamento do segundo longa-metragem da personagem Capitão América. Escrita por Peter David e desenhada por Daniel Gozar, Rock-He Kim, Rain Beredo e Clayton Cowles, a história em quadrinhos foi publicada em volume único sob a chefia editorial de Axel Alonso.

A narrativa da HQ em questão serviu como ligação entre o longa *Os Vingadores* e *Capitão América 2: O Soldado Invernal*, ou seja, os eventos ocorridos entre os dois longas que não seriam aprofundados no universo cinematográfico.

³⁴ “they provided a ton of cool and helpful information to help us figure out what Marvel concepts exist in that movie world, where the stories are going to go, what elements to show, which ones not to show yet, what teases and surprises we want to keep in our back pocket for later, etc.”

Figura 67 - Capa da edição de *Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic*.



Fonte: <http://marvelcinematicuniverse.wikia.com/>

Quando o segundo do Capitão se inicia, podemos observar um Capitão América bastante familiarizado com os agentes da S.H.I.E.L.D., e trabalhando em conjunto com Natasha Romanoff, a Viúva Negra, em missões sob ordens da S.H.I.E.L.D.. Nesse sentido, é de se esperar que o grupo já esteja atuando juntos por um período considerável, embora isso não receba atenção mais aprofundada na narrativa.

Para certificar-se de que o leitor situa devidamente a localização da narrativa, na página de abertura da trama encontra-se uma caixa de texto com uma nota que pode ser lida, “NOTA, ESSE ESTÓRIA ACONTECE ENTRE OS EVENTOS DOS FILMES OS VINGADORES E CAPITÃO AMÉRICA 2: O SOLDADO INVERNAL”, como pode ser observado na imagem a seguir.

Figura 68 - Nota de esclarecimento.



Fonte: *Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic*, 2014, p. 01.

A trama do quadrinho se passa em Chicago, mais especificamente na Torre Willis, e inicia-se com um grupo de terroristas disfarçados de equipe de limpeza adentrando no prédio. O disfarce serve apenas para que pudessem entrar sem complicações no recinto do prédio, pois logo em seguida a personagem que parece ser o líder do grupo atira e mata o segurança responsável pela entrada e saída de pessoas do prédio.

Um dos soldados do grupo indaga se é mesmo necessário uma dúzia de homens para uma operação que parece simples. Logo é interrompido pela personagem que parece conduzir a operação, que diz que ele está muito enganado se acha que a S.H.I.E.L.D. não viria atrás daquilo que roubaram. No mesmo momento, outro soldado indaga que aquilo é ridículo e a S.H.I.E.L.D. jamais saberia onde eles estão, e novamente, é interrompido pelo chefe que pede para seguirem com a operação.

A trama segue com o grupo de soldados subindo até a cobertura do prédio sob mais indagações acerca da S.H.I.E.L.D. não estar vindo atrás dos mesmos. O chefe do grupo, Baker, cujo nome é revelado por um de seus subordinados, então revela o que roubaram da S.H.I.E.L.D., um pequeno tubo de ensaio contendo um líquido de cor roxa que ele chama de Zodíaco, e indica que vão esperar o arranha-céu se encher de pessoas para liberarem o líquido. O frasco com o líquido pode ser visto na imagem a seguir, bem como a personificação do líder do grupo terrorista.

Figura 69 – Zodíaco.



Fonte: Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic, 2014, p. 12.

As próximas páginas e quadrinhos mostram a silhueta de uma figura adentrando o prédio e atraindo a atenção do soldado terrorista se passando por guarda do prédio. Após uma rápida conversa um escudo é atirado, e acerta em cheio a cabeça no soldado, revelando dois personagens, um deles conhecido do público e outro ainda não. Tratam-se do Capitão América e de Brock Rumlow. Embora para os leitores Rumlow não houvesse sido apresentado ainda, uma vez que o filme só seria lançado cerca de três meses depois, nós já sabemos quem é a personagem e qual seu papel na trama do longa *Soldado Invernal*.

Na imagem a seguir podemos observar a introdução de ambas as personagens, e podemos notar que a personagem Capitão América está caracterizada como no longa *Soldado Invernal*, com um uniforme diferente daquele apresentado no primeiro longa. Ambos conversam acerca da “atuação de Rumlow” para atrair a atenção do soldado disfarçado. Rumlow diz que aprendeu aquilo com o próprio Capitão, através de seus antigos filmes da Segunda Guerra. Os filmes dos quais fala Rumlow contém imagens da Segunda Guerra, onde o Steve Rogers, no papel de Capitão América, atuava como propaganda do exército norte-americano antes de entrar de fato em combate. Esse elemento configura-se como mais uma união entre narrativas, pois esses elementos são retratados no primeiro longa do Capitão.

Figura 70 - Apresentação das personagens.



Fonte: Fonte: Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic, 2014, p. 18.

Nos próximos diálogos, Steve acredita que seu grupo não deveria estar ali com o grupo terrorista que havia roubado o Zodíaco da S.H.I.E.L.D., uma vez que a própria S.H.I.E.L.D. havia jurado não estar em posse do mesmo. Esse diálogo mostra-se bastante interessante, pois começa, mesmo que de forma bastante embrionária, a desenvolver a trama central do longa-metragem *Soldado Invernal*, que irá mostrar de que forma a S.H.I.E.L.D. foi comprometida pela organização terrorista H.Y.D.R.A., bem como os inúmeros segredos envolvendo a S.H.I.E.L.D. e a desconfiança de Steve para com a mesma.

Os próximos quadros retratam o primeiro encontro entre Rogers e Rumlow e o grupo de terroristas que metralham o elevador por onde ambos estavam subindo. Entretanto, os terroristas são surpreendidos pela dupla que se encontrava equilibrada no teto da cabine do elevador. O que se segue é uma luta entre a dupla

e os terroristas, sob a sugestão de um dos soldados grupo terrorista, dizendo para capturarem o Capitão América vivo, pois a recompensa pelo mesmo é bastante alta, enquanto seu companheiro poderia ser morto.

A batalha entre a dupla de heróis e os terroristas continua com Steve Rogers enfrentando vários soldados ao mesmo tempo, numa demonstração de sua habilidade sobre humana, até que o líder do grupo pergunta como Rogers havia descoberto que o grupo encontrava-se especificamente naquele prédio.

Steve então responde que o pequeno passarinho lhe contou e que o líder do grupo de terroristas deve conhecê-la. É a deixa para que a personagem Natasha Romanoff seja introduzida em cena. Romanoff então entra em cena através de uma das janelas enquanto o vilão a questiona chamando-a de Audrey, surpreso por ela ter convivido com o grupo terrorista por semanas. Natasha responde com seu verdadeiro nome, revelando ao vilão que Audrey era seu nome de infiltrada.

Figura 71 - Apresentação de Natasha.



Fonte: Fonte: Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic, 2014, p. 41.

A narrativa acompanha o confronto entre o agora trio de heróis e os soldados terroristas, enquanto um por um vai sendo eliminado em uma demonstração de trabalho em equipe, o que mostra que o grupo não está atuando junto pela primeira vez.

Natasha atira contra o vilão terrorista que defende os tiros com sua armadura, e ameaça Natasha dizendo que se ela conhece o Zodíaco, sabe que ele é capaz de matar a todos caso seu frasco seja atingido, o que faz com que a Viúva Negra parta para o combate corpo a corpo. Após todos os soldados terem sido derrotados restando apenas seu líder, o mesmo atira contra a janela e pula através do buraco, visando escapar de paraquedas com o vírus.

Steve então salta pelo mesmo buraco em queda livre para agarrar o líder terrorista, que se assusta com a atitude de Steve Rogers que o captura em plena queda e o impede de abrir os paraquedas, disposto a morrer para não deixa que o Zodíaco caia em mãos erradas. O vilão então solta a maleta contendo o vírus e Steve é resgatado por uma corda atirada por Rumlow.

Os últimos quadros na narrativa mostram uma discussão entre Steve e Natasha. Steve ainda não se conforma sobre a S.H.I.E.L.D. ter mentido para ele e que o Zodíaco não havia sido destruído. Natasha então argumenta que o mesmo foi dado como destruído para impedir que grupos terroristas achassem que o mesmo não existia. A narrativa termina com Steve dizendo que mesmo assim, alguém viu através dessa mentira, indicando novamente sua desconfiança para com a S.H.I.E.L.D.

A história em quadrinhos lançada anteriormente ao longa-metragem traz consigo uma narrativa que introduz alguns personagens, uns conhecidos do público, outros não, e opera como um elo para os eventos ocorridos entre um filme e outro.

A trama introduz também alguns elementos embrionários da narrativa que seria explorada em maior complexidade no longa-metragem *Capitão América 2*, como a desconfiança de Steve Rogers para com a organização S.H.I.E.L.D. e sua indagação acerca de alguém ter visto através da mentira, que resultará, na narrativa do longa-metragem, na revelação de que a S.H.I.E.L.D. foi corrompida.

Nesse sentido, o quadrinho serve para complementar uma lacuna deixada entre o longa-metragem *Os Vingadores* e o segundo longa da personagem Capitão América, não apenas expandido a narrativa, mas também preparando o espectador para o que virá a seguir na trama do MCU.

Observando a obra em questão como um gênero do discurso e sua conectividade com os gêneros anteriormente analisados no que diz respeito a temática da obra, podemos notar que se segue a temática, tanto do que foi apresentado no longa-metragem como na série televisiva. Trata-se de uma tônica bélica, contendo terroristas, armas biológicas de destruição em massa e espionagem.

No que diz respeito ao estilo e forma composicional, podemos observar nas imagens que a preocupação é utilizar um traço mais realista, buscando alguma homologia entre a construção imagética do longa-metragem com a construção simbólica desenhada na história em quadrinho. Diferentemente das representações anteriores do Capitão América, ou seja, anteriores ao MCU, o estilo da construção da personagem variava conforme o traço do desenhista, hora construindo uma personagem mais musculosa, outra com aparência mais velha, outra com traços mais caricaturados e seu uniforme variava conforme a mudança da narrativa. Visando manter um padrão visual, tanto a construção das personagens é realizada de forma mais realista, como seus figurinos buscam replicar aquilo que seria encontrado futuramente no longa metragem.

Notamos na figura abaixo que o uniforme utilizado, tanto no quadrinho como no longa, são os mesmos. Design concebido para que, ao ler a história em quadrinhos, o leitor identificasse imediatamente que se trata de uma narrativa dentro do MCU e diretamente ligada ao segundo longa-metragem da personagem.

Figura 72 - Comparação dos uniformes.



Fonte: Imagem produzida com base na história em quadrinhos e um pôster promocional do longa-metragem.

Outro fator interessante que mostra uma escolha de elementos composicionais que buscam assegurar a continuidade das narrativas pode ser observado na estética do icônico escudo da personagem, utilizada tanto na HQ como no início do longa-metragem, como podemos observar na imagem a seguir.

Se voltarmos ao final do primeiro longa-metragem, lembramos que Steve Rogers acaba congelado após derrubar o avião no ártico na época da Segunda Guerra. Tanto Steve quanto seu escudo foram descongelados nos tempos atuais, o que dá ao escudo cerca de 70 anos de “vida”. Nesse sentido, é de se esperar o que o mesmo apresente algum efeito do tempo, ainda que estivesse congelado, sua pintura poderia ser afetada pela baixa temperatura.

Isso é representado tanto na HQ quanto nos minutos iniciais do longa-metragem, quando Steve e sua equipe buscam resgatar a tripulação de um navio sequestrado por terroristas. Na imagem a seguir podemos observar que o escudo aparece bastante desgastado, tanto por conta o efeito de tempo e baixa

temperatura, como pelas sucessivas missões de Steve sob ordens da S.H.I.E.L.D., das quais pudemos acompanhar algumas através do longa-metragem e da HQ.

Figura 73 - Desgaste do escudo.



Fonte: Imagem produzida com base na história em quadrinhos e uma imagem retirada diretamente no longa-metragem.

Mesmo a coloração da HQ procura espelhar o tom escolhido pelo filme, no intuito de criar a sensação de semelhança entre ambos. Assim, os elementos de estilo ligados aos autores dos quadrinhos e a escolha dos elementos da forma composicional, trabalham para assegurar que a narrativa complementar do quadrinho contribua para expandir o universo iniciado com a produção dos filmes, e mais precisamente, para que a narrativa da personagem Capitão América se expanda de forma sólida e coerente.

Entretanto, a narrativa apresentada na HQ não traz apenas soluções para as questões apresentadas na lacuna criada pelo período narrativo entre os longas-metragens *Os Vingadores* e *Capitão América 2*. Ela também cria algumas lacunas, sendo uma delas a origem da arma biológica denominada Zodíaco.

A resposta para essas questão surgiu com o lançamento do curta-metragem ou *one-shot* intitulado *Marvel One-Shot: Agent Carter* (Louis D'Esposito), lançado em 2013.

4.4. *Marvel's Agent Carter.*

Embora o curta-metragem intitulado *Marvel One-Shot: Agent Carter* tenha sido lançado em 27 de agosto de 2013 como conteúdo extra do Blu-ray do longa-metragem *Homem de Ferro 3* (*Iron Man 3*, Shane Black, 2013), portanto, anteriormente ao lançamento da arco narrativo da história em quadrinhos analisada, Peggy Carter foi uma personagem deveras importante para a constituição de Steve Roger como super-herói durante os eventos do primeiro longa-metragem.

Figura 74 - Cartaz promocional do curta.



Fonte: <http://marvel.com/>

Peggy era uma das mais brilhantes agentes da Reserva Estratégica Científica (Strategic Scientific Reserve - SSR) durante e após a Segunda Grande Guerra. Peggy originalmente trabalhava como decifradora de códigos, juntando-se posteriormente à SSR, onde pode participar de todas as etapas da operação que deu a Steve Rogers suas habilidades sobre humanas. Ambos desenvolveram um relacionamento amoroso. Embora Peggy seja o interesse romântico de Steve Rogers, a personagem não se configura como a tradicional mocinha, sendo bastante atuante nos campos de batalha durante a Guerra.

Além de Peggy Carter, interpretada pela atriz Hayley Atwell, outras personagens do primeiro longa-metragem retornam para o curta, como Howard Stark (Dominic Cooper), pai de Tony Stark, que acaba conectando a narrativa também ao núcleo do *Homem de Ferro* (2008).

O curta-metragem em questão possui duração de 15 minutos e apresenta eventos ocorridos após o primeiro longa-metragem, ajudando a preencher a enorme lacuna temporal narrativa entre um longa e outro.

O início do curta reprisa a dramática última conversa entre Peggy e Steve antes que o avião do mesmo, que carregava uma arma alienígena de destruição em massa preparada pelo Caveira Vermelha, fosse levado a colidir no Ártico, resultando no desaparecimento e congelamento do Capitão América. Após o já conhecido desfecho, a próxima cena avança um ano no tempo, quando um alarme dispara e umas das personagens, que parece ser algum tipo de supervisor do local, recebe a informação de que o Zodíaco está escapando e é necessário contê-lo. A personagem então envia três agentes para a perseguição. Podemos observar Peggy Carter em um tom de decepção por não ter recebido a missão, que volta para sua mesa para realizar seus trabalhos diários.

Atrás de Peggy é possível notar na janela um logotipo com as iniciais SSR, significando que Peggy está trabalhando para a Reserva Estratégica Científica norte-americana.

A personagem que parece ser encarregada daquele setor aproxima-se de Peggy e pergunta como ela está, que responde estar entediada, pois como sua expertise é no campo de batalha, gostaria de receber missões de campo e não ficar trancada em um escritório. Agente Flynn (Bradley Whitford), cujo nome é revelado por Peggy, insiste que a Guerra acabou e que o trabalho de decifrar códigos desempenhado por eles é muito importante.

Na cena seguinte os agentes enviados para capturar o Zodíaco retornam sem sucesso. Um das personagens pede a Peggy uma análise completa de todas as transmissões recentes. A agente Carter então abre sua gaveta e tira de lá uma folha, onde podemos novamente observar o logotipo da SSR, com todas as análises prontas. Peggy então observa que na gaveta embaixo das análises, encontrava-se uma fotografia de Steve Rogers. Peggy então pega a fotografia e a observa num tom melancólico até que é surpreendida pelo agente Flynn, que informa que todos vão sair para beber alguns drinks, e antes que Peggy pudesse se levantar para

acompanhá-los, Flynn pede que ela cuide da papelada e coloque sobre sua mesa em um tom bastante machista.

Peggy então se dirige ao escritório do agente Flynn e após pegar os documentos que deveria organizar, o telefone de emergência, o mesmo que toca de forma alarmante no início do curta, volta a tocar. Peggy não hesita em atendê-lo e recebe novas instruções da localização do Zodíaco. O agente do outro lado da linha informa que sujeito procurado não hesitará em usar força letal e que é recomendado de 3 a 5 agentes para interceptá-lo.

A agente Peggy resolve ir sozinha ao local indicado, que se revela uma doca. Lá Peggy encontra três personagens que desejam se livrar de sua presença a todo custo. Carter então entra em conflito com dois dos “capangas”, imobilizando-os rapidamente.

O terceiro capanga é rendido por Peggy, que revela a localização do Zodíaco e quantos homens ainda restam no local. O tom humorístico da Marvel pode ser observado quando Peggy pede ao capanga rendido que grite por socorro, o que ele ignora em primeiro momento, para logo após começar a pedir socorro no momento em que Peggy tira um porrete de sua mala. Dois dos três capangas vão socorrê-lo, mas Peggy derruba facilmente os dois, assustando ainda mais o capanga rendido, que agora grita por socorro desesperadamente em voz afinada. Também pode ser notado o caráter cômico no momento em que Peggy usa seu espelho maquiagem para observar o último dos capangas, para logo após checar se seu cabelo e maquiagem estão bem.

Peggy então se utiliza de toda sua habilidade dos tempos de guerra para abrir um buraco na porta com tiros de sua arma e jogar uma bomba de gás para imobilizar o último dos capangas e recuperar o frasco com o Zodíaco, para logo após ser atacada por mais um capanga, dessa vez de estatura avantajada, que consegue estrangulá-la quase até a morte. Peggy consegue tirar uma faca escondida de sua mala através de um mecanismo especial e se livra do capanga imobilizando-o também, para enfim sair do local com o Zodíaco.

Figura 75 - Frasco contendo o Zodíaco.



Fonte: Tempo 00:07:44 de Marvel One-Shot: Agent Carter.

Novamente o tom de humor pode ser observado quando Peggy ao caminhar pelo corredor repleto de capangas abatidos, e encarar o capanga rendido para dizer a ele para aprender a contar, uma vez que o número de capangas que ele informou não estava correto, o que fez com que Peggy baixasse a guarda.

Na manhã seguinte, a agente Carter chega ao trabalho triunfante, apenas para ser ofendida por seu superior, agente Flynn, que argumenta que a mesma não devia ter aceitado a missão e que ninguém está acima dos protocolos, nem mesmo o Capitão América. O comentário enfurece Peggy, que revida, iniciando uma discussão. Esta só termina quando o telefone de emergência toca novamente. Quem está do outro lado da linha é Howard Stark, que dá ordens a Flynn para enviar Peggy Carter a Washington, pois a mesma foi selecionada para dirigir a S.H.I.E.L.D., junto de Howard.

Flynn então recebe de Howard Stark, conhecido por ser um personagem bastante fanfarrão, a humilhante tarefa de dar a notícia àquela que acabara de humilhar na frente de todos os agentes. Peggy recebe a notícia e desce as escadas em tom triunfante, deixando todos na sala boquiabertos.

O curta termina com uma cena pós-créditos, recurso já discutido anteriormente e uma das marcas registradas da Marvel, onde aparece Dum Dum Dugan (Neal McDonough), personagem do primeiro longa, integrante do grupo conhecido como Comando Selvagem, do qual tanto Steve Rogers, Bucky Barnes e Peggy Carter fizeram parte. Na última cena, o lado de Howard Stark, Dugan, trajado em um roupão, parece impressionado com algo que está encarando sem piscar na

piscina. Howard então informa que se chama biquíni, dando a entender que o que Dugan está encarando são duas moças trajando biquínis. Boquiaberto, Dugan questiona se Howard os tinha inventado, ele responde que não, que foram os franceses. Howard é conhecido por ser um fanfarrão, ele é um gênio inventor, tal qual seu filho Tony Stark viria a ser.

O curta acabou derivando uma série homônima estrelada pela personagem Peggy Carter, trazendo consigo outros personagens do primeiro longa-metragem do Capitão América

A série *Marvel's Agent Carter* (2015), criada por Christopher Markus e Stephen McFeely, nos mesmos moldes de *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.*, busca preencher a lacuna temporal criada entre os longas *O Primeiro Vingador* (2011) e *O Soldado Invernal*, e trata dos eventos que levaram a criação da agência de proteção global S.H.I.E.L.D. por Peggy Carter após o fim da Segunda Guerra. Com um total de 18 episódios divididos em duas temporadas, a série foi exibida entre 6 de janeiro de 2015 a primeiro de março de 2016, sendo cancelada após a segunda temporada por conta da baixa audiência

Durante o longa *O Soldado Invernal*, Steve Rogers descobre que Peggy ainda está viva e resolve visitá-la no hospital onde está internada. Peggy sofre de perda de memória devido à sua idade e em alguns momentos identifica Steve e fica feliz em reencontrá-lo, em outros parece não saber o que está acontecendo devido ao seu não envelhecimento.

O curta e a série buscariam mostrar os eventos que levaram Peggy a chegar até onde chegou, construindo a S.H.I.E.L.D. e dirigindo a organização em boa parte de sua existência. Infelizmente o cancelamento prematuro da série impossibilitou que tais eventos fossem contados através desse gênero. Contudo, pudemos descobrir a origem do vírus Zodíaco, que surge na HQ que precede a trama do segundo longa do Capitão América, bem como pudemos conhecer um pouco do que aconteceu com Peggy Carter logo após a queda do avião de Steve.

Novamente a temática bélica retorna, repleta de agentes secretos e agências do governo em tramas de espionagem, repetindo aquilo que caracterizou a temática da personagem Capitão América.

No que diz respeito aos elementos estilo e forma composicional, o que chama a atenção são as características *high-tech* da série que, apesar de aproximarem-se mais do primeiro filme, caminham no sentido evolutivo das construções visuais

buscando encontrar o segundo longa. Isso pode ser notado através da personagem Howard Stark, que funciona como a personagem de Leo Fitz, em *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.*, o gênio inventor que cria aparelhos altamente sofisticados para sua época.

Podemos observar um tom semelhante na trilha sonora que nos remete a temas de guerra espionagem, como em *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.*, e *Capitão América 2: O Soldado Invernal*, bem como a construção de personagens misteriosos, cuja identidade vai se revelando aos poucos para o espectador.

Novamente o arco narrativo do Capitão América se expande usando algumas brechas narrativas do longa-metragem para criar uma série capaz de explicar alguns eventos, aumentando as ramificações do MCU. Como já citado anteriormente, o contexto produtivo da série permite que o espaço entre um longa e outro seja preenchido por episódios diários ou de periodicidade outra, mantendo os fãs ativos e consumindo narrativas envolvidas no Universo Cinematográfico Marvel, impedindo que o universo narrativo caia em esquecimento ou perca sua força.

4.5. *Captain America: The Winter Soldier – The Official Game.*

Por fim, o bloco narrativo do personagem Capitão América possui uma fragmentação em um gênero bastante popular e lucrativo na atualidade, os jogos eletrônicos ou games.

Com vistas à expansão da narrativa em todos os gêneros possíveis, a Marvel passou a desenvolver jogos para dispositivos móveis, como smartphones e tablets, para os sistemas operacionais IOS (Apple) e Android (Google), os chamados games Free-to-play, ou seja, grátis para jogar. Tais jogos receberam o pejorativo apelido de Freemium, uma mistura das palavras Free + Premium. Os games considerados Freemium são aqueles que não exigem valor algum para serem adquiridos, entretanto, disponibilizam diversos itens, desde missões a itens para customização, que só podem ser acessados mediante ao pagamento via moeda real.

O game em questão recebeu o título de *Captain America II: The Winter Soldier – The Official Game*, ou seja, o game traz à tona eventos relacionados ao segundo longa do *Capitão América, O Soldado Invernal* (2014). Também lançado em 2014, mais precisamente em 27 de março, o game chegou antes da estreia do

longa, que foi lançado dia 4 de abril. Foi produzido pela Gameloft, especializada em jogos para dispositivos móveis.

Figura 76 - Cartaz do game para dispositivos móveis.



Fonte: <http://vignette3.wikia.nocookie.net/>

Na sinopse, dois anos após os eventos do longa *Vingadores* (2012), Capitão América vive calmamente em Nova York, ainda tentando se adaptar a sua nova vida após ter sido descongelado. Na esperança de se adaptar, Steve se torna agente da S.H.I.E.L.D.. Entretanto, uma ameaça interna começa a fabricar armas de destruição em massa, e cabe ao Capitão América cuidar da situação junto de outros personagens que viriam a aparecer durante a narrativa do longa-metragem homônimo.

Essas armas de destruição em massa são fabricadas com base nos cristais denominados ISO-8. Esses cristais consistem em formas voláteis de grande poder, que podem ser combinadas para obter novos tipos com novas características. O conceito dos cristais já foi bastante explorado nos quadrinhos e em outros jogos.

Assim como na narrativa explorada na HQ, a personagem Capitão América já se encontra trabalhando para a S.H.I.E.L.D. , bastante familiarizado com seus agentes e íntimo de personagens como Nick Fury (Samuel L. Jackson) e Viúva Negra (Scarlett Johansson). Neste sentido o jogo também funciona com uma frequência (prequel) para os eventos do segundo longa do Capitão América,

apresentando eventos que vão se consolidar ao longo do desenvolvimento de sua narrativa.

Por se tratar de um jogo eletrônico produzido para a plataforma “dispositivos móveis”, os recursos de processamento, a configuração e o design gráfico procuram não requisitar muito da plataforma. Nesse sentido, alguns elementos, como a narrativa, desenvolvem-se segundo os padrões de jogos mais antigos, onde ela é explicada através de diálogos entre as personagens. No caso em questão, a escolha foi utilizar balões de fala, como nas histórias em quadrinhos, para mostrar a fala das personagens e a evolução na trama, como podemos observar na imagem a seguir.

Figura 77 - Balões de fala como progressão narrativa.



Fonte: Imagem retirada do jogo eletrônico *Captain America: The Winter Soldier - The Official Game*.

Na imagem acima podemos observar de que forma o jogo eletrônico se utiliza dos balões de fala para criar a noção de progressão da história. O diálogo entre as personagens trata dos objetivos da missão, de forma a apresentar ao jogador fragmentos da trama. Utilizar o recurso da transcrição das falas em formato de balões é um recurso que diminui significativamente a necessidade de contar a narrativa através de animações, que exigem maior processamento do dispositivo.

Podemos observar também a opção do jogo por retratar as personagens a partir da imagem de seus respectivos atores no longa-metragem. Na imagem é possível identificar que a personagem foi construída com base no ator Chris Evans. As personagens do filme que são utilizadas no jogo também recebem o design baseado em seus respectivos atores, como Samuel L. Jackson (Nick Fury) e Cobie Smulders (Maria Hill). A câmera do jogo, ou seja, a visão que temos da personagem é caracterizada como terceira pessoa, ou seja, a personagem é observada. O jogador assume o controle da personagem Capitão América e tanto os ajudantes quanto os inimigos são controlados pela IA, ou seja, pela inteligência artificial do jogo eletrônico.

Ao final de cada capítulo (cada capítulo reúne uma série de missões), uma missão especial é liberada. Geralmente as missões normais não possuem título, mas a especial sim. A primeira delas é denominada “A Mentira”.

O sistema de progressão do jogo se baseia em estágios que são liberados mediante o vencimento do anterior, cada um deles informa ao jogador um pouco acerca do enredo. À medida que o jogador progride nos estágios, novos itens são liberados para utilização, como novos soldados ajudantes da S.H.I.E.L.D., personagens específicos do filme como a Viúva Negra e Falcão, além de novos trajes para o Capitão América.

Os estágios mencionados são caracterizados por missões simples, como derrotar todos os inimigos, desarmar todas as bombas e salvar todos os reféns. O sistema de progressão da personagem funciona semelhante ao sistema dos RPGs (Role Playing Games), onde o jogador recebe pontos de experiência e moedas por cumprir missões. Cada missão tem objetivos secundários, que se cumpridos, renderão mais pontos de experiência e moedas. Os pontos de experiência servem para evoluir o nível da personagem, e quanto maior o level mais poderoso ele será, enquanto as moedas servem para comprar itens e realizar upgrades nos equipamentos, tanto dos soldados ajudantes como do Capitão América.

As moedas servem também para realizar upgrades no Triskelion, o quartel general da S.H.I.E.L.D. O jogo utiliza-se do mesmo design do Triskelion utilizado no longa-metragem, visando manter o vínculo e assegurar que o jogador perceba rapidamente que se trata do mesmo universo compartilhado. Outro elemento que aparece com frequência é o aero porta aviões, um dos elementos principais da trama do longa-metragem.

Figura 78 – Triskelion no jogo eletrônico.



Fonte: *Captain America II: The Winter Soldier – The Official Game..*

Figura 79 - Triskelion no longa-metragem.



Fonte: *Capitão América 2: O Soldado Invernal* (2014).

A jogabilidade do título oferece uma opção variada de comando para o jogador. Como o jogo foi produzido para dispositivos móveis, a jogabilidade não utiliza botões, mas sim o toque na tela. Nesse sentido o HUB, nome dado à tela contendo as informações do jogo essenciais ao jogador, disponibiliza alguns ícones, que se tocados desempenharão alguma função. Como exemplos podemos citar o ícone da habilidade especial do uniforme, o ícone das habilidades especiais dos soldados ajudantes, o ícone simbolizado pela letra “A” estilizada como o A dos vingadores que se tocada, mediante a sua liberação (algumas habilidades são liberados conforme as missões são cumpridas), fará com que a personagem Viúva Negra surja para ajudar o jogador por um pequeno tempo, como pode ser observado a seguir.

Figura 80 - Tela do jogo contendo o HUB.



Fonte: <http://marvelcinematicuniverse.wikia.com/>

O sistema de jogabilidade faz uso da funcionalidade “touch” dos dispositivos móveis para emular uma das características mais icônicas do capitão América e bastante utilizada no longa-metragem, o arremesso do escudo. Deslizando o dedo na tela sobre ou em direção a inimigos e objetos, a personagem arremessa seu escudo. Além do arremesso do escudo, as habilidades marciais do Capitão América no jogo replicam os golpes utilizados pelo mesmo no longa-metragem.

Além de poder utilizar as moedas do jogo para realizar upgrades nos ajudantes e no Capitão América, o jogador pode utilizá-las para comprar novos uniformes para a personagem. Cada um deles possui uma habilidade especial distinta e seu design é baseado nos outros filmes do universo cinematográfico, como por exemplo, um dos uniformes é a réplica do utilizado pela personagem no longa *Os Vingadores*, outro é réplica do uniforme utilizado em *Capitão América: O Primeiro Vingador*. Além de uniformes baseados nos longas, o jogo disponibiliza

também uniformes clássicos dos quadrinhos. A maioria é desbloqueada para uso conforme o jogador conquista missões, mas outros só são liberados mediante o cumprimento de objetivos bastante específicos, como vencer todos os desafios do jogo com pontuação máxima.

Como citado anteriormente, o jogo é grátis para jogar, entretanto existem opções para compra de itens utilizando cartão de crédito. Entre as opções encontram-se armas melhores e compra de moedas do jogo. Há também um sistema denominado loteria, onde o jogador recebe o direito de girar uma roleta de prêmios (itens para uso no jogo). O jogador tem o direito a um giro grátis a cada 4 horas, ou, se preferir pode gastar suas fichas, adquiridas através do cumprimento de missões, ou utilizando dinheiro real.

Com relação à trama, Steve Rogers a serviço da S.H.I.E.L.D. enfrenta organização I.R.D.A. Ideias (Radicais de Destruição Avançada) sob ordens do trio de vilões desconhecidos, pelo menos do grande público, uma vez que ainda não haviam sido explorados no universo cinematográfico. Rei Cobra (King Cobra) líder da sociedade da serpente, Pecado (Sin), filha do Caveira Vermelha e Treinador (Taskmaster), um mercenário geralmente apresentado como vilão nos quadrinhos.

Durante o jogo, Steve Rogers enfrenta diversos inimigos bastante explorados em suas histórias em quadrinhos, em uma trama que utiliza elementos do filme para introduzir personagens novos ao grande público. Durante o jogo, alguns outros heróis da Marvel como Tony Stark são citados.

O foco central da trama está na utilização dos cristais ISO-8 para criação de armas sofisticadas de destruição de massa. Steve Rogers e a S.H.I.E.L.D. tentam a todo custo impedir que os mesmos caiam em mãos erradas.

Embora o jogo tenha sido concebido para funcionar como complemento à narrativa do longa-metragem, o mesmo apenas se inspira na narrativa do longa para criar uma narrativa própria. Isso pode ser notado com base na apresentação da personagem Falcão, alter ego de Sam Wilson. No longa-metragem, Steve Rogers conhece Sam pela primeira vez enquanto faz exercícios em Washington. Todavia, na trama do jogo, cujo início se dá anteriormente aos eventos do longa-metragem, Sam Wilson é apresentado a Steve por Nick Fury, que logo o introduz ao time de agentes de Rogers e da S.H.I.E.L.D.

Ainda que a trama do jogo ocorra ao mesmo tempo dos eventos do filme, a introdução de algumas personagens difere da apresentada no longa, o que

demonstra que as narrativas caminham separadamente, ou causa um conflito entre as narrativas.

Sendo assim, apesar do jogo trazer elementos complementares à narrativa, por conta de alguns desencontros na trama, acreditamos que, em algum momento da produção, optou-se por dedicar ao jogo uma narrativa própria sem maiores ligações com os outros gêneros visando facilitar seu desenvolvimento.

Um jogo eletrônico pode ter duração de média bastante variada de acordo com seu tipo de jogo e narrativa. Jogamos cerca de 10 horas sem ter atingido seu fim. Produzir 10 horas de conteúdo para um jogo com base em uma narrativa de aproximadamente 2 horas, tomando todos os cuidados para não interferir de forma drástica na narrativa do filme poderia tornar o conteúdo do jogo repetitivo e pouco interessante. Acreditamos que a decisão por desenvolver uma narrativa própria tenha tido relação com essa limitação.

De acordo com Jenkins,

Cada vez mais, os magnatas do cinema consideram os games não apenas um meio de colar o logotipo da franquia em algum produto acessório, mas um meio para expandir a experiência narrativa. Esses produtores e diretores de cinema haviam crescido como gamers e tinham suas próprias ideias sobre o cruzamento criativo entre as mídias; sabiam quem eram os designers mais criativos e incluíam a colaboração deles em seus contratos. Queriam usar os games para explorar ideias que não caberiam em filmes de duas horas (2009, p. 35-36).

Assim, expandir a narrativa através de videogames configura-se, não apenas como uma estratégia de marketing, mas também um meio de, assim como nas séries televisivas, contar histórias que não puderam ser contadas na plataforma principal.

Contudo,

Tais colaborações significam tirar todo mundo da “zona de conforto”, como explicou um agente de Hollywood. Seriam relações difíceis de sustentar, já que todas as partes temiam perder o controle criativo, e já que o tempo necessário para desenvolvimento e distribuição era radicalmente diferente. A empresa de games deveria tentar sincronizar seu relógio ao imprevisível ciclo de produção de um filme, na esperança de chegar ao Wal-Mart no mesmo fim de semana da estreia do filme? Os produtores do filme deveriam aguardar o também imprevisível ciclo de desenvolvimento do game, esperando sentados, enquanto um concorrente rouba sua ideia? O

game seria lançado semanas ou meses após todo o barulho em torno do filme já ter acabado ou, pior, depois do filme fracassar nas bilheterias? O game deveria se tornar parte do planejamento publicitário para um grande lançamento, mesmo que isso significasse iniciar o desenvolvimento antes mesmo de o estúdio dar “sinal verde” para a produção do filme? Trabalhar com uma produção para TV é ainda mais desgastante, já que o tempo é bem mais curto, e o risco de a série nem ir ao ar, bem mais alto (JENKINS, 2009, p. 36).

Portanto, a expansão de universos através de distintos gêneros envolve uma programação bastante complexa e o envolvimento de diversas equipes especializadas no desenvolvimento específico de cada parte da narrativa.

Recentemente a Marvel anunciou que não produzirá mais jogos *tie-in* ligados ao Universo Cinematográfico Marvel, como o jogo em questão deveria ser. De acordo com Jacobs (2016), Jay Ong, presidente da Marvel Games, em entrevista para a GamesIndustry.biz e o VentureBeat,

disse que não veremos mais jogos como as adaptações de *The Amazing Spider-Man* feitas pela Activision. Todos os projetos receberão um bom tempo para serem feitos e não terão que se preocupar com lançar junto de um filme, por exemplo. Os times de desenvolvimento terão o orçamento necessário para fazer um bom jogo. A Marvel Games acredita que bons resultados não podem vir com pressa e sem investimento.

Como sinalizado por Jenkins, os cronogramas distintos de produção de jogos e longas podem resultar em jogos mal acabados e com roteiros pouco interessantes.

Embora o jogo acabe desencontrando algumas informações na narrativa, o mesmo caminhava para apresentar de forma bastante aceitável uma narrativa repleta de elementos que o identificavam como parte do universo construído em torno do longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal*.

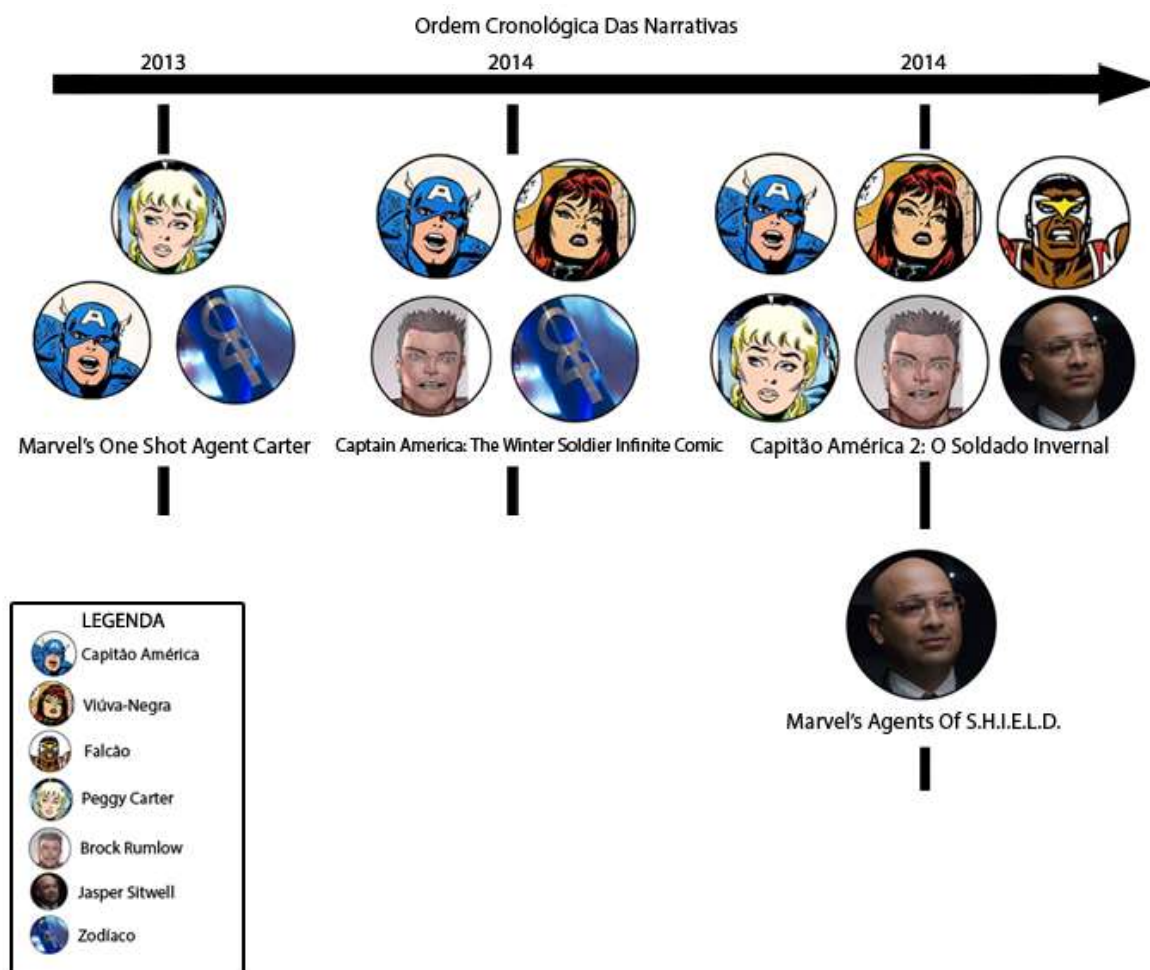
Os elementos temáticos mais uma vez refletiam a temática do longa, assim como os gêneros anteriores também o fizeram, bem como as escolhas composicionais, que buscaram apresentar as características possíveis de um jogo eletrônico da melhor forma possível para se assemelhar com aquelas apresentadas no longa-metragem e nos outros gêneros. A escolha proporcionada pelos autores do elemento estilo e da composição possibilitou apresentar o design das personagens com base em seus atores da versão cinematográfica ao mesmo tempo

em que utilizou um desenho gráfico que se assemelhava a desenhos de histórias em quadrinhos, utilizando-se de onomatopeias e balões de fala. Mesmo a paleta de cores procurou espelhar aquela apresentada no longa-metragem.

Ainda que em alguns momentos o jogo eletrônico intitulado *Captain America II: The Winter Soldier – The Official Game* tenha contribuído para a narrativa da personagem de forma confusa, alguns elementos, como as missões realizadas por Steve Roger a serviço da S.H.I.E.L.D. anteriores aos eventos do filme, funcionam no sentido de mostrar que a sensação de que aqueles personagens já trabalham junto há algum tempo são justificadas graças aos fragmentos narrativos encontrados neste e em outros gêneros do discurso.

Para uma melhor visualização criamos um mapa da aparição cronológica das personagens em cada uma das narrativas analisadas, com exceção da narrativa do jogo eletrônico.

Figura 81 - Mapa da aparição das personagens nas narrativas



Com base na figura anterior, podemos observar que as principais personagens, com exceção de Sam Wilson (Falcão) aparecem em pelo menos duas das narrativas, fortalecendo a ideia de uma narrativa compartilhada e tentacular.

Pudemos observar analisando cada uma das inserções narrativas no pequeno universo formado através do longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal*, que o mesmo foi produzido com o intuito de que todos os fragmentos narrativos em outros gêneros fossem conduzidos para que refletissem similaridades entre si.

Com relação a essa busca pela produção através de parâmetros estéticos narrativos bastante próximos, pudemos observar que na qualidade dos gêneros seus elementos se aproximaram bastante, alguns em maior e outros em menor nível.

No que diz respeito ao elemento temático pudemos concluir que em todos os gêneros analisado o mesmo repetiu-se, trazendo o tema bélico da espionagem. Outros elementos de temática se repetiram com a desconfiança da personagem principal para com seus superiores.

O estilo dos autores, ou das diretrizes pelas quais os autores foram instruídos a trabalhar, buscou adequar cada um dos fragmentos narrativos sob uma mesma perspectiva estilística, utilizando os elementos da forma composicional de uma maneira que todos os gêneros indicassem pertencer ao mesmo universo. Nesse sentido, podemos observar que mesmo o elemento forma composicional, provavelmente o elemento do gênero caracterizado de forma mais distinta de um gênero para outro devido às características peculiares de cada gênero, conseguiu reproduzir, através de uma escolha estilística alinhada, elementos bastante próximos. A escolha da trilha sonora, a utilização de representações gráficas advindas dos atores do longa-metragem, a paleta de cores, tudo foi pensado para que todos os gêneros indicassem uma mesma fonte, uma mesma base.

É preciso que todas as peças narrativas possuam uma identidade visual bastante semelhante, sem apagar suas individualidades, que todas sejam facilmente reconhecidas, mesmo pelo espectador que só conhece o longa-metragem.

Buscaremos com base nas compreensões do conceito de gêneros do discurso apresentado por Mikhail Bakhtin e seu círculo, e do fenômeno transmídia estudado por Henry Jenkins, encontrar pontos em que as teorias caminham paralelas, ou mesmo onde haja desencontros que possam nos ajudar a entender a narrativa transmídia como um gênero do discurso bakhtiniano.

4.6. Cotejando os conceitos e construindo o gênero narrativa transmídia.

A partir das compreensões acerca do conceito introduzido por Bakhtin e do fenômeno evidenciado por Jenkins, buscaremos encontrar pontos de união entre as teorias que possam nos ajudar a compreender a narrativa transmídia como um gênero do discurso. Para tal, cotejaremos os principais pontos das teorias.

O cotejo nos ajudará de duas formas distintas. Primeiramente através da relação entre as duas teorias, e nesse processo, clarificando-as mutuamente. Por outro lado, como veremos mais adiante, o cotejo nos ajudará a entender um dos mecanismos necessários para o entendimento e a participação efetiva na narrativa transmídia como gênero.

Com relação aos pontos convergentes das teorias, podemos observar a carga positiva que ambos os teóricos agregam ao social e o ser humano em suas concepções.

A crítica à concepção mecanicista pode ser observada em Bakhtin no que diz respeito às suas teorizações sobre infra e superestrutura, enquanto em Jenkins podemos observar a crítica ao mecanicismo em sua concepção da convergência.

Bakhtin (2010) critica a postura mecanicista de alguns marxistas no que diz respeito à maneira como a infraestrutura determina a ideologia. Para Bakhtin a infraestrutura é entendida como as instituições ligadas diretamente às ações e produções humanas, como escolas, igrejas, o Estado. No geral, as formas de organização materializadas. Enquanto a superestrutura é compreendida como a ideologia, o espaço das ideias, das opiniões, do pensamento, os elementos que configuram a forma de funcionamento da infraestrutura.

Para Bakhtin (2010), essa relação entre infraestrutura e superestrutura não é nem mecanicista, muito menos ocorre em uma via apenas, ou seja, nem se configura como um movimento onde a superestrutura determina a infraestrutura,

nem o contrário. O que ocorre é um movimento de duas vias, onde existe uma disputa de poderes constante e uma modifica a outra, e esse movimento não ocorre de forma mecânica, muitos elementos estão envolvidos nessa briga para modificar valores ideológicos.

Um movimento semelhante poder ser observado na concepção de convergência de Jenkins. O autor atribui à consolidação da convergência, em partes, às novas mídias digitais e sociais. Todavia, o mesmo observa que não bastou o surgimento de novas mídias para que naturalmente e imediatamente a convergência se consolidasse. Foi preciso um movimento dos consumidores no sentido de utilizar essas novas tecnologias de maneiras não previstas para que a convergência começasse a se consolidar, entendendo a relação dos consumidores com as novas mídias. Esse processo constitui-se em duas vias, onde a convergência e cultura participativa jogam o jogo de poderes e uma força altera a outra de diversas formas.

Assim como na disputa de poder observada por Bakhtin, a indústria midiática procura absorver aquilo que a desestabiliza para criar novas relações e utilizá-las a seu favor, para que novamente a cultura participativa crie novas relações, em um processo que opera em duas vias, à consolidação das hegemônicas e a derrubada do poder hegemônico pela cultura participativa. É um movimento que modifica ambos os espectros do poder.

Acerca desse movimento, Jenkins observa em um determinado momento que o fã parecia estar tomando as rédeas da disputa, questionando o que recebia, exigindo conteúdo com base em suas preferências. O que acarretou uma mudança na maneira da mídia construir e produzir narrativa.

Por outro lado, essa mudança fez com que a mídia passasse a explorar esse fã ativo, utilizando de sua influência para operar como uma extensão da mídia, um defensor devoto da franquia, arrebanhando outras centenas ou milhares de fãs, absorvendo e propagando sua defesa sobre determinada franquia. (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

Nesse sentido a mídia aprende a lidar com esse novo consumidor, criando a ilusão de que o mesmo está optando por algo, quando na verdade o que acontece é que o novo consumidor foi recolocado no papel de consumidor passivo.

Jenkins, Green e Ford (2014), entretanto, argumentam que esse defensor devoto da franquia torna-se um dos principais fiscais acerca da qualidade dos

produtos, o que reforça a ideia de que o cabo de forças entre o popular e o hegemônico é constante, ora pendendo para um lado, ora para outro.

No que diz respeito à relação entre a narrativa observada por Jenkins, cada grupo de espectadores constrói coletivamente suas próprias relações com a narrativa, e cada grupo pode criar seus próprios universos narrativos. Isso se dá, pois, segundo Jenkins (2009), a convergência é um processo que ocorre nas relações que cada grupo faz com os fragmentos da narrativa que encontra. O universo narrativo de um grupo, acerca do mesmo tema, pode não ser o apreendido por outro.

Um determinado grupo de fãs pode não ter tido acesso, por diversas razões, ao curta-metragem de Peggy Carter, que serve para contar os eventos anteriores ao longa-metragem e conseqüentemente explica como a S.H.I.E.L.D. obteve o Zodíaco. Entretanto, outro grupo que teve acesso ao curta poderá incluir em seu universo o fragmento narrativo que indica sua origem. Nesse sentido, o que importa na narrativa transmídia são as relações que cada grupo consegue realizar com o conteúdo disponível.

Para Bakhtin, as interações sociais é que vão definir quem somos, nossos anseios, nossos valores e ideologia. As relações sócias históricas serão determinantes para a formação dialógica do sujeito, e nesse sentido, os grupos socialmente organizados constituem-se de maneiras diversas devido a todos os aparatos, relações, determinações, ambientações, enfim, toda a infinidade de fatores relacionados à constituição do sujeito.

Podemos ainda associar o pensamento Bakhtin ao de Jenkins no que diz respeito aos conceitos de tema e significação. Todo signo possui um tema e uma significação. Para Bakhtin (2010), o tema é algo individual e reiterável, sendo definido através de condições e relações sócio históricas não repetíveis, enquanto a significação é reiterável e idêntica em cada enunciação.

Traçando paralelos com a narrativa transmídia de Jenkins, no caso a narrativa da personagem Capitão América observada neste trabalho, como significação, todos os grupos observam algo que não muda e é reiterável, enquanto como tema, cada grupo, de acordo não apenas com os fragmentos narrativos que tiveram contato mas também com todas as relações sócio históricas realizadas, observará algo único e não repetível.

Outro ponto de encontro entre as teorias encontra-se na maneira como ambos encaram as dicotomias. Bakhtin procura sempre enxergar além de uma coisa e outra, como por exemplo, quando Bakhtin (2010) busca compreender algo entre o objetivismo abstrato e subjetivismo idealista. Para o teórico, “a verdade não se encontra exatamente no meio, num compromisso entre a tese e a antítese; a verdade encontra-se além, mais longe, manifesta uma idêntica recusa tanto da tese como da antítese, e constitui uma síntese dialética” (2010, p. 112).

Jenkins observa na obra escrita em conjunto com Green e Ford que a cultura participativa proporciona um modelo que não se configura como um levante de sucesso contra as grandes corporações da mídia. Já em sua obra acerca da convergência, Jenkins (2009) procura divergir da concepção de indústria hegemônica, onde tudo será usado contra o consumidor visando o lucro, independente do que os consumidores podem exigir. O que Jenkins procura salientar é que o fenômeno transmídia encontra-se além das duas concepções.

Buscaremos, com base no exposto até então, definir aquilo que julgamos indicar que a narrativa transmídia possa ser considerado um gênero no discurso.

É preciso salientar que Mikhail Bakhtin não teve como objeto de seus estudos o cinema ou as produções audiovisuais, porém, alguns teóricos buscam aproximar a teoria bakhtiniana das teorias da comunicação, bem como o estudo de objetos audiovisuais a partir das teorias do filósofo russo.

Agger complementa que

os exemplos oferecidos por Bakhtin quanto ao uso dialógico da linguagem em suas várias formas são basicamente retirados do grande corpo da literatura impressa, dos gêneros do discurso, do folclore e do carnaval. Cinema, rádio e televisão – os meios modernos de comunicação – não estão em foco. Claramente, seu gênero favorito é o romance e seus autores favoritos são Dostoiévski, Rabelais e Goethe. Mas sua teoria está localizada em um nível de generalidade onde os textos são tratados quase sempre como exemplos ou como ilustrações para as conclusões teóricas. A ênfase dificilmente se encontra a análise textual, mas no modo como certa palavra, ou passagem, ou gênero esclarece suas hipóteses ou teses. Geralmente é possível estabelecer paralelismos e analogias entre a análise do romance ou os gêneros da fala de Bakhtin e as mídias como filmes, ficção em TV etc (2010, p. 400).

A refletir acerca do uso da intertextualidade no contexto da análise dos meios de comunicação, Agger argumenta que

existem essencialmente quatro áreas de pesquisa inspiradas em Bakhtin que podem ser mobilizadas de forma bastante útil para esse estudo: 1) conceitos de diálogo, 2) funções e desenvolvimento dos gêneros, 3) cronotopos, 4) a carnavalização (2010, p. 390).

O filósofo russo buscou compreender os processos referentes aos estudos de linguagem principalmente na literatura, portanto, seus estudos e teorizações possuem como base exemplos muitas vezes advindos de romances, poemas e/ou representações de enunciados cotidianos. No entanto, procuraremos expandir as significações apresentadas no que diz respeito ao estudo de gêneros de formas composicionais distintas.

O conceito de gênero e seu desenvolvimento, como compreendido por Bakhtin, é também bastante útil para os estudos de mídia. O rádio, a televisão, os computadores, usados como multimídia, são, talvez indiscutivelmente, os meios mais “faladores” e, de certo modo, os meios mais intertextuais já inventados. Um programa sinaliza para o próximo, os anúncios tentam aparecer no meio dos programas, as características específicas de um gênero fundem-se com outras e depois ressurgem novamente, a autoconsciência da mídia é interessantemente discutida e há muito metadiscurso no interior das próprias mídias (AGGER, 2010, p. 407).

Agger assinala propostas interessantes de como os estudos acerca dos gêneros do discurso podem ser relacionados na compreensão dos estudos das mídias, e da relação dialógica entre elas.

Em *Understanding machinima: essays on filmmaking in virtual worlds* (2013) Jenna Ng busca compreender como um novo tipo de produção fílmica denominada Machinima se configura frente aos gêneros clássicos mais consolidados.

Machinimas são comumente definidos como filmes realizados em tempo real, através de processamento de motores gráficos tridimensionais de computador.

Ng (2013) explica que a machinima se conectou a várias ferramentas e formatos de mídia, e passou de algo discreto e diferenciável para um diálogo fluído de e entre formatos de mídia, reproduzindo-as, traduzindo-as, agrupando-as, subvertendo-as. Uma conversa vital migrando entre teatro, longa-metragem, jogos eletrônicos, teatro de bonecos, documentário e clipes musicais.

A origem da Machinima, de acordo com Ng (2013) está na subversão, ou quebra de um formato de mídia, como por exemplo, um jogo eletrônico, em outro,

como por exemplo o cinema narrativo, formando uma espécie de *mise en abyme*, ou seja, uma narrativa que contém outras narrativas dentro de si, onde formatos de mídia geram formatos de mídia, reproduzindo infinitamente, enquanto a Machinima move fluentemente, mais até do que outros formatos de mídia.

A autora procura diferenciar a Machinima das outras formas fílmicas, indicando que esse gênero diverge em muito de outros semelhantes, como a animação computacional, captura de movimentos ou filmagem *live-action*.

Enquanto a animação computacional modela seus personagens e ações através de formas geométricas geradas por computador e a filmagem *live-action* captura imagens da realidade física de atores e ambientes, a machinima configura-se através da criação de narrativas com base em jogos de vídeo-game. A criação da narrativa, bem como a movimentação das personagens, será direcionada pelas leis e dinâmicas do jogo, ou seja, se o jogo permite apenas que a personagem ande para frente e para trás em um ambiente bidimensional, a narrativa Machinima assim será.

Para compreender as características particulares da Machinima, Ng (2013) busca alguns conceitos bakhtinianos, como o gênero, para estruturar e diferenciar esse modelo de criação narrativa de outros, entendendo que o mesmo se configura utilizando uma mistura de outros gêneros complexos, como manipulação de marionetes e diálogo, bem como o uso participativo de novas mídias para criar e disponibilizar de forma gratuita, narrativas das mais diversas temáticas e duração.

A obra de Jenna Ng (2013) nos proporciona a possibilidade de compreender de que forma atuam os novos gêneros complexos a partir da participação dos consumidores, subvertendo formatos de mídias e os utilizando de maneiras distintas.

Como visto anteriormente, o gênero constrói-se de forma a funcionar de acordo com determinadas regras e através de determinadas formas, sendo cada gênero específico para um orbe social da vida. Tomamos como exemplo uma HQ. Em suas características básicas encontramos, entre outras, a repetição, a serialidade, apresentadas na forma de narrativas visuais sequencialmente dispostas dentro de quadros, sendo as falas das personagens apresentadas em balões.

A esse gênero cabe apenas a forma de apresentação e utilização que suas características permitem. Diferente de um videogame, por exemplo, que permite o controle e a tomada de decisões de uma personagem, a interatividade com uma HQ

tradicional limita-se à leitura da narrativa e às relações que o leitor faz de forma cognitiva, não cabendo ao leitor tomar as decisões da personagem. Para uma experiência interativa maior, buscar-se-ia a apresentação do conteúdo narrativo em outro gênero. Assim sendo, uma narrativa transmídia busca em sua construção de universo diversas mídias (ou gêneros) que possibilitem a interação esperada/desejada para aquele momento narrativo.

Neste sentido, um movimento que ocorre de forma quase natural, se optarmos pelos gêneros ligados à comunicação como fala, carta, e-mail ou uma conversa cotidiana, onde, de acordo com a necessidade, pulamos de gênero a gênero sem percebermos a troca do conjunto de regras relativamente estáveis, a indústria do entretenimento aproveita os diversos gêneros narrativos para expandir seu universo e alcançar nichos distintos de consumo, ou nos casos de maior sucesso, introduzindo seus consumidores a novos nichos.

Por outro lado, se observarmos gêneros mais complexos, que em sua constituição se apoiam em diversos outros gêneros, não necessariamente primários, mas de complexidade notável, como o Jornal impresso, que possui diversos cadernos tratando de assuntos variados como economia, esportes, política, entretenimento e estruturas de linguagens distintas como horóscopo, tabelas, tirinhas e até classificados, cada uma delas com suas particularidades e enunciados relativamente estáveis, notamos que sua estrutura de produção não se diferencia da estrutura da produção de uma narrativa transmídia..

Mesmo uma produção cinematográfica que se utiliza da atuação de atores, das composições musicais, construção de cenários e diversos outros elementos, cuja produção depende de profissionais engajados no domínio de cada uma das linguagens, podemos observar um processo semelhante.

Tal qual um Jornal, onde uma gama de profissionais, cada qual capacitado na produção de uma determinada seção (gênero), operam as partes em conjunto visando a conclusão daquela edição que deve ser vendida no dia seguinte, a narrativa transmídia trabalha fragmentos de uma narrativa em diversos gêneros distintos, cada um com o envolvimento de uma grande quantidade profissionais, sob um mesmo projeto enunciativo, que possui um calendário preciso para ser lançado.

Neste caso, a franquia transmidiática, com suas características atuais, opera de forma a construir-se na forma de um gênero de grande complexidade. Todavia, distinta de um gênero secundário (complexo) tradicional, que é apresentado através

de um suporte proveniente da união das partes, ou seja, um suporte único, a franquia transmídia está espalhada, cabendo ao apreciador juntá-las, relacioná-las e interagi-las de forma a construir esse agrupamento. Diversos gêneros distintos são produzidos e organizados minuciosamente, unindo enunciados que se relacionam e interagem, buscando um acabamento provisório, mas que, com isto, escrevem novas regras e metodologias, maneiras e comportamentos de funcionamento de um novo formato de gênero.

Os gêneros secundários analisados até o momento configuram sua complexidade, ainda que virtual em alguns casos, num projeto único, em um aparato físico de forma unificada, ou seja, na constituição de um “produto” que se apresenta unitariamente a seu interlocutor. No caso do gênero cinematográfico ou de um jornal impresso, os diversos gêneros que o constituem homogeneízam-se, cedendo suas particularidades e relativa estabilidade para a construção de um projeto de dizer mais complexo, resultando em um produto cuja apresentação se dá de forma unitária.

A narrativa transmídia, por outro lado, possui apresentação distinta da encontrada tradicionalmente nos gêneros complexos. Os gêneros secundários encontrados em sua constituição não se misturam, visando sua apresentação em uma peça unitária, sua característica fundamental está na heterogeneidade marcada de suas partes. A homogeneização de suas complexidades não se dá de forma física, mas sim na compreensão que seus interlocutores têm das diferentes partes deste tipo especial de narrativa.

Para que a visualização desse processo seja compreendida mais facilmente sugerimos uma analogia baseada no aplicativo Google Maps. Tal aplicativo é destinado para seu usuário possa observar, através de fotos de satélite, praticamente todos os lugares de planeta. À medida que o usuário vai aproximando seu campo de visão, ou seja, aproxima-se do chão, os pontos que antes pareciam próximos vão se distanciando. Quando o movimento inverso é realizado, ou seja, o afastamento do chão e aumento do campo de visão, os pontos distantes começam a se aproximar.

Utilizaremos novamente o exemplo do gênero jornal. À medida que aproximamos nosso olhar, podemos observar que o mesmo é constituído, como já dito anteriormente, de diversos outros gêneros, e à medida que distanciamos nosso olhar voltamos a enxergar todos os gêneros juntos em uma peça enunciativa única.

O que acontece com o gênero narrativa transmídia é que nosso campo de visão está sempre próximo demais, devido à sua constituição através de pontos distantes no tempo e no espaço. O espaço pode ser entendido como o calendário de lançamento de cada fragmento narrativo. Os gêneros não serão lançados em um mesmo ponto no tempo, mas sim em pontos distintos. O espaço pode ser entendido como o suporte, a plataforma, o gênero em si. Cada fragmento narrativo será lançado em um gênero distinto em períodos distintos.

Esse processo contínuo da narrativa faz com que nosso campo de visão esteja sempre próximo demais da parte do gênero, e não do todo. Para que consigamos observar o todo do gênero é preciso que, como no Google Maps, distanciemos nosso olhar para que os pontos distantes aproximem-se até o ponto de se imbricarem ou entrecruzarem. Nesse sentido, aqueles gêneros complementares (HQ, Curta, Série Televisiva e Jogo Eletrônico) vão se aproximar para revelar o todo, o gênero narrativa transmídia. Dessa maneira, aquele fragmento narrativo deixa de ser o gênero que é, para transformar-se em algo distinto; suas particularidades que o configuram como algo separado quando visto de perto, transforma-se quando o campo de visão do leitor aumenta. Nesse momento o longa-metragem, a história em quadrinhos, a série televisiva e o curta-metragem adquirem as características de um gênero distinto.

A relação entre os elementos do gênero (Tema, Forma Composicional e Estilo), através de uma perspectiva de criação de um universo narrativo e a consolidação de uma identidade visual que mantenha as características específicas de cada gênero, faz com que a narrativa transmídia e os gêneros que a formam tenham uma relação maior que a de um Jornal. Nesse sentido, a relação entre o caderno de esportes e as tirinhas é constituída mais por uma convenção social, empresarial ou marqueteira, do que uma relação enunciativa.

Já citado anteriormente, Bonini (2003) alerta que alguns gêneros são identificados mais por sua função social que pela sua estruturação linguística formal, sua forma composicional.

Trazendo novamente Medviédev (2012), para reforçar que os novos meios de representação nos fazem visualizar os novos aspectos da realidade, e esses mesmos aspectos não podem ser observados sem a existência desses novos recursos de fixação. O advento das novas tecnologias de mídia e o uso diferenciado

realizado por seus consumidores possibilitou fixar e lançar ao nosso horizonte de possibilidades o que estamos tratando como gênero narrativa transmídia.

Embora nem todas as pessoas queiram ou possam acompanhar a narrativa em sua completude, por conta de diversos fatores, que vão desde o desinteresse até a falta de recursos, a narrativa transmídia tem como uma de suas características os diferentes níveis de compreensão de seus diversos tipos de apreciador. O cotejo, do qual fala Geraldi (2012), ou seja, a tentativa de recuperação da cadeia infinita de enunciados a que o texto responde; o aumento da compreensão de um texto através da leitura de outros textos. O cotejo configura uma característica exigida ao apreciador do gênero narrativa transmídia. Como explica Jenkins (2009) é preciso que, para se relacionar da melhor maneira possível, o apreciador da narrativa transmídia torne-se um “caçador” de fragmentos narrativos.

Nesse sentido, é necessário que o consumidor de narrativas transmídias esteja preparado para encontrar pequenas lacunas narrativas e caçar fragmentos narrativos nos diversos produtos ligados à determinada franquia, no que se constitui como uma expansão ao universo da narrativa e seus personagens, e também em uma maneira de manter a franquia sempre viva entre o lançamento de um conteúdo e outro.

Conclusão.

Buscamos com esta pesquisa introduzir os estudos bakhtinianos a um modelo de produção narrativa relativamente novo, propiciado pela cultura da convergência e pela participação ativa dos consumidores através de mídias sociais e novas tecnologias de produção sobre produtos midiáticos criados por grandes conglomerados.

Pudemos observar que a narrativa transmídia se diferencia dos gêneros complexos estudados até o momento, no que diz respeito ao fato da união dos diversos gêneros secundários de sua constituição não se dar num mesmo ponto no espaço e tempo, mas sim em diferentes pontos, através de uma produção com base em calendários precisos e um planejamento minucioso, envolvendo um número muito alto de produtoras de conteúdo reunidas em um mesmo conglomerado empresarial. O que a distingue das produções anteriores sobre uma mesma propriedade intelectual, onde a relação narrativa se baseava apenas na utilização da mesma personagem ou na replicação das narrativas consolidadas em outro gênero.

Quando estudados por Bakhtin, os gêneros secundários não possuíam uma complexidade de produção neste nível. No entanto, ao relacionarmos os pensamentos teóricos de Bakhtin e Jenkins, encontramos alguns pontos em comum que nos inspiram e possibilitam ampliar compreensão da teoria bakhtiniana dos gêneros do discurso, para que a mesma possa nos ajudar a compreender como elementos como tema, forma composicional e estilo agrupam-se através de gêneros distintos para constituir uma única narrativa fragmentada, todavia, coerente.

A narrativa transmídia proporciona que um universo narrativo mantenha-se vivo através de gêneros distintos nos períodos de tempo entre o lançamento de um longa-metragem e outro, como pudemos observar no estudo de caso do longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal*, ao mesmo tempo em que os fãs recebem complementos de suas narrativas favoritas na medida em que aceitem a tarefa de operar como caçadores de conteúdo, relacionando-se através de mídias sociais em comunidades e grupos de fãs, em níveis distintos de participação, mas fundamentais para a expansão e consolidação da franquia.

A fragmentação narrativa em gêneros distintos aproveitando as lacunas deixadas entre um longa-metragem e outro parecem ter sido exploradas ao máximo pela Marvel através do longa *Capitão América 2*, criando uma união bastante coerente entre os gêneros de séries televisivas, histórias em quadrinhos e utilizando jogos eletrônicos para expandir conceitos pouco explorados na narrativa fílmica.

Buscando nortear nosso trabalho através da hipótese de que as narrativas transmídias possuíam elementos que pudessem configurá-la como um gênero bakhtiniano do discurso, no primeiro capítulo buscamos narrar os principais eventos relacionados com a origem e consolidação da Marvel Comics. Com base nas pesquisas, pudemos observar momentos chave, como a criação de um universo de personagens de narrativas interligadas por Stan Lee e seu modo de criação de roteiros, denominado “Método Marvel”, bem como narrativas que procuravam situar a ação em ambientes conhecidos como Nova York, na busca de aproximar ainda mais as narrativas de seus leitores. Vimos também como o advento da Segunda Guerra Mundial possibilitou o surgimento da personagem Capitão América e como sua popularidade caiu com o fim do conflito.

Constatamos uma série de decisões ruins que culminaram com um grande número de aquisições descontroladas e quase falência da editora, que também foi vendida em várias ocasiões. Entretanto, a editora conseguiu se reerguer a partir da reestruturação de suas publicações com a criação do universo ultimate e o licenciamento desordenado dos direitos de filmagens de alguns de seus principais personagens.

A arriscada aposta em financiar e produzir seus próprios filmes a partir de um empréstimo, possibilitou a criação de um universo cinematográfico de sucesso denominado Universo Cinematográfico Marvel (Marvel Cinematic Universe - MCU). O MCU despertou a atenção da gigante Disney, que adquiriu a Marvel em agosto de 2009 por 4 bilhões de dólares.

Pudemos observar que diferente do universo dos quadrinhos, o universo cinematográfico possui algumas barreiras criativas relacionadas a venda de direitos de filmagem para estúdios distintos, o que resulta em um universo que, da mesma forma que se aproxima das versões impressas, distancia-se das mesmas por conta da impossibilidade de utilização de alguns personagens chave.

No segundo capítulo introduzimos alguns elementos basilares do pensamento dialógico de Bakhtin e seu círculo, como língua e enunciado concreto,

de tal modo que nos ajudassem a compreender melhor o conceito de gêneros do discurso. Pudemos compreender de que maneiras os elementos constituidores dos gêneros do discurso denominados Tema, Forma Composicional e Estilo comportam-se nas produções relacionadas à personagem Capitão América, anteriores ao MCU.

Nesse sentido pudemos concluir que os elementos constituidores do gênero bakhtiniano possuem pouca relação entre as produções relacionadas à personagem, operando de forma independente em cada um dos gêneros analisados: Histórias em Quadrinhos, Longas-metragens, Séries Televisivas e Jogos Eletrônicos. Observamos que a personagem é retratada de formas distintas através do estilo de cada um de seus autores, em temas que ora replicam passagens clássicas dos quadrinhos, ora divergem completamente do apresentado nas versões clássica. A forma composicional seguiu as particularidades de cada gênero de forma independente em cada produção analisada.

No capítulo três buscamos criar um diálogo apresentando os principais temas relacionados ao fenômeno transmídia idealizada por Henry Jenkins. Nesse sentido, revisitamos alguns aspectos da convergência, passando por algumas de suas definições ao longo dos tempos e a compreensão de Jenkins, onde a convergência é possibilitada, não apenas pela introdução das novas tecnologias, mas principalmente pelo uso inesperado das mesmas por seus consumidores.

Lançamos algumas compreensões acerca da cultura participativa que, para Jenkins, configura uma das bases para o fortalecimento do fenômeno transmídia. Nesse sentido, a cultura participativa amplia as possibilidades da interação entre consumidores e produtos midiáticos, todavia, não configurando um movimento de equivalência, mas um movimento que possibilita um canal de diálogo entre a produção e o consumo de conteúdos.

Pudemos compreender de que maneira as novas franquias midiáticas e o poder dos fãs se relacionam para fortalecer marcas, em um movimento que direciona conteúdo a nichos e/ou comunidades específicas, ao mesmo tempo em que esses grupos, em menor nível, dialogam com a produção desses conteúdos.

Finalmente pudemos observar os principais elementos do fenômeno transmídia e a expansão de conteúdos narrativos coesos e solidamente construídos, visando a criação de universos narrativos que esperam que seus fãs procurem os conteúdos em diferentes gêneros do discurso, aproveitando cada uma das

peculiaridades de cada gênero, de maneira que as lacunas narrativas de peças centrais possam ser exploradas da melhor forma possível.

No quarto e último capítulo buscamos observar de que maneira os fragmentos narrativos em gêneros distintos do longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal*, nos gêneros história em quadrinhos, série televisiva, curta-metragem e jogo eletrônico, apresentaram os três elementos fundadores do gênero, diferentemente das produções analisadas no capítulo terceiro, em uma produção conjunta, visando a criação de uma identidade visual e temática capaz de expandir a narrativa e o universo da personagem no MCU.

Com base no estudo de caso observado nesta pesquisa, pudemos concluir que os elementos do gênero denominados tema, forma composicional e estilo comportam-se de forma bastante semelhante, por vezes da mesma forma, nos diferentes fragmentos narrativos relacionados ao longa-metragem *Capitão América 2: O Soldado Invernal*. Alguns dos elementos relacionam-se de forma mais clara que em outros gêneros secundários consolidados como tal.

Nem todas as narrativas que se expandem através de diferentes gêneros podem ser denominadas narrativas transmídia. Para que a mesma seja denominada como tal, é preciso que cada narrativa possa funcionar separadamente, ao mesmo tempo em que complementa e expanda o universo narrativo de uma franquia, trazendo elementos essenciais e facilmente reconhecidos pelos fãs. Nesse sentido, uma série de requisitos devem ser preenchidos para que uma narrativa possa ser considerada transmídia e, como tal, observada como um gênero do discurso.

O que pode nos ajudar a compreender ainda mais a narrativa transmídia como um gênero do discurso bakhtiniano é buscar sua origem no cotidiano, onde o simples ato de imaginar uma continuação na narrativa de seus personagens favoritos, fosse através de textos ou da brincadeira com bonequinhos ou figuras de ação, configurasse o que hoje grandes conglomerados empresariais utilizam para manter vivas suas bilionárias franquias, em um embate com fãs que cada vez mais demandam conteúdo de qualidade e, principalmente, que não sejam tratados apenas como cifras.

O gênero narrativo transmídia é relativamente novo e ainda se configura com um modelo em desenvolvimento. Ele ainda está em busca de sua relativa estabilidade. Contudo, cada vez mais esse modelo vem sendo explorado em diferentes níveis, não só pelas franquias cinematográficas, mas pela indústria do

entretenimento como um todo. Esperamos que, mais do que encontrar respostas, o leitor desta pesquisa possa encontrar questões a ser debatidas no que diz respeito a dar um passo adiante, encontrar aquilo que não está entre, mas além.

Referências Bibliográficas.

ABBA, T. Hybrid stories: Examining the future of transmedia narrative. In **Science Fiction Film and Television 2.1** (2009), 59–76.

ABAD-SANTOS, A. **Does marvel want the x-men to fail?** very likely. Vox, 2015. Disponível em: <http://www.vox.com/2014/8/11/5974743/marvels-x-men-conspiracy-theory-guardians-future> Acesso em 5 de set. de 2016.

AGGER, G. A intertextualidade revisitada: diálogos e negociações nos estudos de mídia. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor (Org.). **Mikhail Bakhtin: linguagem, cultura e mídia**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010. p. 389-424.

ARBONA, A. **Iron man 2 comic tie ins expand story**. Popsugar, 2010. Disponível em: <http://www.popsugar.com/Iron-Man-2-Comic-Tie-Ins-Expand-Story-8389573> Acesso em 27 de dez. de 2016.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAKHTIN, M. **Questões de literatura e estética: a teoria do romance**. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 2010a.

BAKHTIN, M. **Palavra própria e palavra outra na sintaxe da enunciação**. São Carlos: Pedro & João. 2011

BAKHTIN, M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010b.

BAKHTIN M. /VOLOCHÍNOV. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

BARBOSA, D. B. **O fator semiológico na construção do signo marcário**. 404 f. Tese (Doutorado) - Curso de Direito, UERJ, Rio de Janeiro, 2006.

BELL, D. On the net: Navigating the World Wide Web. In: CREEBER, G.; MARTIN, R. (Ed.). **Digital Cultures**: Understanding new media. Nova York: Mcgraw Hill, 2009. Cap. 2. p. 30-45.

BIERNAZKI, W. Globalização da Comunicação. **Revista Comunicação e Educação**. São Paulo: AnoVII, n.19, p.46-65, Set/Dez, 2000.

BONINI, A. Veículo de comunicação e gênero textual: noções conflitantes. **Delta. Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada**, São Paulo, v. 19, n.1, p. 65-89, 2003.

BRADY, M. **Hulk fury files**: online, comic books & the movies meet. News Arama, 2008. Disponível em: <http://www.newsarama.com/1432-hulk-fury-files-online-comic-books-the-movies-meet.html> Acesso em: 27 de dez. de 2016.

BRAIT, B. Bakhtin, dialogismo e construção do sentido. 2. ed. Campinas: Editora Unicamp, 2005.

BRAIT, B.; PISTORI, M. H. C. A produtividade do conceito de gênero em Bakhtin e o Círculo. **Alfa**: Revista de Linguística (UNESP. Online), v. 56, p. 371-401, 2012.

CALLARI, A.; ZAGO, B.; LOPES, D. **Quadrinhos no cinema**: o guia completo dos super-heróis. São Paulo: Generale, 2011.

CAMPOS, M. de F. H.; LOMBOGLIA, R. HQ: Uma Manifestação de Arte. In: LUYTEN, Sonia M. Bibe (Org.). **Histórias em Quadrinhos**: Leitura Crítica. São Paulo: Edições Paulinas, 1985. p. 10-26.

CAMPOS, M. I. B. A questão da arquitetônica em Bakhtin um olhar para materiais didáticos de língua portuguesa. **Filologia e Linguística Portuguesa** (Online), v. 14, p. 247, 2012.

CHITWOOD, A. **Kevin Feige says marvel has its films planned through 2021.** Collider, 2013. Disponível em: <http://collider.com/marvel-movies-2021-kevin-feige/>. Acesso em: 21 jun. 2016.

CHITWOOD, A. **'Spider-man' reboot: Kevin Feige says marvel are the "creative producers" on the film.** Collider, 2016. Disponível em: <http://collider.com/spider-man-reboot-marvel-sony-kevin-feige/> Acesso em 21 de jun. 2016.

CODESPOTI, S. **10 razões por que A Morte de Gwen Stacy é a história mais importante do Homem-Aranha.** Universo HQ, 2007. Disponível em: <http://www.universohq.com/materias/10-razoes-por-que-morte-de-gwen-stacy-e-historia-mais-importante-homem-aranha/> Acesso em: 12 de fev. de 2015.

COMICBOOK, J. **When can marvel get the rights back to the fantastic four?** Comicbook.com, 2015. Disponível em: <http://comicbook.com/2015/08/09/when-can-marvel-get-the-rights-back-to-the-fantastic-four-/> Acesso em: 16 de set. de 2016.

CONCEIÇÃO, R. I. S. As particularidades do enunciado concreto e a produção do discurso escolar-científico. **Interletras** (Dourados), v. 1, p. 1-15, 2008.

COOGAN, D. **Captain America: Civil War** box office becomes biggest global movie of 2016. Entertainment Weekly, 2016. Disponível em: <http://ew.com/article/2016/05/19/captain-america-civil-war-box-office-biggest-global-movie-2016/> Acesso em 27 de dez. de 2016.

CORRÊA, G.T.; RIBEIRO, V.M.B. Dialogue with Bakhtin: some contributions to the understanding of verbal interactions in the health field. **Interface - Comunic., Saude, Educ.**, v.16, n.41, p.331-41, abr./jun. 2012.

CREEBER, G.; MARTIN, R. (Ed.). **Digital Cultures: Understanding new media.** Nova York: Mcgraw Hill, 2009.

DALTON, R. W. **Marvelous Myths: Marvel Superheroes and Everyday Faith.** Chalice Press: 2011.

DANIELS, L. **Marvel: five fabulous decades of the world's greatest comics**. Harry N. Abrams: Nova York, 1991.

DEL MANTO, L. ; GUSMAN, S. in: **Sandman** n. 24, ed. Globo, 1991.

ECO, U. A inovação no seriado. In: **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

ELBERSE, A. **Blockbusters: como construir produtos vencedores no negócio do entretenimento**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

FARACO, C. A. **Linguagem e diálogo: as idéias lingüísticas do círculo de Bakhtin**. Curitiba: Criar Edições, 2003.

FARACO, C. A.; CASTRO, G. Por uma teoria lingüística que fundamente o ensino de língua materna (ou de como um pouquinho de gramática nem sempre é bom). **Educar em Revista**, Curitiba, v. 15, p. 179-194, 2000.

FIDLER, R. **Mediamorphosis: understading new media**. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 1997.

FIORIN, J. L. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006.

FRADE, R. M. **O anúncio do escalador de paredes no universo Marvel nos cinemas representa também um duro golpe numa disputa de bastidores**. Judão, 2015. Disponível em: <http://judao.com.br/avi-arad-vs-kevin-feige-briga-que-vale-um-homem-aranha/> Acesso em: 03 de mar de 2015.

FRANCELINO, P. F. **Enunciação, dialogismo e autoria em enunciados midiáticos verbo-visuais**. Moara, v. 1, 2011, p. 104-114.

GERALDI, J. W. Heterocientificidade nos estudos linguísticos. In: GRUPO DE ESTUDOS DOS GÊNEROS DO DISCURSO (GEGE)) (Brasil). **Palavras e contra-**

palavras: Enfrentando questões da metodologia bakhtiniana. São Carlos: Pedro & João Editores, 2012. Cap. 2. p. 19-39.

GIOVAGNOLI, M. **Transmedia storytelling:** imagery, shapes and techniques. Paris: Feedbooks, 2011.

GOMBRICH, E. H. **A História da Arte** (Traduzido por Álvaro Cabral). 16. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

GONZALES, D. **Marvel is killing x-men and fantastic four merchandising.** Forbes, 2015. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/davegonzales/2015/05/31/marvel-is-killing-x-men-and-fantastic-four-merchandising/#287b27d58571> Acesso em: 26 de ago. de 2016.

GRILLO, S. C. A obra em contexto: tradução, história e autoria. In: MEDIVIÉDEV, P, N. **O método formal nos estudos literários:** introdução crítica a uma poética sociológica. São Paulo: Contexto, 2012. p. 19-36.

GUERRASIO, J. **Disney just became the first movie studio to earn \$7 billion at the global box office in a single year.** Business Insider, 2016. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/disney-7-billion-at-global-box-office-2016-12> Acesso em: 27 de dez. de 2016.

GURKIS, D. **The short screenplay:** your short film from concept to production. Boston: Thomson, 2007.

HOWE, S. **Marvel comics:** a história secreta. São Paulo: Leya, 2013.

LOPES, G. **Máquinas de Estados Hierárquicas em Jogos Eletrônicos.** 2004. 54 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Computação Gráfica, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

JACOBS, M. **Marvel não vai mais fazer jogos derivados dos filmes**. Omelete, 2016. Disponível em: <https://omelete.uol.com.br/games/noticia/marvel-nao-vai-mais-fazer-jogos-derivados-dos-filmes/> Acesso em: 29 de dez. de 2016.

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

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph. 2014

JOHNSON, D. **Franchising Media Worlds**: Content Networks and the Collaborative Production of Culture. University of Wisconsin-Madison, 2013.

JOHNSTON, R. **Would marvel really cancel fantastic four to snub fox?** Bleeding Cool, 2014a. Disponível em: <https://www.bleedingcool.com/2014/05/29/would-marvel-really-cancel-fantastic-four-to-snub-fox/> Acesso em 17 de ago. de 2016.

_____. **Artists given specific instructions not to use fantastic four characters**. Bleeding Cool, 2014b. Disponível em: <https://www.bleedingcool.com/2014/05/30/artists-given-specific-instructions-not-to-use-fantastic-four-characters/> Acesso em 17 de ago. de 2016.

_____. **Dissecting Tom Brevoort on the future of the fantastic four**. Bleeding Cool, 2014c. Disponível em: <https://www.bleedingcool.com/2014/06/02/dissecting-tom-brevoort-on-the-future-of-the-fantastic-four/> Acesso em 17 de ago. de 2016.

_____. **Fantastic four to be cancelled in 2015 with a triple-sized issue 645, for fantastic forever**. Bleeding Cool, 2014d. Disponível em: <https://www.bleedingcool.com/2014/10/05/confirmed-fantastic-four-to-be-cancelled-in-2015-with-a-triple-sized-issue-645-as-january-kicks-off-fantastic-fourever/> Acesso em 17 de ago. de 2016.

_____. **Chris Claremont on why x-men writers aren't allowed to create new characters now**. Bleeding Cool, 2014e. Disponível em:

<https://www.bleedingcool.com/2014/10/07/chris-claremont-on-why-x-men-writers-arent-allowed-to-create-new-characters-now/> Acesso em 25 de ago. de 2016.

_____. **Tom Brevoort confirms “no more 616”: and it’s the last fantastic four story.** Bleeding Cool, 2016. Disponível em: <https://www.bleedingcool.com/2016/01/13/tom-brevoort-confirms-no-more-616-and-its-the-last-fantastic-four-story/> Acesso em 18 de ago. de 2016.

JOHNSON, S. **Tudo que é ruim é bom para você:** como os games e a tv nos tornam mais inteligentes. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KELLNER, D. **A Cultura da Mídia.** Edusc: Bauru, 2001.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing.** 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAMBIE, R. **How Marvel went from bankruptcy to billions.** Den Of Geek, 2015. Disponível em: <http://www.denofgeek.com/us/books-comics/marvel/243710/how-marvel-went-from-bankruptcy-to-billions> Acesso em: 12 de set. de 2016.

MACHADO, I. Os gêneros discursivos. In: BRAIT, B. **Bakhtin:** conceitos-chave. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005. p. 151-166.

MACHADO, A. **A Televisão levada à sério.** Senac: São Paulo, 2000.

MARCHEZAN, R. C. Gêneros do discurso: O caso dos artigos de opinião. In: PAULA, L. de; STAFUZZA, G. **Círculo de Bakhtin:** Teoria inclassificável. Campinas: Mercado de Letras, 2010. p. 265-278.

MARCUSCHI. Luiz Antonio. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão.** São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. Gêneros Textuais: definições e funcionalidade. In: DIONÍSIO, Ângela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora. **Gêneros Textuais e Ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

MARTINS, J. ; CARVALHO, H. de. **Dicionário Marvel**. São Paulo: Abril, 1985.

MARVEL. **Sony pictures entertainment brings marvel studios into the amazing world of spider-man**. Marvel, 2015. Disponível em: https://news.marvel.com/movies/24062/sony_pictures_entertainment_brings_marvel_studios_into_the_amazing_world_of_spider-man/ Acesso em: 5 de jul. de 2016

MASSAROLO, J. C. **Televisão: Formas Audiovisuais de Ficção e Documentário**. 01. ed. São Paulo: Instituto de Artes/Unicamp; CIAC/Universidade do Algarve; SOCINE Sociedade Brasileira de Estudos d, 2012. v. Vol.II. 175p.

MASSAROLO, J. C. Das possibilidades narrativas nas plataformas de mídia. In: Socine, 2011, Rio de Janeiro. XV Encontro da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine) Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro: Socine, 2011. v. 1. p. 01-15.

MASSAROLO, J. C. Storytelling Transmídia: Narrativa para multiplataformas. **TRÍADE: Revista de Comunicação, Cultura e Mídia**, v. 1, p. 335-347, 2013.

MASSAROLO, J. C. ; ALVARENGA, M. V. T. de. Franquia Transmídia: O Futuro da Economia Audiovisual nas Mídias Sociais. In: INTERCOM - Congresso Brasileiro de Comunicação, 2010, Caxias do Sul. Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2010. v. 1. p. 1-16.

MEDIVIÉDEV, P, N. **O método formal nos estudos literários**: introdução crítica a uma poética sociológica. São Paulo: Contexto, 2012.

MEYERS, E. M.; McKNIGHT, J. P.; KRABBENHOFT, L. M. Remediating tinker bell: exploring childhood and commodification through a century-long transmedia narrative. In **Jeunesse: Young People, Texts, Cultures**, 2014, p. 95-118.

MILLER, J. **Interview**: Kevin Feige (the avengers). Chud, 2012. Disponível em: <http://www.chud.com/92209/interview-kevin-feige-the-avengers/> Acesso em: 8 de ago. de 2016.

MOLON, N. D.; VIANNA, R. O Círculo de Bakhtin e a Linguística Aplicada. Bakhtiniana, **Rev. Estud. Discurso**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 142-165, Dec. 2012 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-45732012000200010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 11 out. 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/S2176-45732012000200010>.

MATHIS, J. **Valley of the Cliffhangers Supplement**. Barrington: Jack Mathis Advertising, 1995.

MURRAY, J. H. **Hamlet no holodeck**: o future da narrative no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural: Editora Unesp, 2003.

MURRAY, J. H. Transcending transmedia. **Proceedings Of The 10th European Conference On Interactive Tv And Video - Euroitv '12**, [s.l.], p.1-6, 2012. Association for Computing Machinery (ACM). DOI: 10.1145/2325616.2325618.

NG, J. **Understanding machinima**: essays on filmmaking in virtual worlds. London: Bloomsbury academic, 2013.

PAJEÚ, H. M. **A estética da cultura popular na folia de momo do Recife**: questões de alteridade, corporeidade e transgressão. 2014. 357 f. Tese (Doutorado) - Curso de Linguística, Departamento de Letras, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2014.

PERISIC, Z. **Guia Prático do Cinema de Animação**. Lisboa: Presença Portugal, 1979.

PONZIO, Augusto. **No círculo com Mikhail Bakhtin**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013.

RAMOS, P. **A leitura dos quadrinhos**. São Paulo: Editora contexto, 2010.

_____. **Revolução do gibi: a nova cara dos quadrinhos no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Devir, 2012.

REED, P. A. **25 years ago: Todd Mcfarlane's 'spider-man' #1 changed the industry**. Comic Alliance, 2015. Disponível em: <http://comicsalliance.com/tribute-todd-mcfarlane-spider-man/> Acesso em: 8 de ago. de 2016.

ROMANO, N. **'Deadpool' / 'Guardians of the Galaxy 2' Character Trade Brought About Ego, the Living Planet**. Collider, 2016. Disponível em: <http://collider.com/deadpool-guardians-of-the-galaxy-2-character-trade-marvel/> Acesso em: 15 de nov. de 2016.

ROZANSKI, C. **Beginning of the downward spiral in new comics sales**. Mile High Comics, 2002. Disponível em: <http://www.milehighcomics.com/tales/cbg128.html> Acesso em: 12 de set. de 2016.

SALZMAN, M.; MATATHIA, I.; O'REILLY, A. **Buzz: A era do marketing viral**. São Paulo: Cultrix, 2003.

SCHEEDEEN, J & YEHL, J. **Quicksilver and scarlet witch's new comic book origin revealed**. IGN, 2015. Disponível em: <http://www.ign.com/articles/2015/02/26/quicksilver-and-scarlet-witchs-new-comic-book-origin-revealed> Acesso em: 5 de set. de 2016.

SCHERMA, C. C.; TURATI, C. A. Uma leitura do texto "Estrutura do Enunciado", de V. N. Volochínov (1930). In: **Palavras e contrapalavras: enfrentando questões da metodologia bakhtiniana**. São Carlos: Pedro & João, 2012.

SHAW-WILLIAMS, H. 'Daredevil' movie rights revert back to marvel. Screen Rant, 2013. Disponível em: <http://screenrant.com/daredevil-movie-rights-revert-marvel/> Acesso em 16 de set. de 2016.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

STABILE, C.; HARRISON, M. (orgs.). **Prime Time Animation**: Television Animation and American Culture. New York: Routledge, 2003.

STAM, R. **Introdução à teoria do cinema**. Campinas: Papirus, 2003.

STAM, R.; BURGOYNE, R.; FLITTERMAN-LEWIS, S. **Nuevos conceptos de la teoría del cine**: estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, intertextualidade. Barcelona: Paídos, 1999.

SUSKIND, A. '**You're still here?**': a brief history of the movie post-credits sequence. Vulture, 2014. Disponível em: <http://www.vulture.com/2014/04/brief-history-of-movie-post-credits-sequences.html> Acesso em: 8 de ago. 2016.

THOMAS, B. What Is Fanfiction and Why Are People Saying Such Nice Things about It? **Storyworlds: A Journal of Narrative Studies**, Nebraska, v. 3, p.1-24, jun. 2011.

TRENDACOSTA, K. **Why we may never meet the skrulls in the marvel films. plus arrow news!** Io9, 2014. Disponível em: <http://io9.gizmodo.com/why-we-may-never-meet-the-skrulls-in-the-marvel-films-1527485765> Acesso em: 9 de ago. de 2016.

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

TURATI, C. A. **O discurso do outro na notícia**: gênero do discurso, fotografia e objetividade. São Carlos: Pedro & João, 2016.

VARY, A. B. **'Avengers' villains not skrulls or the kree, says Joss Whedon.** Entertainment Weekly, 2012. Disponível em: <http://ew.com/article/2012/03/10/sxsw-joss-whedon-avengers-cabin/> Acesso em: 8 de ago. de 2016.

VOLOCHÍNOV, V. N. **A Construção da Enunciação e Outros Ensaio**s. São Carlos: Pedro & João, 2013

WAXMAN, S. Marvel Wants to Flex Its Own Heroic Muscles as a Moviemaker. **The New York Times**. New York, 18 jun. 2007. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2007/06/18/business/media/18marvel.html?ref=topics>. Acesso em: 20 jun. 2015.

WHITE, M. **Marvel and disney assemble avengers tie-ins**. Publishers Weekly, 2012. Disponível em: <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/booknews/comics/article/51745-marvel-and-disney-assemble-avengers-tie-ins.html> Acesso em 27 de dez. de 2016.

WOLK, D. Superhero smackdown: who would win in a fight: marvel or dc? **Slate**, 2013. Disponível em: http://www.slate.com/articles/business/rivalries/2013/08/marvel_vs_dc_comics_one_is_just_like_iron_man_the_other_like_batman.html Acesso em 20 jun. 2015.

WYATT, J. **High concept**: movies and marketing in Hollywood. Texas: University of Texas Press, 2010.

Longas-metragens.

CAPITÃO AMÉRICA, Los Angeles: 21st Century Film Corporation, 1992.

CAPITÃO AMÉRICA 2: O soldado invernal. Burbank: Marvel Studios, 2014.

Histórias em Quadrinhos.

CAPITÃO AMÉRICA. Nova York: Timely Comics, n. 1, abril, 1941.

CAPITÃO AMÉRICA. Nova York: Timely Comics, n. 2, abril, 1941.

CAPITÃO AMÉRICA. Nova York: Timely Comics, n. 3, abril, 1941.

CAPITÃO AMÉRICA. Nova York: Atlas Comics, n. 77, abril, 1956.

CAPITÃO AMÉRICA: O soldado invernal, Salvat: São Paulo, 2014.

CAPTAIN AMERICA: The winter soldier infinite comic. Nova York: Marvel Comics, 2014.

GUERRA CIVIL. Salvat: São Paulo, 2014.

OS SUPREMOS: super-humano, São Paulo: Salvat, 2013.

Seriados Televisivos.

CAPTAIN AMERICA: The purple death. Los Angeles: Republic Films, 1944.

“END OF THE BEGINNING”. MARVEL’S AGENTS OF S.H.I.E.L.D. Nova York, ABC, 1 de abril de 2014.

“TURN, TURN, TURN”. MARVEL’S AGENTS OF S.H.I.E.L.D. Nova York, ABC, 8 de abril de 2013.

MARVEL’S AGENT CARTER. Nova York, ABC, 2013.

SUPER HERÓIS MARVEL. Nova York: Marvel Enterprises, 1966.

Jogos Eletrônicos.

CAPTAIN AMERICA AND THE AVENGERS. Tóquio: Data East, 1991.

MARVEL VS CAPCOM 3: Fate of two worlds. Osaka: Capcom, 2011.

CAPTAIN AMERICA: The winter soldier the official game. Paris: Gameloft, 2014.

Anexo

Fichas Técnicas.

Capitão América 2: O Soldado Invernal.

Título Original: Captain America: The Winter Soldier

Gênero: Drama, Ação, Aventura, Ficção Científica.

Direção: Anthony Russo, Joe Russo

Roteiro: Christopher Markus, Stephen McFeely

Elenco: Anthony Mackie, Chris Evans, Samuel L. Jackson, Scarlett Johansson, Sebastian Stan

Produção: Kevin Feige

Fotografia: Trent Opaloch

Duração: 135 min.

Ano: 2014

País: Estados Unidos

Cor: Colorido

Estreia: 10/04/2014 (Brasil)

Distribuidora: Walt Disney Studios Motion Pictures

Produtora: Marvel Studios

Classificação: 12 anos

Informação complementar: Baseado em história de Ed Brubaker e nos quadrinhos de Jack Kirby e Joe Simon.

Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.

Título original: Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.

Gênero: Drama, Ação, Aventura, Ficção Científica.

Direção: Vincent Misiano

Roteiro: Jed Whedon, Maurissa Tancharoen

Elenco: Clark Gregg, Ming-Na, Brett Dalton, Chloe Bennet, Iain De Caestecker, Elizabeth Henstridge, Nick Blood, Adrianne Palicki

Duração: 43 min.

Ano: 2013 -

País: Estados Unidos

Cor: Colorido

Estreia: 24/09/2013

Duração: 43 min.

Temporadas: 4

Distribuidora: American Broadcasting Company (ABC)

Productora: ABC Studios, Marvel Television, Mutant Enemy Productions

Marvel One-Shot: Agent Carter

Gênero: Drama, Ação, Aventura, Ficção Científica, Curta,

Direção: Louis D'Esposito

Roteiro: Eric Pearson

Elenco: Hayley Atwell, Bradley Whitford, Dominic Cooper

Produção: Kevin Feige

Fotografia: Gabriel Beristain

Duração: 15 min.

Ano: 2014

País: Estados Unidos

Cor: Colorido

Estreia: 3/09/2013 (Brasil)

Distribuidora: Walt Disney Studios Home Entertainment

Produtora: Marvel Studios

Classificação: 12 anos

Captain America: The Winter Soldier Infinite Comic

Gênero: Ação

Editor Chefe: Axel Alonso

Roteiro: Peter David

Desenho: Daniel Govar, Rock-He Kim, Rain Beredo, Clayton Cowles

Produção: Marvel Comics.

Ano: 2014

País: Estados Unidos

Cor: Colorido

Número de edições: 1

Captain America: The Winter Soldier – The Official Game

Gênero: Drama, Ação, Aventura, Ficção Científica, Hack and Slash

Roteiro: Christos N. Gage, Denis James Ryan, Barton Bishop

Elenco: Roger Craig Smith, Laura Bailey, Bumper Robinson, Crispin Freeman

Desenvolvedora: Gameloft

Direção de desenvolvimento: Arnaud Bonnard

Direção de Criação: Bogdan Lucaci

Direção de Som: Arnaud Galand

Produção Executiva: Matthieu Dupont

Produção: Alexandru Mihai Tica

Plataforma: Mobile, IOS, Android

Ano: 2014

País: França

Cor: Colorido

Lançamento: 04/04/2014