

"Universo Cinematográfico da Marvel" e "Minha Mãe É Uma Peça": As Franquias Cinematográficas nos Mercados Global e Nacional¹

Larissa Zoratto LUNGE²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, RS

RESUMO

O presente artigo discute sobre as franquias de mídia, prática cada vez mais relevante para o cinema contemporâneo. Como principal objetivo, busca-se compreender como se caracterizam as estruturas das franquias cinematográficas de maior sucesso dos mercados global e brasileiro, respectivamente, o “Universo Cinematográfico da Marvel” e “Minha Mãe É Uma Peça”. Para isto, o artigo apresenta conceitos de franquia, contextualiza a sua relação com o cinema, e apresenta uma análise baseada em Jenkins (2009) acerca dos objetos de estudo. Os principais resultados evidenciaram que as franquias global e brasileira apresentam diferentes patamares de complexidade de estrutura. Porém, ambas demonstraram que o formato apresenta grande potencial para atingir sucesso de público e bilheteria, nos mercados global e nacional.

PALAVRAS-CHAVE: Cinema; Franquias Cinematográficas; *Blockbuster*; Universo Cinematográfico da Marvel; *Minha Mãe É Uma Peça*.

Introdução

Um engenheiro e empresário bilionário é sequestrado por terroristas, que o forçam a construir um míssil. Para escapar do cativeiro, ele cria uma armadura, depois aperfeiçoada para combater o crime. Em um universo ficcional bem diferente, uma mãe solteira de meia idade decide se afastar dos filhos após uma briga, visitando sua tia para desabafar sobre suas mágoas e relembrar os bons momentos que viveu em família. Essas são as histórias que conduzem, respectivamente, os filmes *Homem de Ferro* (2008) e *Minha Mãe é uma Peça* (2013). *Homem de Ferro* (2008) é o primeiro filme do “Universo Cinematográfico da Marvel”, enquanto *Minha Mãe é Uma Peça* (2013) representa o primeiro longa-metragem da franquia de mesmo nome. O que essas franquias cinematográficas têm em comum? Ambas obtiveram sucesso de público e bilheteria. O “Universo Cinematográfico da Marvel” e “Minha Mãe é uma Peça” são as franquias cinematográficas de maior sucesso dos mercados global e nacional

¹ Trabalho apresentado no GP Cinema (DT 4 – Comunicação Audiovisual), XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação Social, na PUCRS. Bolsista CAPES. Graduada em Publicidade e Propaganda. E-mail: larissa.lunge@acad.pucrs.br

(respectivamente), no século XXI. Uma combinação de vários fatores as levou ao sucesso, dentre os quais, destacam-se a sua estrutura narrativa, o carisma de seus personagens e elenco, suas estratégias de distribuição e divulgação, e o seu mercado de produtos midiáticos conexos.

As franquias foram selecionadas como a temática do presente trabalho, por representarem uma relevância cada vez maior para a indústria cinematográfica contemporânea. Em 2019, *Vingadores: Ultimato* (2019) - o 22º longa-metragem do “Universo Cinematográfico da Marvel”- entrou para a história do cinema, atingindo o posto de maior bilheteria de todos os tempos, a nível global. O filme lotou diversas salas de cinema e virou notícia em diferentes canais midiáticos. Pouco tempo depois, no início de 2020, o filme *Minha Mãe É Uma Peça 3* (2019) se consagrou como a maior bilheteria da história do cinema nacional, ganhando reconhecimento na mídia brasileira e superando sucessos como *Nada a Perder* (2018), *Os Dez Mandamentos: O Filme* (2016) e *Tropa de Elite 2* (2010). A partir destes dois exemplos dos mercados global e nacional, percebe-se que os produtos das franquias têm potencial de atingir grande sucesso de público e bilheteria. Portanto, as franquias representam uma temática relevante para os estudos de cinema, sendo o foco do problema de pesquisa deste estudo.

O problema de pesquisa que norteia este artigo é: Como se caracterizam as estruturas das franquias cinematográficas de maior sucesso nos mercados global e brasileiro - “Universo Cinematográfico da Marvel” e “Minha Mãe é uma Peça”? Para responder ao problema, o trabalho conta com uma estratégia metodológica baseada em três técnicas: pesquisa bibliográfica; pesquisa documental; e análise da estrutura da franquia, baseada em Jenkins (2009). A pesquisa bibliográfica é utilizada para contextualizar o tema e estabelecer uma base teórica para os conceitos-chave do trabalho. A partir da pesquisa documental, com a utilização de reportagens e documentos de público/bilheteria de instituições do cinema, é feita a contextualização da importância das franquias no cinema e a descrição dos objetos de estudo - “Universo Cinematográfico da Marvel” e “Minha Mãe é Uma Peça”. Por fim, a análise baseada em Jenkins (2009) é utilizada para identificar aspectos relevantes das estruturas das duas franquias selecionadas, identificando semelhanças e diferenças entre elas. Para a análise, foram estudadas as origens, as trajetórias e as principais características do “Universo Cinematográfico da Marvel” e de “Minha Mãe É Uma Peça”.

Franquias: Da Administração à Indústria Cultural

As origens do conceito de franquia vêm da área de Administração. O Sistema de Franquias funciona como uma estratégia empresarial para distribuição e comercialização de produtos e serviços. Este Sistema é abrangente, englobando uma série de formatos e modelos, e assim, não há uma definição única para franquia. De acordo com o SEBRAE, o modelo que melhor representa o Sistema atualmente é a franquia de negócio formatado, definido a seguir:

Esse modelo caracteriza-se pela existência de um contrato, no qual uma empresa, detentora de uma marca ou patente (franqueador), utiliza o Sistema de Franquias para expandir seus negócios, concedendo a outros (franqueados) o direito de uso de sua marca ou patente e de exploração comercial do que tiver sido desenvolvido ou testado por ela (SEBRAE, p. 5).

Neste modelo, o franqueado, ao adquirir uma franquia, investe em um modelo de negócio já existente, com uma marca já testada e estabelecida no mercado. O franqueado também recebe suporte e treinamento do franqueador. Dessa forma, abrir uma franquia apresenta menos riscos do que montar um negócio próprio. Por outro lado, o franqueado abre mão de parte de sua liberdade de atuação, por ter que seguir uma série de padrões e exigências determinados pelo franqueador (SEBRAE).

O modelo atual de franquia teve início por volta de 1860 nos Estados Unidos, a partir de uma iniciativa da empresa Singer, sendo adotado posteriormente por outras empresas, como GM e Coca-Cola. Um marco histórico para o Sistema de Franquias ocorreu em 1961, quando Ray Kroc (ex-franqueado do McDonald's) comprou a empresa de seus antigos donos (os irmãos Dick e Mac McDonald), transformando-a em um modelo de franquia que passou a ser adotado por muitas empresas.

Nos últimos anos, o termo “franquia” adquiriu um novo significado. Este novo significado trouxe uma maior aproximação do termo com as áreas da Cultura e da Comunicação, estando atrelado a produtos midiáticos. Johnson (2013) define os três significados do conceito de franquia, e sua trajetória:

Antes da década de 1980, o termo franquia possuía dois significados principais: primeiro, o direito de votar e exercer agência como sujeito de uma instituição; e segundo, uma operação de varejo (como o McDonald's), na qual operadores independentes nos mercados locais pagavam uma taxa de licença pelo direito de realizar negócios, sob uma marca comercial compartilhada. Todavia, nos últimos 30 anos, o termo franquia assumiu um terceiro significado cultural, usado (...) para explicar a replicação multiplicada de produtos culturais a partir de recursos de propriedade intelectual (as linhas expansivas de produtos descritas como "a franquia Star Trek" ou “a franquia O Senhor dos Anéis”) (JOHNSON, 2013, p. 6)

O terceiro significado embasa a noção de franquia utilizada neste trabalho, que comumente é denominada como franquia de mídia. As franquias de mídia estão relacionadas com a produção e negociação de propriedade intelectual, que é o “resultado de um controle contratual e legal sobre a criatividade” (JOHNSON, 2013, p. 8). As franquias ganharam relevância na cultura *pop* a partir do entendimento do controle da propriedade intelectual como elemento central para a estratégia corporativa, o que aconteceu em um contexto de multiplicação e diversificação de mídias.

As franquias de mídia se constituem pelo compartilhamento de recursos de conteúdo, a partir do trabalho colaborativo de vários contextos de produção, sendo consideradas como bases da criatividade colaborativa. Na produção de conteúdos para franquias de mídia, as partes interessadas, em rede, negociam a geração, expansão e uso de recursos culturais (JOHNSON, 2013). Dessa forma, as franquias são territórios de cocriação, em que empresas colaboram para criar conteúdos adequados para cada setor/mídia, “permitindo que cada meio de comunicação gere novas experiências ao consumidor e aumente os pontos de acesso à franquia” (JENKINS, 2009, p. 149).

E afinal, como definir uma franquia de mídia? É comum que a definição de franquia de mídia esteja atrelada a uma lista de exemplos: Marvel, Star Wars, Harry Potter, Jurassic World, Senhor dos Anéis, entre outros. Em movimento contrário, Johnson (2013), ao invés de listar exemplos, busca uma definição que considera as forças econômicas e culturais que moldaram e estruturaram as franquias de mídia. O autor afirma que as franquias são um fenômeno complexo, mutável, incerto e contingencial, e por conta disso, é difícil estabelecer uma definição universal para o termo. Mas, em um nível mais amplo, ele define franquias de mídia como “um sistema econômico para a troca de recursos culturais através de uma rede de relações industriais; (...) um conjunto de estruturas, relações e imaginários para organizar o intercâmbio industrial e a reprodução da cultura” (JOHNSON, 2013, p. 29).

Johnson (2013) também afirma que as franquias de mídia são adotadas pela Indústria Cultural, como forma de organizar suas práticas de produção. A produção das franquias de mídia segue uma lógica diferente das franquias de varejo. Enquanto as franquias de varejo buscam uma integração vertical e uma padronização na produção, distribuição e vendas, as franquias de mídia buscam uma forma mais horizontal de multiplicar a produção, com cada produto tendo suas próprias características de consumo e distribuição. A diferença é que as franquias de mídia focam no volume da

produção ao invés do volume da distribuição: “enquanto produtos de franquias como Coca-Cola e McDonald’s são produzidos em massa - cada item que sai da linha de montagem deve ser idêntico ao seguinte -, seria mais preciso considerar os conteúdos das franquias de mídia como produzidos em série” (JOHNSON, 2013, p. 41).

Contexto de surgimento das franquias de mídia: Cultura da Convergência

O conceito de franquia é amplamente utilizado por Jenkins (2009), no livro *Cultura da Convergência*. Segundo o autor, as franquias são um fenômeno que se tornou popular na contemporaneidade, devido à cultura da convergência, descrita a seguir:

Por convergência, refiro-me 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. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

A Cultura da Convergência foi possibilitada pela digitalização das tecnologias da indústria midiática. A digitalização é o processo de transformação de átomos em *bits*. Neste processo, diferentes meios passam a utilizar a mesma “linguagem digital” dos *bits*, tornando possível que o mesmo conteúdo flua por diferentes canais midiáticos. Neste cenário, os conglomerados midiáticos ganham força, distribuindo conteúdos em diversas plataformas. Segundo Jenkins (2009, p. 38): “A digitalização estabeleceu as condições para a convergência; os conglomerados corporativos criaram seu imperativo”.

Esta perspectiva dialoga com Johnson (2013). De acordo com o autor, até 1970, cada mídia tinha suas empresas de sucesso. A ABC, a NBC e a CBS dominavam o ramo da televisão; Warner Bros, Paramount, 20th Century Fox, Universal e Columbia eram do ramo cinematográfico; Marvel e DC dividiam o mercado dos quadrinhos. A partir de 1980, conglomerados como Time Warner, Viacom, NewsCorp e Disney passaram a operar em múltiplos e diversos canais de mídia (JOHNSON, 2013). O conglomerado The Walt Disney Company, por exemplo, atualmente possui canais de televisão (ABC, Disney Channel, ESPN), estúdios de cinema (Marvel Studios, LucasFilm, 20th Century Studios), estúdios de animação (Walt Disney Animation Studios, Pixar Animation Studios), serviços de *streaming* (Disney+, Hulu), produtos para o consumidor (incluindo *games*, brinquedos e livros), além de parques de diversão e lojas espalhadas pelo mundo (THE WALT DISNEY COMPANY, 2020).

Neste contexto da convergência e dos conglomerados, as franquias de mídia tornam-se muito relevantes. Jenkins (2009, p. 47) define franquia como o “empenho coordenado em imprimir uma marca e um mercado a conteúdos ficcionais”. As franquias podem apresentar uma natureza transmidiática, expandindo seus conteúdos para diferentes mídias, como uma resposta ao cenário da convergência. Este formato de estruturar o conteúdo é denominado narrativa transmídia (JENKINS, 2009).

A partir do estudo do universo ficcional de Matrix (desenvolvido ao longo de três filmes, um conjunto de curtas-metragens de animação, uma série em quadrinhos e dois games), Jenkins (2009) explora como se caracterizam as narrativas transmídia. O autor também ressalta a importância que este formato tem na atual cultura da convergência: “Matrix é entretenimento para a era da convergência, integrando múltiplos textos para criar uma narrativa tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia” (JENKINS, 2009, p. 137).

Uma narrativa transmídia é construída a partir de múltiplas plataformas de mídia, com cada produto midiático contribuindo de forma distinta e valiosa ao “todo” da franquia. Cada produto oferece novos níveis de experiência e revelação ao consumidor, sendo que, em uma franquia transmídia, “o todo vale mais do que a soma das partes” (JENKINS, 2009, p. 145). Todavia, um dos pressupostos de uma franquia transmídia é que cada acesso deve ser autônomo. Ou seja, cada produto pode ser desfrutado independentemente do consumo dos demais. Dessa forma, o público pode escolher entre consumir um produto individualmente ou acompanhar toda a franquia. Neste segundo caso, a profundidade da experiência do “todo” motiva a fidelização do consumidor.

Uma franquia transmídia deve ser construída de forma que sustente múltiplos produtos midiáticos, autônomos e complementares. Dessa forma, o universo ficcional da franquia deve ter flexibilidade de abrigar diversas histórias e personagens. Ao mesmo tempo, o universo também deve ter consistência. A falta de consistência é percebida pelos consumidores mais envolvidos com a franquia, que percebem quando há falhas e contradições. Sendo assim, ao cometer uma falha, a franquia pode desagradar seus consumidores mais fieis (JENKINS, 2009).

Cada vez mais, o foco das franquias transmídia volta-se para a construção de um amplo universo ficcional, flexível e consistente, dando uma nova dimensão às narrativas. De acordo com Jenkins (2009, pp. 161-162):

Cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não 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 o universo em várias direções. Como me disse um experiente roteirista: “Quando comecei, era preciso elaborar uma história, porque, sem uma boa história, não havia um filme de verdade. Depois, quando as sequências começaram a decolar, era preciso elaborar um personagem, porque um bom personagem poderia sustentar múltiplas histórias. Hoje, é preciso elaborar um universo, porque um universo pode sustentar múltiplos personagens e múltiplas histórias, em múltiplas mídias”.

Como as franquias transmídia se expandem através e para diferentes mídias, elas podem assumir diversos formatos. Desse modo, as franquias podem obter grande sucesso em determinada mídia, e baixa relevância em outra. Por exemplo, Mario e Pokémon se destacam nos *videogames*, mas não têm uma participação tão significativa no cinema. Consequentemente, se forem indicadas as franquias de maior sucesso, deve-se ter em mente a mídia principal que está sendo considerada. Este artigo tem como foco a indústria cinematográfica. Portanto, são consideradas as franquias que detêm um alto volume de produção e um grande sucesso de público/bilheteria na mídia cinema, as quais também são denominadas como franquias cinematográficas ao longo do estudo.

Franquias e *Blockbusters* no Cinema Contemporâneo

O cinema contemporâneo está cada vez mais relacionado com a prática das franquias de mídia. Segundo Mascarello (2006), por volta de 1975, a indústria cinematográfica passou por uma reconfiguração, e a “Velha Hollywood” deu espaço para a “Nova Hollywood”. Neste novo cenário, passam a se destacar os *blockbusters high concept*, filmes que se caracterizam pela união do estético (narrativa, estilo, técnica) com o econômico (sistema de produção, *marketing*, distribuição e exibição). Estes filmes assumem “a posição de carro-chefe absoluto de uma indústria fortemente integrada, daí em diante, à cadeia maior da produção e do consumo midiáticos (cinema, TV, vídeo, jogos eletrônicos, parques temáticos, brinquedos, etc)” (MASCARELLO, 2006, p. 336). Em outras palavras, a “Nova Hollywood”, inserida na Cultura da Convergência e no contexto dos conglomerados midiáticos, se caracteriza, principalmente, pela produção de *blockbusters high concept*, que atuam em sinergia e integração com outros produtos midiáticos, constituindo franquias de entretenimento.

O modelo norte-americano da “Nova Hollywood” - conglomerada, sinérgica e produtora de *blockbusters high concept* - serviu de inspiração mundo afora. Em *Mainstream*, Frédéric Martel (2013) estuda as indústrias de entretenimento dos cinco continentes, apresentando conglomerados que se destacam nas diferentes regiões do mundo, como a Reliance Entertainment (Índia), o Grupo Rotana (região árabe), o Grupo eSun (China) e a Rede Globo (Brasil). O autor identifica que os conglomerados de diferentes países estão, cada vez mais, empenhados em produzir uma cultura *mainstream*. *Mainstream* se refere a produtos culturais que visam atingir um público amplo (os *hits*, os *best-sellers* e os *blockbusters*), se configurando como uma cultura “de mercado” e “para todos” (MARTEL, 2013). A cultura *mainstream*, refletida nos *blockbusters* do cinema contemporâneo, se relaciona com a prática das franquias de mídia, uma vez que este formato tem grande potencial de atingir público amplo.

A importância das franquias na produção de *blockbusters* pode ser percebida pela análise do *ranking* das maiores bilheterias globais da história do cinema. Entre os campeões de bilheteria, figuram diversos filmes de grandes franquias cinematográficas, como “Universo Cinematográfico da Marvel”, “Star Wars”, “Harry Potter”, “Jurassic Park” e “Veloze e Furiosos”³ (BOX OFFICE MOJO, 2020). A fim de obter um panorama geral do mercado global, foi pesquisado o faturamento total e a quantidade de lançamentos das franquias cinematográficas de maior sucesso. A partir dos dados obtidos pelo website The Numbers (2020), foi elaborado o Quadro 1, que inclui as 3 franquias globais de maior faturamento da história: “Universo Cinematográfico da Marvel”, “Star Wars” e “Mundo Bruxo da J.K. Rowling” (ou “Harry Potter”).

Quadro 1: Franquias cinematográficas globais de maior faturamento

Franquia	Filmes Lançados*	Renda total global (U\$)
Universo Cinematográfico da Marvel	23	\$22.572.761.558,00
Star Wars	12	\$10.320.603.993,00
Mundo Bruxo da J.K. Rowling (Harry Potter)	10	\$9.257.276.258,00

*Não contabilizando relançamentos e edições especiais

Fonte: A autora (2020), com base nos dados do The Numbers (2020).

³ Essas franquias se destacam por possuírem um alto volume de produção de filmes para o cinema, emplacando muitos deles como sucessos de público e bilheteria. Do top 15 filmes com as maiores bilheterias globais da história, 11 deles são provenientes destas grandes franquias cinematográficas - no top 15, constam 5 filmes da Marvel, 2 do “Star Wars”, 2 do “Jurassic Park”, 1 do “Veloze e Furiosos” e 1 do “Harry Potter” (BOX OFFICE MOJO, 2020).

As franquias também se destacam entre os *blockbusters* da indústria cinematográfica nacional, porém com um menor volume de produção quando comparadas às globais. No Brasil, as franquias com maior volume de produção são: “Minha Mãe é uma Peça”, “Até que a Sorte nos Separe” e “De Pernas pro Ar”, todas com 3 filmes lançados e sucesso de público e bilheteria. Para obter um panorama geral, foi elaborado o Quadro 2, que apresenta a renda e o público totais de cada franquia - dados obtidos a partir de documentos do OCA/ANCINE (2020a, 2020b, 2019).

Quadro 2: Renda e público totais das franquias nacionais

Franquia	Filmes Lançados	Renda total (R\$)	Público total
Minha Mãe É Uma Peça	3	R\$ 312.071.188,27	22.470.037
Até Que A Sorte Nos Separe	3	R\$ 122.250.327,04	10.731.368
De Pernas Pro Ar	3	R\$ 109.809.210,12	10.191.123

Fonte: A autora (2020), com base nos dados do OCA/ANCINE (2020a, 2020b, 2019).

De acordo com os dados de bilheteria total das franquias cinematográficas (Quadros 1 e 2), percebe-se que o “Universo Cinematográfico da Marvel” e “Minha Mãe É Uma Peça” são as franquias de maior sucesso dos mercados global e brasileiro, respectivamente. Portanto, foram selecionadas como objeto de estudo do presente artigo. A seguir, será realizada uma contextualização das origens, das trajetórias e das principais características das estruturas destas duas franquias.

Marvel Entertainment: Dos Quadrinhos ao Cinema

A Marvel Entertainment define-se como uma das empresas de entretenimento mais proeminentes do mundo, com mais de 8000 personagens apresentados em diversas mídias, ao longo de seus mais de 75 anos de atuação. Desde 2009, a empresa é uma subsidiária da The Walt Disney Company (MARVEL, 2020).

A história da Marvel começou pelos quadrinhos de super-heróis, tendo a primeira edição da Marvel Comics publicada em 1939, pela editora Timely Comics. Ao longo da década de 1940, os quadrinhos fizeram grande sucesso, porém, na década de 1950, eles perderam popularidade e as vendas decaíram. Após alguns anos de decadência, os quadrinhos voltaram a ganhar relevância na década de 1960, época em que a editora passou a se chamar Marvel Comics. Stan Lee, Jack Kirby e Steve Ditko

foram criadores que se destacaram nesta época, sendo essenciais para o grande desenvolvimento dos heróis da Marvel Comics (HOWE, 2013).

A partir da adaptação dos heróis dos quadrinhos para outras mídias, a Marvel foi crescendo e se diversificando. Atualmente, a Marvel Entertainment (conglomerado que engloba todos os canais da Marvel) oferece uma variedade de produtos midiáticos, entre eles, HQs, filmes, séries, brinquedos e games.

A divisão responsável pelas produções cinematográficas é a Marvel Studios. Inicialmente, esta divisão operava como licenciadora dos personagens dos quadrinhos da Marvel, vendendo seus direitos para adaptações para o cinema. A Marvel Studios licenciou seus heróis para produções como *Blade* (1998), da New Line, *X-Men* (2000), da Fox, e *Homem-Aranha* (2002), da Sony. No final de 2003, David Maisel foi contratado como diretor operacional da Marvel Studios. Maisel refletia sobre a possibilidade de a Marvel Studios produzir seus próprios filmes, fazendo *crossovers* de seus personagens, assim como a Marvel Comics já tinha feito, "para que cada filme pudesse se tornar uma preparação para o próximo e, basicamente, depois do primeiro filme, seriam todos continuções ou quase continuções" (MAISEL, 2016). Em 2007, Maisel foi anunciado como *chairman* da Marvel Studios, e Kevin Feige (que viraria produtor cinematográfico de todos os filmes do MCU) como presidente de produção. Na mesma época, começaram as filmagens de *Homem de Ferro* (2008), dando início ao Universo Cinematográfico da Marvel (BUSINESS WIRE, 2007).

O Universo Cinematográfico da Marvel (ou MCU) envolve os produtos audiovisuais produzidos pela Marvel Studios, não incluindo filmes de outros estúdios com heróis licenciados da Marvel, como *Blade* (1998), *X-Men* (2000) e *Homem-Aranha* (2002). Desde *Homem de Ferro* (2008), foram 23 filmes lançados pelo MCU, divididos em 3 “fases”⁴ - as "Fases" da Marvel são uma maneira de organizar as produções e os lançamentos da franquia. Cada Fase introduz novos personagens ao MCU, que são reunidos em grandes *crossovers* ao final de cada ciclo, em cada filme dos Vingadores.

⁴ As 23 produções cinematográficas do MCU são indicadas a seguir, por Fase.

Fase 1 (2008-2012) - *Homem de Ferro* (2008), *O Incrível Hulk* (2008), *Homem de Ferro 2* (2010), *Thor* (2011), *Capitão América: O Primeiro Vingador* (2011) e *Os Vingadores* (2012).

Fase 2 (2013-2015) - *Homem de Ferro 3* (2013), *Thor: O mundo sombrio* (2013), *Capitão América: O Soldado Invernal* (2014), *Guardiões da Galáxia* (2014), *Vingadores: Era de Ultron* (2015) e *Homem-Formiga* (2015).

Fase 3 (2016-2019) - *Capitão América: Guerra Civil* (2016), *Doutor Estranho* (2016), *Guardiões da Galáxia – Vol. 2* (2017), *Homem-Aranha: De volta ao lar* (2017), *Thor: Ragnarok* (2017), *Pantera Negra* (2018), *Vingadores: Guerra Infinita* (2018), *Homem-Formiga e a Vespa* (2018), *Capitã Marvel* (2019), *Vingadores: Ultimato* (2019) e *Homem-Aranha: Longe de Casa* (2019).

Para exemplificar a estrutura: na Fase 1 do MCU, são apresentados os heróis Homem de Ferro, Hulk, Thor e Capitão América, sendo que cada um destes personagens tem seu filme solo⁵; no final da Fase 1, os 4 heróis e mais 2 agentes (Viúva Negra e o Gavião Arqueiro) aparecem juntos, formando um grupo que leva o mesmo nome do filme - *Os Vingadores* (2012). Dessa forma, os personagens do MCU se alternam entre momentos de protagonismo, de aparições breves e até de ausência. Estas mudanças no protagonismo ao longo dos diferentes filmes da franquia, junto à atenção a detalhes de contextualização, ajudam a constituir um universo ficcional compartilhado e expandido.

Complementando o universo ficcional do MCU, a partir de uma estratégia transmidiática, a Marvel também já produziu diversas séries, tanto para televisão - *Agents of S.H.I.E.L.D.* (2013-2020), *Agent Carter* (2015-2016) e *Inhumans* (2017) - quanto para serviços de streaming, como Netflix - *Demolidor* (2015-2018), *Jessica Jones* (2015-2019), entre outras.

Minha Mãe É Uma Peça: O Desenvolvimento de Dona Hermínia

A franquia “Minha Mãe É Uma Peça” é protagonizada por Dona Hermínia, personagem criada e interpretada pelo ator e comediante Paulo Gustavo. Hermínia é uma mãe e dona-de-casa de meia-idade, sendo inspirada na relação de Paulo Gustavo com sua própria mãe e com outras mulheres de sua família. A primeira aparição da personagem foi no teatro, em um esquete curta de Paulo Gustavo para a peça *Surto*, em 2004 (PAULO GUSTAVO, 2018).

Em 2006, Dona Hermínia voltou aos palcos de teatro, protagonizando o monólogo *Minha Mãe É Uma Peça*, no Teatro Cândido Mendes (RJ). O espetáculo, idealizado e escrito por Paulo Gustavo, foi montado com poucos recursos: cerca de R\$3.000, arrecadados por meio de colaborações da família do artista. Em pouco tempo, *Minha Mãe É Uma Peça* se tornou um sucesso na cena carioca, esgotando diversas sessões (PAULO GUSTAVO, 2018, 2020a, 2020b).

Em 2011, Paulo Gustavo ganhou seu próprio programa de TV, no Canal Multishow, denominado *220 Volts* (2011-2016). O programa foi estruturado no formato de esquetes, apresentando diversos personagens interpretados pelo humorista, entre eles,

⁵ O MCU é caracterizado por realizar diversos crossovers de seus personagens, em especial, nos filmes dos Vingadores. Ao contrário destes filmes com vários protagonismos, o “filme solo” apresenta um herói específico como o protagonista.

Dona Hermínia. A personagem, assim, ganhou seu espaço na televisão, depois do sucesso no teatro. (PAULO GUSTAVO, 2020a)

Devido ao sucesso no teatro e na TV, Dona Hermínia ganhou seu primeiro longa-metragem para o cinema, intitulado *Minha Mãe É Uma Peça: O Filme* (2013). Em entrevista ao Papelpop, Paulo Gustavo (2013) relatou que, na versão para o cinema, as personagens ganham vida, enquanto na peça, é tudo imaginado e sugerido, uma vez que se trata de um monólogo. Assim, o filme propiciou uma experiência diferente ao público. *Minha Mãe É Uma Peça: O Filme* (2013) foi um sucesso de público e bilheteria, atingindo 4,6 milhões de espectadores no cinema e arrecadação em bilheteria superior a R\$49 milhões (OCA/ANCINE, 2020a).

Depois do sucesso no cinema, Dona Hermínia ganhou seu próprio livro, em 2015. Escrito por Paulo Gustavo, com colaboração de Ulisses Mattos e Fil Braz, *Minha Mãe É Uma Peça* (2015) apresenta texto informal e humorístico, contando com a narração da própria Dona Hermínia (PAULO GUSTAVO, 2020a).

Após a publicação do livro, foi lançado o segundo filme da franquia, *Minha Mãe É Uma Peça 2* (2016), que bateu recordes no cinema nacional. A produção obteve uma renda superior a R\$124 milhões, tornando-se o filme nacional com maior arrecadação em bilheteria até então. O sucesso do filme garantiu a continuação. Em 2019, foi lançado o terceiro filme da franquia, que bateu o recorde novamente. A arrecadação de *Minha Mãe É Uma Peça 3* (2019) superou a de seu antecessor, totalizando mais de R\$137 milhões em bilheteria, o que consagrou o filme como a maior renda do cinema nacional (OCA/ANCINE, 2020a). No início de 2020, Paulo Gustavo confirmou a produção de uma série da franquia, para o serviço de *streaming* Globoplay, com 4 temporadas e 45 episódios já confirmados (PAULO GUSTAVO, 2020c).

Considerações finais

Pela análise das estruturas do “Universo Cinematográfico da Marvel” e de “Minha Mãe É Uma Peça”, pôde-se perceber algumas semelhanças entre as franquias. Uma importante semelhança é que ambas as franquias se pautam em uma narrativa transmídia, expandindo suas histórias para diferentes produtos midiáticos. Os heróis da Marvel surgiram nos quadrinhos e, com o tempo, passaram a protagonizar *games*, filmes e séries; Dona Hermínia surgiu no teatro e, depois, ganhou programa de TV, filme, livro e série. Pela análise destas trajetórias, pode-se perceber outra semelhança: o

“Universo Cinematográfico da Marvel” e “Minha Mãe É Uma Peça” representam as franquias cinematográficas de maior sucesso dos mercados global e brasileiro, porém nenhuma delas surgiu no cinema. Ambas as franquias são originárias de outras mídias (quadrinhos e teatro), mas atingem seu auge no cinema, alcançando um público maior e um posto de destaque e reconhecimento na cultura *pop mainstream*.

A análise das franquias também demonstrou uma grande diferença entre o universo da Marvel e de Dona Hermínia, referente a seus aspectos de criação. “Minha Mãe É Uma Peça” está muito relacionada à trajetória de Paulo Gustavo, por dois principais motivos. Primeiro, Paulo Gustavo criou a personagem Dona Hermínia a partir de um aspecto pessoal de sua vida (a relação com sua família). Segundo, Paulo Gustavo participou ativamente da criação de todos os produtos da franquia, atuando em diversas funções nas diferentes mídias – idealizador, roteirista, ator, escritor, etc. Apesar de “Minha Mãe É Uma Peça” já ter contabilizado diversos colaboradores importantes para a criação de seus produtos, a franquia é, essencialmente, um projeto de Paulo Gustavo. Em outras palavras, não há Dona Hermínia sem Paulo Gustavo. Enquanto isso, a Marvel apresenta um cenário bastante diferente. É difícil relacionar o universo da Marvel a apenas um grande idealizador, uma vez que cada mídia apresenta equipes diferentes de criação, nas quais se destacam diferentes profissionais. Nos quadrinhos, se destacam criadores como Stan Lee, Jack Kirby e Steve Ditko. No cinema, Kevin Feige detém um papel central, sendo o atual presidente da Marvel Studios e atuando como produtor de todos os filmes já lançados do “Universo Cinematográfico da Marvel”. Ao mesmo tempo, a representação visual (ou a “cara”) do MCU está muito atrelada à imagem dos atores de seu elenco, como Robert Downey Jr e Chris Evans. Estes exemplos demonstram como é difícil relacionar a Marvel e o MCU à figura de uma pessoa só, como acontece em “Minha Mãe É Uma Peça”. Isto porque, primeiramente, o universo da Marvel existe há mais de 80 anos (primeira publicação em 1939), e seria inviável uma pessoa acompanhar todo o seu desenvolvimento. Além disso, a Marvel explora fortemente o recurso da cocriação, conforme apontado por Johnson (2013) e Jenkins (2009), que envolve diversas partes interessadas para a criação de produtos midiáticos.

Analisando os personagens e protagonismos do “Universo Cinematográfico da Marvel” e de “Minha Mãe É Uma Peça”, percebe-se uma grande diferença na estrutura das duas franquias. Os personagens do MCU alternam sua participação nos filmes entre momentos de protagonismo, de aparições breves (como contextualização) ou de

ausência. Dessa forma, o MCU explora as diferentes conexões entre os personagens de seu complexo universo ficcional, com grande atenção aos detalhes de contextualização dos filmes. Por outro lado, os filmes de “Minha Mãe É Uma Peça” focam na história de Dona Hermínia, sendo ela a protagonista de todas as produções cinematográficas, assim como dos outros produtos midiáticos da franquia. Ou seja, “Minha Mãe É Uma Peça” está mais voltada ao desenvolvimento de uma personagem específica.

Portanto, o “Universo Cinematográfico da Marvel” está voltado à construção de um universo ficcional complexo, enquanto “Minha Mãe É Uma Peça” apresenta uma estrutura mais focada no desenvolvimento de uma personagem específica. Como analisado por Jenkins (2009), o mercado cinematográfico esteve primeiro empenhado na elaboração de histórias, depois de personagens, e por fim, de universos. Isto porque um universo sustenta diversos personagens, que por sua vez, sustentam múltiplas histórias. O que se pôde concluir é que, enquanto a franquia global foca na construção de universos expansivos, a franquia brasileira ainda obtém sucesso com a elaboração de bons personagens. Embora estejam em patamares diferentes de complexidade de estrutura, ambas as franquias demonstraram que o formato apresenta grande potencial para atingir sucesso de público e bilheteria. Por conseguinte, as franquias apresentam uma importância crescente para o cinema contemporâneo, a nível global e nacional.

REFERÊNCIAS

BOX OFFICE MOJO. **Top Lifetime Grosses.** [2020] Disponível em: https://www.boxofficemojo.com/chart/ww_top_lifetime_gross/?area=XWW. Acesso em: 28 ago 2020.

BUSINESS WIRE. **Marvel Entertainment Names David Maisel as Chairman, Marvel Studios and Kevin Feige as President of Production.** Los Angeles, 13 Mar 2007. Disponível em: <https://www.businesswire.com/news/home/20070313005273/en/Marvel-Entertainment-Names-David-Maisel-Chairman-Marvel>. Acesso em: 15 nov 2019.

HOWE, Sean. **Marvel Comics: A História Secreta.** São Paulo: LeYa, 2013.

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

JOHNSON, Derek. **Media Franchising: Creative License and Collaboration in the Culture Industries.** New York University Press, 2013.

MAISEL, David. Marvel Studios' Origin Secrets Revealed by Mysterious Founder: History Was "Rewritten". [Entrevista cedida a] Kim Masters. **The Hollywood Reporter**, Los Angeles, 5 Maio 2016. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/features/marvel-studios-origin-secrets-revealed-889795>. Acesso em: 15 nov 2019.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: A guerra global das mídias e das culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MARVEL. **Marvel Corporate Information** [2020] Disponível em: <https://www.marvel.com/corporate/about>. Acesso em: 28 jul 2020.

MASCARELLO, Fernando. Cinema Hollywoodiano Contemporâneo. In: **História do Cinema Mundial**. Campinas, SP: Papirus, 2006.

OCA/ANCINE. “**Minha mãe é uma peça 3**” já é o filme brasileiro com a maior bilheteria da série histórica. [2020a] Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/minha-m-e-uma-pe-3-j-o-filme-brasileiro-com-maior-bilheteria-da-s-rie-hist>. Acesso em: 15 jun 2020.

OCA/ANCINE. **Distribuição em Salas – 2019**. [2020b] Disponível em: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/distribuicao_2019.pdf. Acesso em: 01 jul 2020.

OCA/ANCINE. **Listagem dos Filmes Brasileiros Lançados Comercialmente em Salas de Exibição 1995 a 2018**. [2019] Disponível em: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2102_0.pdf. Acesso em: 01 jul 2020.

PAULO GUSTAVO (Website). **Minha Mãe É Uma Peça**. [2020b] Disponível em: <https://paulogustavo.com/projetos/minha-mae-e-uma-peca/>. Acesso em: 09 set 2020.

PAULO GUSTAVO (Website). **O Ator**. [2020a] Disponível em: <https://paulogustavo.com/o-ator/>. Acesso em: 09 set 2020.

PAULO GUSTAVO. 220 Paulos. [Entrevista cedida a] Victória Costa. **Revista Invoga**, n. 36, abr/maio 2018. Disponível em: <https://invoga.com.br/2018/05/18/220-paulos/>. Acesso em: 08 set 2020.

PAULO GUSTAVO. Paulo Gustavo - Entrevista para o Papelpop.com. [Entrevista cedida a] Zé Brites. **Papelpop**, 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2GODk2jxG1I>. Acesso em: 08 set 2020.

PAULO GUSTAVO. Paulo Gustavo sobre beijo gay: “Patético me chamar de homofóbico”. [Entrevista cedida a] Luiz Prisco. **Metrópoles**, 2020c. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/cinema/paulo-gustavo-sobre-beijo-gay-patetico-me-chamar-de-homofobico>. Acesso em: 11 set 2020.

SEBRAE. **Franquia Franqueado Franqueador**. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/franquias_portal_sebrae.pdf. Acesso em: 09 nov 2019.

THE NUMBERS. **Movie Franchises**. [2020] Disponível em: <https://www.the-numbers.com/movies/franchises>. Acesso em: 22 jul 2020.

THE WALT DISNEY COMPANY. **About The Walt Disney Company** [2020] Disponível em: <https://thewaltdisneycompany.com/about/>. Acesso em: 24 jul 2020.