



O Mito como Base da Construção de Universos na Narrativa *Transmídia* de **Matrix**¹

Caio Castro Mello SANTOS²

Caíque Luiz Batista de PAULA²

Edilberto Vinícius Brito NASCIMENTO²

Patricia Horta ALVES³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

A narrativa *transmídia*, de posse da convergência de meios, tem-se mostrado como estratégia de fidelização de público aos conteúdos midiáticos. Os produtos convidam seus consumidores a uma interação participativa, peça chave para a construção das narrativas de entretenimento. Este *paper* tem como referência a franquia Matrix, já que a variedade de conteúdo acarretada pelo uso da narrativa mítica possibilita a convergência midiática (games, quadrinhos, websites e animes) e, mercadologicamente, amplia os lucros da produtora. Este estudo visa a apresentar de que forma a narrativa *transmídia*, e mítica, dá margem a um universo infinito de símbolos em seus produtos.

PALAVRAS-CHAVE: narrativa *transmídia*; mito; convergência; matrix.

INTRODUÇÃO

Este *paper* tenta responder à seguinte problemática: de que forma a narrativa *transmídia*, de posse de mitos, dá margem a um universo infinito de símbolos em seus produtos? Para tal, apresentam-se os objetivos geral e específico, na mesma ordem, (1) analisar quais os aspectos que a narrativa *transmídia*, utilizando-se de mitos, atribui aos seus textos dando margem a uma maior interação entre o público e a obra; (2.1) notar a presença dos mitos em Matrix; e (2.2) observar como a narrativa *transmídia* dá margem à presença dos mitos na obra.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

² Graduandos em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: pthorta@gmail.com.



De antemão, expõem-se como hipótese, a narrativa *transmídia*, não apenas pela variedade de suportes que dispõe, mas também pela sua ligação direta com o mercado de consumo, dá margem a narrativas cada vez mais complexas que possam abarcar uma história infinita para seus leitores (consumidores). Desta forma, a preocupação dos criadores, os irmãos Wachowsky, foi a de utilizar-se de mitos para que o universo narrativo pudesse trazer reflexões capazes de se estender por mais tempo do que as superficiais análises dos *blockbusters*.

Este artigo justifica-se, primeiramente, no interesse pela temática surgido após estudo da obra “Cultura da Convergência” (JENKINS, 2009). Contudo, percebeu-se que a narrativa *transmídia* analisada pelo autor deu-se, fundamentalmente, graças à presença mítica no filme. A trilogia Matrix e seus recordes de venda representam mais do que um sucesso cinematográfico para a indústria criativa, possibilitou o uso do conteúdo em diversas plataformas de mídia, ampliando o mercado de produtos da linha Matrix para games, páginas de *internet*, quadrinhos, animes etc. Além disso, as pesquisas acadêmicas recorreram a Matrix em diversas linhas de análise, nas quais sugerem aspectos no filme de que os próprios autores desconheciam. Tal observação constata que o universo da película é maior do que seus criadores, público e enredo.

A metodologia de pesquisa dá-se através de revisão bibliográfica – selecionada de acordo com temáticas referentes à pesquisa e pela qual serão levantados alguns temas, dentre os quais mito e construção de universos narrativos; *transmídia* e narrativa sinérgica; integração coletiva; mídia e consumo. Foi realizada em conjunto a conceituação de mito e estudo, em distintas nuances, da obra de Matrix.

CONCEITUALIZAÇÃO DE MITO

Neste trabalho são analisados os conceitos de mito na trilogia Matrix (*Matrix*, 1999; *Reloaded*, 2003; *Revolutions*, 2003), tendo em vista a narrativa sinérgica e *transmídia*. Inicialmente, porém, propõe-se uma breve historiografia sobre o *mito*. Para tal é construído um paralelo entre as obras “Convite à filosofia” (CHAUÍ, 1995); “O que é mito” (ROCHA, 1996); “O Mito” (SALAVISA, 2006).

O mito é uma narrativa cuja função é compreender, seja o que for. Para Chauí (1995, p.32) e Salavisa (2006, p. 2), o mito detém-se a questões sobre a origem de alguma coisa – a gênese do mundo; o fenômeno da vida; o sentido da existência humana; o futuro; a imortalidade; a culpa; responsabilidade; destino; necessidade e liberdade –, aquela, a propósito, associa o surgimento da Filosofia grega à Mitologia,



tendo como parâmetro a temática da gênese: “a Filosofia nasceu realizando uma transformação gradual sobre os mitos gregos ou nasceu por uma ruptura radical com os mitos?” (CHAUÍ, 1995: 32).

Salavisa (2006: 02) recorre a Heinnemann, em “A Filosofia no séc. XX”, para responder a esse questionamento: “Mesmo quando em lugar do *mito* aparece a filosofia (o pensar que se confronta com esforço racional de cada indivíduo com a crença e a tradição da sociedade), só gradualmente é que a atitude mítica se esvai” (Heinnemann, 1993, *apud* Salavisa, 2006).

Everardo Rocha (1996: 03) compartilha o entendimento do mito como narrativa, contudo ressalta o tipo específico próprio a ele:

O mito é uma narrativa. É um discurso, uma fala. É uma forma de as sociedades espelharem suas contradições, exprimirem seus paradoxos, dúvidas e inquietações. Pode ser visto como uma possibilidade de se refletir sobre a existência, o cosmos, as situações de "estar no mundo" ou as relações sociais. [...] Mas o mito não seria uma narrativa ou uma fala qualquer. Se assim o fosse ele se descaracterizaria, perderia sua especificidade. [...] O mito é, então, uma narrativa especial, particular, capaz de ser distinguida das demais narrativas humanas. (ROCHA, 1996: 03)

Em relação ao *ponto de partida* do mito – segundo Chauí (1995) e Salavisa (2006), como abordado, a problemática da gênese –, Everardo Rocha contrapõe que a origem de algo não explica seu estado atual, ou seja, desacredita a função primeira do mito, a de tornar compreensível:

Mas, a questão da origem (seja do que for) corre o perigo de ser uma falsa questão. Em primeiro lugar, porque quase que todas as origens estariam perdidas, seriam de improvável localização e o que teria ali acontecido são conjecturas, especulações e hipóteses de difícil comprovação. Em segundo lugar, e aqui está o principal, *a origem de uma coisa não garante a explicação do seu estado atual*. A origem do homem, por exemplo, vindo do macaco, de outro planeta ou do paraíso, dificilmente serviria para explicá-lo nas suas múltiplas possibilidades existenciais. (ROCHA, 1996: 04, grifo nosso)

Chauí (1995), Salavisa (2006) e Rocha (1996) recorrem ora ao conceito dicionarizado de mito ora à sua etimologia. Marilena Chauí, por exemplo, torna visível a origem grega do vocábulo:

A palavra *mito* vem do grego, *mythos*, e deriva de dois verbos: do verbo *mytheyo* (contar, narrar, falar alguma coisa para outros) e do verbo *mytheo* (conversar, contar, anunciar, nomear, designar). Para os gregos, mito é um discurso pronunciado ou proferido para ouvintes que recebem como verdadeira a narrativa, porque confiam naquele que narra; é uma narrativa feita em público, baseada, portanto, na autoridade e confiabilidade da pessoa do narrador. (CHAUÍ, 1995: 32)

Salavisa (2006: 02-03), no entanto, investiga os três conceitos de mito dispostos pelo filósofo Abbagnano em “Dicionário de Filosofia”: 1) “Mito como uma forma atenuada de intelectualidade”; “Platão contrapõe o *mito* à verdade ou à narrativa verdadeira, reconhecendo que (...) é a única validade a que o ser humano pode aspirar [...]. Já Aristóteles considera o *mito* como o primeiro degrau que nos leva à filosofia” (ABBAGNANO, 1970, *apud* SALAVISA, 2006, grifo do autor); 2) “Mito como uma forma autônoma de pensamento ou de vida”; “Não é [o mito] uma verdade intelectual corrompida ou degenerada, mas sim uma verdade autêntica de forma fantástica e poética” (ABBAGNANO, 1970, *apud* SALAVISA, 2006, grifo do autor); e 3) “Mito como instrumento de controle social”; “(...) o mito não está limitado ao mundo ou à mentalidade dos primitivos, sendo antes indispensável a toda cultura. O reforço da tradição ou a formação rápida de uma tradição capaz de controlar a conduta dos homens parece ser a função do mito” (ABBAGNANO, 1970, *apud* SALAVISA, 2006).

Everardo Rocha (1996) revisita, de forma “ligeira”, os conceitos acima reconhecidos com a ilustração do verbete *mito* no Dicionário Aurélio: “Fato, passagem dos tempos fabulosos; tradição que, sob forma de alegoria, deixa entrever um fato natural, histórico ou filosófico; (sentido figurado) coisa inacreditável, sem realidade”.

Introduzidos os conceitos e questionamentos recorrentes aos autores e comentaristas cientes desde então, Chauí (1995), Salavisa (2006) e Rocha (1996), inicia-se a continuação um apanhado da representação mítica, ao longo do tempo, segundo Mircea Eliade e Barthes.

O MITO SEGUNDO MIRCEA ELIADE

Os conceitos vistos a seguir compõe a obra “Mito y Realidad” (1991). Eliade, antes de significar *mito*, inicia uma distinção entre a acepção mitológica da Grécia Antiga e de “sociedades arcaicas”:



Em vez de tratar, como seus predecessores, o mito na acepção usual do termo, quer dizer, enquanto “fábula”, “invenção”, “ficção”, [os estudiosos ocidentais] aceitaram-no tal como o compreendiam nas sociedades arcaicas, nas quais o mito designa, pelo contrário, uma “história verdadeira”, e, mais importante, uma história de inapreciável valor, por ser sagrada, exemplar e significativa. (ELIADE, 1991: 05, tradução nossa)

Em seguida, Eliade explica historicamente essa mudança pela qual o entendimento de mito como “história verdadeira” passou a designar, hoje, “ficção”:

A partir de Xenófanes (565 a.C.-470 a.C) – que foi o primeiro a criticar e rechaçar as expressões “mitológicas” da divindade utilizadas por Homero e Hesíodo – os gregos foram esvaziando progressivamente o *mythos* de todo valor religioso ou metafísico. Oposto tanto a *logos* como mais tarde à *história*, *mythos* terminou por significar tudo “que não pode existir na realidade”. Por sua vez, o judeu-cristianismo relegava ao domínio da “mentira” e da “ilusão” tudo aquilo que não estava justificado ou declarado válido por um dos Testamentos. (ELIADE, 1991: 05, tradução nossa)

Eliade, a seguir, põe-se a “ensaiar” um conceito “menos imperfeito” do que seria o mito. Para ele, tal tarefa resultaria difícil, principalmente se constituísse uma definição universal do mito, facilmente aceita por eruditos e leigos. Desta forma, Eliade mostra-se em sintonia com o anteriormente afirmado por Chauí (1995) e Salavisa (2006) sobre a narratividade e problemática da gênese no mito:

Pessoalmente, a definição que me parece menos imperfeita, por ser a mais ampla, é a seguinte: o mito conta uma história sagrada; relata um acontecimento que teve lugar no tempo primordial, o tempo fabuloso dos “primórdios”. Dito de outro modo: o mito conta como, graças a façanhas dos Seres Sobrenaturais, uma realidade vinda à existência, seja esta a realidade total, o Cosmos, ou somente um fragmento: uma ilha, uma espécie vegetal, um comportamento humano, uma instituição. É, pois, sempre o relato de uma “criação”: narra-se como algo que já foi produzido, que começou a *ser*. (ELIADE, 1991: 05, tradução nossa)

O MITO SEGUNDO ROLAND BARTHES

Para Barthes (1988: 249, apud SALAVISA, 2006: 04), o mito seria uma fala – algo similar à característica narrativa denunciada anteriormente. Uma fala transitória sujeita ao tempo – como também explicou Eliade, visto acima. “É um sistema de comunicação; uma mensagem que não pode ser um objeto, conceito ou ideia, mas sim uma forma, um modo de significação” (1988: 249, apud SALAVISA, 2006: 04).

Uma vez tido como linguagem, o mito passa a encerrar um sistema de signos e significações. Apelar-se-ia, dessa forma, a um sentido figurado do mito, não a um entendimento em si: “O mito não pode ser definido por aquilo que veicula na sua mensagem, mas pelo *modo* como o faz; então, defini-lo, em última instância, é desvendar o modo, a maneira como ele impulsiona o processo de significação” (SERVA, 1992: 130, grifo do autor).

Serva (1992: 130) propõe a maneira com a qual, segundo Barthes, o mito-sígnio agiria no processo de significação: 1) o mito seria, segundo Barthes, um “sistema semiológico segundo”, tendo em vista que sua formação ocorre segmentada a uma semiológica precedente a ele; 2) processo de ressignificação: “por conseguinte, no mito, o que é signo (totalidade associativa entre significante e significado), no primeiro sistema, toma-se apenas o significante no segundo, o qual será associado a um novo significado, perfazendo um novo signo”.

O MITO DA CAVERNA E MATRIX

A breve historiografia acima pontuada deixou de abordar autores como Lévi-Strauss, responsável pelo “trabalho de campo” na Antropologia Social; John Fiske, filósofo e historiador norte-americano; Bunnett Tylor, antropólogo evolucionista, não por considerá-los irrelevantes para a compreensão do mito, e sim para tornar esse conceito mais facilmente manipulável aos objetivos deste trabalho.

Para dar continuidade ao que se deseja aqui, como dito, é necessário adiante expor um mito da Grécia Antiga, do tempo em que sua acepção era atrelada à palavras sagrada, inquestionável, dogma. Trata-se de um excerto do livro *A República*, atribuído a Platão, o “Mito da Caverna” ou “Alegoria da Caverna” (*A Alegoria da Caverna*, 2000).

Resumidamente: existe uma caverna habitada por seres humanos – acorrentados e à penumbra – de onde se podem avistar sombras e ouvir sons. Como as silhuetas projetadas na parede da caverna se assemelham a homens, plantas, etc., os prisioneiros, por conseguinte, associam-nas aos sons e concluem que essas sombras na verdade são homens, plantas, etc. Um dia, porém, um dos prisioneiros consegue se libertar do cárcere escuro e, ao chegar ao *mundo real*, é imediatamente ofuscado pela luz do sol, mas aos poucos repara o mundo, inclusive, percebe que as sombras que julgou anteriormente homens, plantas, etc. eram, contudo, estátuas. E os sons, vindos dos homens que as carregavam. Surpreso, o fugitivo decide contar a novidade aos



prisioneiros, eles, porém, não a aceitam e o taxam de louco, por não conhecerem o mundo de fora da caverna, o *mundo real*.

A partir do Mito da Caverna, acima, e dos conceitos de mito, pretende-se a seguir traçar um paralelo com a trilogia Matrix (*Matrix*, 1999; *Reloaded*, 2003; *Revolutions*, 2003), levando-se em consideração os recursos da narrativa sinérgica e transmídia, logo mais explicados.

MATRIX E A EXPERIÊNCIA DA NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA

Primeiro é importante salientar que Matrix não é somente uma série de três filmes, é um arsenal de produções midiáticas que carregam não só obras que levam o nome da denominada narrativa. Matrix não é somente uma superprodução cinematográfica, ela se tornou uma produção que se expandiu para diversas outras plataformas, como, games, quadrinhos e animes, por exemplo. Os filmes são somente uma parte desta narrativa mitológica, adiante ficará mais clara a relação dos mitos com esta narrativa, que se expandiu para diversas outras plataformas de meios de comunicação, é essa multiplicidade de meios que faz de Matrix uma narrativa *transmídia*.

Dentro desta perspectiva, adentrar-se-á no universo dos conceitos de narrativa *transmidiática*, ainda descrevendo a obra. É importante dizer que esta parte do artigo, que trata dos conceitos de narrativa *transmídia* e convergência de meios, é fundamentalmente baseada no livro “Cultura da Convergência” (JENKINS, 2009). Nele o autor procura investigar tal agitação em torno dos novos meios de comunicação e explana a relevância das transformações causadas pelo surgimento e popularização das novas mídias. Mostra-se, ainda, como o fenômeno Matrix levou a sociedade a passar por novas experiências de como interagir com os meios, criando um novo patamar interpretativo para as narrativas, a história multifacetada.

Como já dito anteriormente, Matrix é uma construção de narrativa que engloba vários meios de comunicação. Não somente isso, Matrix fez com que seus consumidores não ficassem presos a uma produção cinematográfica linear. Como Jenkins diz, “Nunca uma franquia de filmes exigiu tanto de seus consumidores” (JENKINS, 2009: 133). Como o autor fala logo após, Matrix trouxe as telas um mundo no qual a realidade e a ilusão se confundiam continuamente, um universo onde corpos humanos são resguardados gerando uma forma de energia para abastecer máquinas, enquanto suas mentes viviam em um cenário de alucinações digitais.



Desde o lançamento do primeiro filme, o anúncio publicitário da produção cinematográfica já suscitava nas pessoas sobre o que era a Matrix. E, após assistirem o filme, os espectadores não faziam a menor ideia do significado do universo retratado na obra. Na sua sequência, “Matrix Reloaded”, como lembra Jenkins, não faz nenhuma referência nem recapitulação ao primeiro filme, pressupondo que todos os espectadores teriam domínio suficiente do contexto histórico para entender o desenrolar da sequência. Reloaded trouxe ainda mais complexidade ao universo Matrix, introduzindo mitologias quase que impossíveis de serem desvendadas e relacionadas com a trama de forma objetiva e instantânea. Foi o filme que quebrou todos os recordes de bilheteria entre filmes adultos da época, 2003, com impressionantes 134 milhões de dólares nos seus primeiro quatro dias de lançamento. Porém, os espectadores terminam de assistir ao filme e continuam sem entender o que compõem o universo da Matrix, e saem dos cinemas com o intuito de entenderem tudo na última produção da série, “Matrix Revolutions”, porém esse anseio não parece ter sido alcançado:

Os cineastas plantam pistas que só farão sentido quando jogarmos o game. Abordam um história paralela, revelada por uma série de curtas de animação que precisam ser baixadas da web e vistas num DVD separado. Os fãs saíram correndo dos cinemas, pasmos e confusos, e se plugaram nas listas de discussão na internet, onde cada detalhe era dissecado e cada interpretação possível, debatida (JENKINS, 2009: 134).

Quer dizer, ao fim da trilogia cinematográfica de Matrix, os seus consumidores continuaram sem entender qual era o proposto sentido do universo retratado na obra e o que queria dizer. Então, para os espectadores de Matrix, o filme não fazia sentido algum. Mas, na fala do próprio Henry Jenkins, citada acima, é justificado o porquê da trilogia, por si só, não fazer sentido a seus consumidores.

Os cineastas são os irmãos Wachowski, autores de Matrix, eles souberam, segundo Jenkins (2009), “jogar muito bem o jogo *transmidiático*”, a partir da trilogia de filmes como estímulo aos consumidores da superprodução para investigarem o significado de Matrix. “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 [o cinema]” (JENKINS, 2009). Por exemplo, entre os intervalos temporais para a exibição da sequência dos filmes, os autores liberaram histórias em quadrinhos na internet, publicaram animes, lançaram um game, Enter the Matrix.

Em suma, a produção dos Wachowski tentava completar o sentido de Matrix, os lançamentos em múltiplas plataformas midiáticas tinham como objetivo, além do lado



econômico, construir uma rede de comunicação multimidiática que englobasse fãs, interessados em pesquisar sobre o universo Matrix, que usufruiriam de outros meios de comunicação para conseguir as respostas que queria quanto a narrativa da obra, que se relacionariam com outros fãs para conseguirem essas respostas. Além disso, a estratégia multimidiática dos autores constituiu uma rede de comunicação integrada entre produtores e espectadores, criando assim uma comunidade integrada de fãs compartilhando ideias sobre Matrix. Ao que Pierre Lévy chama de “integração coletiva”, no sentido de que essa relação autor/leitores se diluiria a tal ponto que os antes atores passivos do processo de comunicação se tornariam coprodutores da produção midiática. A questão identitária descrita por Stuart Hall refere-se a isso:

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar — ao menos temporariamente. (HALL, Stuart; 1999: 13).

O processo de globalização é um dos principais aspectos de impacto sobre os conceitos e definições da identidade cultural. Com a globalização, sabe-se que, o fluxo de informações em todo o planeta aumentou de forma exorbitante. “A Rede constitui um dos instrumentos privilegiados para poder representar configurações socioculturais baseadas na sinergia, como a ‘integração coletiva’ definida por Pierre Lévy” (LACALLE, 2010).

A complexidade fornecida por Matrix na *transmídiação* faz com que o sujeito investigue mais sobre o que se quer procurar, desta forma ele se relaciona com pessoas que procuram o mesmo que ele, que confrontam ideias consigo, e assim forma opinião. Vê-se aí que essa narrativa *transmidiática* não só propõe um novo modo de se usufruir das tecnologias como também desconstrói a ideia de sujeito único e fechado, em ideias concretas, imutáveis. Ao se deparar com sua “decepção”, ao não entender a sequência de filmes, o sujeito não se satisfaz com o que consumiu e procura suportes que o façam construir uma visão significativa sobre aquilo.

Voltando à narrativa *transmidiática*, mas não relegando a identidade, Pierre Lévy diz que tipos de obra como Matrix servem como amálgama cultural capaz de unir diversas características comuns a variadas comunidades, e que ao mesmo tempo seria um ativador cultural – “impulsionando sua decifração, especulação e elaboração”



(Jenkins, 2009) –, sendo esse, pois, o principal objetivo dos Wachowski: impulsionar as pessoas a correrem atrás das respostas de Matrix nos múltiplos meios de comunicação.

Desta forma, Matrix exemplifica a narrativa *transmidiática* à medida que caracteriza novas referências narrativas e de assistência textual, que, aliás, vem alterando radicalmente o arquétipo de textos e interpretação. A grande demanda de incorporação de pessoas na *web* configura um círculo midiático onde as fronteiras entre produção e recepção são cada vez mais difusas (LACALLE, 2010). Para Jenkins (2009), narrativa *transmidiática* dá-se por meio de diversos suportes midiáticos, com cada novo texto fornecendo aparatos de maneira diferente, mas valiosa para a compreensão global.

Cada produção midiática referente a obra deve ser uma porta para o seu acesso de maneira geral, essa *transmidiação* além de fornecer um suporte cultural, motiva ainda mais o consumo. “Mídias diferentes atraem nichos de mercados diferentes” (JENKINS, 2009), além do que atraem comunidades diferentes, culturas e gostos culturais distintos. É uma ampla rede de mercado.

Mas em que “gênero” se encaixaria Matrix? Jenkins o classifica como um filme Cult, mas um “cult da era da convergência”. Um filme cult é uma obra que de certa forma é complexa, é construída em cima de referências, paradigmas, citações, referências tiradas de obras anteriores. O universo da obra tem que ser “enciclopédico”, com uma gama de informações que possam ser investigadas e questionadas pelo público leitor. Que aguce a sua curiosidade e inconformidade ao final do filme.

Matrix é o próprio cult. São incontáveis as referências que podem ser retiradas da produção que envolve, como já dito, filmes, games e animações. Vão desde cenas clássicas de lutas com artes maciais à introdução de referências mitológicas no enredo do filme, referências essas que serão vistas logo após este capítulo. Tais referências encontradas na produção como um todo são, em sua grande maioria, instigadas pelos próprios consumidores. Como Matrix não tem um desfecho definido, são milhares as lacunas que ficam abertas à espera da interpretação do leitor. São relações criadas que por muitas vezes nem passaram pela cabeça dos autores, mas são introduzidas no imaginário popular como pistas as respostas que se anseiam encontrar em Matrix. Isso quer dizer que a própria interpretação do universo Matrix foge do domínio dos seus próprios criadores. Ela não é só ampla no sentido de não caber apenas em uma plataforma midiática, ela também é tão extensa e complexa que todos os seus significados não podem ser desvendados por uma única pessoa. Matrix é uma obra que se tem milhares de interpretações, oriundas do léxico interpretativo de quem a consome.



É notório, pelo visto, que os conceitos de uma narrativa *transmidiática* são tão complexos e diversos quanto à obra e os significados que produz. É uma narrativa que não se prende em um único meio, mas que vai muito além, faz com que seus consumidores corram atrás da história, que também a façam, instiga a integração coletiva, e, com isso, a formação de novas identidades. A complexidade inscrita na obra a deixa mais complexa do que já é, faz com que o imaginário popular vá além do que já se foi até então. Essa complexidade de que se fala é encontrada em Matrix principalmente por inserções de referências mitológicas – tão complexas quanto o significado do filme. Essas referências mitológicas são as responsáveis pela curiosidade do público em investigar e se aprofundar ainda mais na narrativa.

UM INFINITO IMAGINÁRIO

O sucesso da obra Matrix (1999) é dado, entende-se, a seu complexo universo narrativo, cujas interpretações deram margem às mais diversas suposições do público, bem como por parte dos estudiosos que se propuseram a analisá-la. Para Jenkins (2008) “Matrix pode ser um fenômeno global, mas é experimentado de forma diferente em cada país ao redor do mundo”. A narrativa multifacetária da obra é atribuída, em grande parte, a construção de mitos. Os autores se preocuparam em integrar toda a história com diversas outras que compõe um emaranhado de segredos e conceitos que apenas o leitor que se dedica a entender a obra mais a fundo pode tomar conhecimento. Ao contrário da maioria dos sucessos cinematográficos norte-americanos, Matrix propunha a fidelização de um público consumidor que deixasse de ser mero espectador para tornar-se um integrante importante da narrativa, completando-a e dando sentidos diversos a história.

Diversas perspectivas mitológicas presentes na obra foram analisadas tanto por Jenkins quanto pelos diversos fãs que se dedicaram a manter erguido o produto alimentando o imaginário dos irmãos Wachowsky. A personagem protagonista, Neo, tem em seu próprio nome o primeiro enigma, pois se trata de um anagrama da palavra “one” (do inglês) e Eon (variante de Aeon, “Eterno”), além de significar “novo” (do latim). Já o nome verdadeiro da personagem, fora da Matrix é Anderson (filho como homem), uma referência à personagem bíblica, Jesus, já que Neo é considerado o salvador, a única esperança de libertar a humanidade do domínio da Matrix.

Uma referência⁴ clássica de Matrix é a Alegoria da Caverna de Platão, descrita no primeiro capítulo. Em Matrix os humanos não têm a consciência de viverem sobre o domínio de um mundo virtual, no qual são personagens conduzidos por computadores que dominam suas mentes. No mundo virtual, a Matrix, como espelho do “real”, transforma o impossível em possível e a concepção de realidade vai, aos poucos, sendo metamorfoseada. A obra é um convite à reflexão sobre a realidade e a vida humana.

Além das claras referências enfatizadas no diálogo, as personagens – em especial as “obscuras” – são um convite à loucura do espectador e um teste à sua paciência. A placa do carro de Neo (DA203), por exemplo, representa um versículo bíblico (Daniel 2:3) que relata a história do rei Nabucodonosor, nome, aliás, da nave que o protagonista utiliza no filme. O versículo diz “e o rei lhes disse: tive um sonho; e para saber o sonho está perturbado o meu espírito”. Portanto, um convite à reflexão acerca do sonho. O curioso, no entanto, é saber que esta placa é exposta em um frame do filme, e, para vê-la, é necessário pausar a imagem em milésimos de segundo e ampliá-la. Fuga à obviedade e a aposta em um universo complexo foram a proposta dos criadores, o que acarretou indiscutível sucesso do filme.

A obra foi também um objeto de estudo acadêmico muito explorado, como será visto, da qual pesquisadores extraíram conceitos importantes da AD em âmbitos completamente diferentes de estudo. Sob o título de “A visão cyberpunk de mundo através das lentes de Matrix”, Amaral (2007) escreveu o artigo acerca do “Cyberpunk”. Segundo a autora, o termo refere-se a uma cultura que agrega concepções ideológicas e filosóficas ao mundo cibernético. Desta forma, ela afirma, o *cyberpunk* tornou-se nomenclatura que designou, a princípio, escritores de ficções científicas. “A visão mais atual do Cyberpunk reconhece um espaço público em que a tecnologia media nossas vidas sociais”. (AMARAL, 2006).

Em outro estudo intitulado “As cidades do futuro? O imaginário tecnológico das cidades no cinema de ficção científica” (NOVAS, 2006), a análise parte para uma concepção completamente distinta, a qual se propõe estudar a construção imaginária das cidades futuristas nos filmes de ficção científica. O autor apresenta observa as tecnologias encontradas no filme e o imaginário de cidade construído pelos irmãos

⁴ A película faz também referências a outras obras, como Alice no País das Maravilhas – representada pelo coelho tatuado nas costas da personagem Dujour, no início do primeiro filme –, além de fazer alusões à filosofia, sobre o reflexo no espelho e a concepção de realidade, tanto quando Neo se vê pelos óculos de Morfeu, quando este vê sua imagem alterada pelo movimento da colher que se entorta.



Wachowsky. A busca pela realização do impossível humanamente seria aspirada pela tecnologia em surgimento.

Um terceiro estudo analisado, “Geração X: adultos infantilizados – uma análise do fenômeno” (2012), trata-se de um estudo sobre o comportamento adulto sob a influência do mercado capitalista, tornando-se um consumidor da produção infantil; esse nicho teria se sofisticado com o passar do tempo. A autora analisa ainda a atuação da obra como produto gerado pela narrativa *transmídia* em busca de conquistar, antes de espectadores, consumidores, como explica:

Apesar de muitos serem profissionais bem-sucedidos que já passaram dos 30 anos, acabam não resistindo ao prazer de colecionar bonecos e miniaturas. Com uma infinidade de opções no mercado (muitas delas verdadeiras fortunas), estes fãs acabam fazendo o que for necessário para aumentar o acervo. As vitrines das lojas especializadas não restringem aos super-heróis, estendem suas linhas aos personagens de filmes, animes e mangás japoneses, seriados de televisão, bandas de rock, cantores e esportistas. Este público adulto já representa mais de 40% dos compradores das miniaturas, que custam entre R\$60 e R\$120. Na lista dos mais procurados estão os personagens do seriado *Lost*, dos filmes *Matrix*, *O senhor dos Anéis*, *Guerra nas estrelas* e *Harry Potter*, as bandas *Beatles* e *Led Zeppelin*, além dos atletas *Ronaldinho Gaúcho* e *David Beckham*. (ESCUREDO, 2012).

Outra pesquisa analisada foi “Cultura indigenista e africanidades: elementos presentes na literatura brasileira” (2001), na qual os autores trazem à tona uma discussão acerca da presença dos mitos indígenas e africanos na literatura brasileira. Grande parte da obra trata da importância social que os mitos representam. Como se pode observar no seguinte trecho:

A cultura africana tem vários mitos da criação do mundo, por exemplo, a do povo ioruba, banto ou mulçumano, que podem ser comparados uns com os outros e também com mitos da criação de outras origens e povos. Para Morin (2002, p. 215-217), os mitos são narrativas recebidas como verdadeiras que comportam infinitas metamorfoses (como a passagem de um estado humano a uma estado animal, vegetal ou mineral e vice-versa), assim como a presença dos “duplos”, espíritos e deuses. Esse poder imaginário está hoje muito afastado dos educandos e da escola, onde a racionalização é a principal meta dos educadores. (PEGORETTI et al, 2001).

Estes trabalhos apontam para diversas perspectivas atribuídas à *Matrix*, possíveis graças à margem que o universo complexo da obra permite a seus espectadores. Para Oliveira (2008), como explicado, o mito confere sentido à existência, algo tão palpável



para os crentes que não pode ser falseado, é um simulacro; como talvez maioria das crenças seja. Valendo-se dessas concepções, os mitos em Matrix alimentam imaginários, fidelizam públicos através da narrativa sinérgica e conquistam mercado com produtos os mais diversos e inovadores. Por outro lado, como produto “Cult”, a narrativa precisa ser algo “além do que os olhos podem ver”, tendo que produzir curiosidade, afeto e simpatia nos fãs, que passam a se identificar com a obra e necessitar conhecê-la a fundo.

REFERÊNCIAS

- A Alegoria da caverna:** A República, 514a-517c. Tradução de Lucy Magalhães. In: MARCONDES, Danilo. **Textos Básicos de Filosofia:** dos Pré-socráticos a Wittgenstein. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.
- AMARAL, A. **A visão cyberpunk de mundo através das lentes de Matrix.** 2007. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/amaral-adriana-matrix-cyberpunk.pdf>.
- CHAUI, M. **Convite à filosofia.** Ática, 1995.
- DANIEL, P. In: **Bíblia Sagrada.** Tradução de José Ferreira de Almeida. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993. p. 791-806.
- ELIADE, M. **Mito y Realidad.** Tradução de Luis Gil. Colombia: Editorial Labor, 1991.
- ESCUREDO, A. **Geração X: adultos infantilizados – uma análise do fenômeno.** 2012. UTFPR. Disponível em http://www.dacex.ct.utfpr.edu.br/3artigo_escudero_geracaox.pdf.
- HALL, S. (1909). **A identidade cultural na pós-modernidade** (*The question of cultural identity in postmodernity*). 3ª. ed. Trad. sob a direção de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro, Rio de Janeiro, DP&A, 1999. 102 p.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência** (*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*). 2ª. ed. Tradução de Suzana Alexandria, São Paulo, Aleph, 2009. 432 p.
- LACALLE, C. **As novas narrativas da ficção televisiva e a internet.** Ano 3, n. 2, p. 79-102, jan/jul, 2010.
- NOVAS, L. **As cidades do futuro? O imaginário tecnológico das cidades no cinema de ficção científica.** Salvador, 2006.



PEGORETTI, S. et al. **Cultura indigenista e africanidades: elementos presentes na literatura brasileira.** 2011. Curitiba. Disponível em http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4379_2775.pdf.

ROCHA, E. **O que é mito.** 5º ed. São Paulo. Brasiliense, 1991.

SALAVISA, D. M. **O mito.** Lisboa, 2006.