

Os Elementos Transmidiáticos na Expansão do Universo do Capitão América II através da Série *Agents of S.H.I.E.L.D.*¹

Lahis Eduarda MÜLLER²

Michelle SPRANDEL³

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, SC

RESUMO

O trabalho apresenta algumas considerações em relação a convergência midiática. A narrativa transmidiática acaba por ser uma estratégia para tentar fidelizar o consumidor através do universo narrativo. O trabalho trata da expansão do universo do filme Capitão América II através da série televisiva MARVEL'S *Agents of S.H.I.E.L.D.* Conceitos de transmídia e convergência midiática norteiam o objetivo do estudo em analisar a forma como se dá a fusão dos elementos do processo transmidiático para expandir o universo do filme para série. Para compreender este processo o método adotado foi qualitativo e documental. Enfatiza-se que a transmídia entre o filme e a série ocorrem por apresentarem os mesmos elementos transmidiáticos, fundindo-os e, assim, expandindo seu universo. O artigo tem como base teórica principal Jenkins (2009), Gosciola (2012), Arnaut (2011).

PALAVRAS-CHAVE: Transmídia; Convergência; Entretenimento.

INTRODUÇÃO

Outrora, o consumo de informações era ditado pela escolha de mídia que o consumidor fazia. Notícias pelo jornal, entretenimento pela televisão e histórias pelos livros. Cada mídia servia seu propósito, prática que mudou quando as mídias começaram a se encontrar. É cada vez mais necessário que elas conversem entre si. A convergência midiática, a partir de Jenkins (2009), se refere à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Neste mundo de convergência, tudo é consumido e vendido através de múltiplas plataformas midiáticas.

A Marvel Comics⁴ publicou, em 1963, a primeira história em quadrinhos sobre Os Vingadores, criados por Stan Lee e Jack Kirby. Nos quadrinhos, o grupo foi formado inicialmente por Thor, Homem de Ferro, Vespa, Homem-Formiga, Hulk e Capitão América, sempre ajudando o governo dos EUA a combater ameaças intergalácticas. Porém,

¹ Trabalho apresentado no IJ 06 – Interfaces Comunicacionais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Graduada no Curso de Publicidade e Propaganda da UNIVALI, email: lahis.muller@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da UNIVALI, e-mail: michelle@univali.br

⁴ Linha Editorial história em quadrinhos da Marvel Entertainment. Disponível em: <http://marvel.com/comics>

além das HQ's⁵, as aventuras dos Vingadores foram introduzidas também para desenhos animados, uma série de filmes animados e para o cinema.

A partir de 2008, a iniciativa dos Vingadores foi adaptada para o cinema através de filmes de origem dos membros, onde uma organização do governo americano chamada S.H.I.E.L.D.⁶ recruta os super-heróis para o time através do agente Phil Coulson. O primeiro a ser recrutado, assim como nos quadrinhos, foi Steve Rogers, o Capitão América.

Na trama de seu primeiro filme (2011), o personagem luta contra a Hidra⁷, uma organização nazista dedicada à conquista do mundo. Já em seu segundo filme (2014), Capitão América II: Soldado Invernal, Steve enfrenta novamente a Hidra, que, após diversos anos, se encontra infiltrada na S.H.I.E.L.D. e tenta destruí-la internamente.

A trama também acontece na primeira temporada da série televisiva *Agents of S.H.I.E.L.D.*, transmitida pelo canal aberto americano ABC⁸ entre setembro de 2013 e maio de 2014, e no Brasil pela Sony e Netflix. A partir do segundo terço da série, o agente Coulson e sua equipe lutam para descobrir quais são os agentes da S.H.I.E.L.D. que são leais à Hidra e em quem podem confiar para reerguer a organização depois que ela é derrotada.

Desta forma as mídias atraem diferentes nichos de mercado (JENKINS, 2009). Com isso em mente, é de suma importância que marcas surjam com novos estilos para que o público continue se interessando por seus conteúdos em suas mídias de escolha. É importante entender como funciona a expansão do filme Capitão América II através agência S.H.I.E.L.D., utilizando os elementos de transmídia e introduzindo novas informações sobre o universo do filme através da série. Tendo em vista o valor da transmídia para o meio publicitário, este trabalho tem como objetivo geral analisar a forma como se dá a fusão dos elementos transmidiáticos para expandir o universo do filme Capitão América II: Soldado Invernal através da série televisiva MARVEL's *Agents of S.H.I.E.L.D.*

Para buscar esse aprofundamento analítico, foram propostos os objetivos de identificar os elementos do processo transmidiáticos através das cenas definidas para esta análise, a partir, do filme Capitão América II e da série *Agents of S.H.I.E.L.D.*, e descrever a fusão dos elementos transmidiáticos das cenas. A análise e a pesquisa tem uma abordagem qualitativa, e conta com o levantamento de dados secundários usando o método

⁵ Histórias em quadrinhos, também conhecidas como *graphic novels*.

⁶ Nos filmes e série, Strategic Homeland Intervention, Enforcement and Logistics Division, em português: Divisão Logística e Aplicação de Intervenção Estratégica Interna.

⁷ Referência mítica à Hidra de Lerna.

⁸ <http://abc.go.com/>

bibliográfico. Para a obtenção de dados primários, o método de análise documental de conteúdo foi usado. Deste modo, foram selecionadas uma cena do filme Capitão América II e uma cena da série *Agents of S.H.I.E.L.D.* para efetuar a análise.

Em relação ao objeto de estudo a Marvel Comics, fundada em meados 1939 por Martin Goodman, teve sua primeira publicação no mesmo ano, com o número um da revista *Marvel Comics*, onde se deram as primeiras aparições do super-herói Tocha Humana e do anti-herói Namor, o Príncipe Submarino.

No final dos anos 50 e início dos 60, o sucesso da DC Comics⁹ ao reviver o gênero de super-heróis nas histórias em quadrinhos fez com que a Marvel seguisse o mesmo caminho. Os principais contribuintes desta época foram os seus empregados Stan Lee (edição e argumento) e Jack Kirby (arte), responsáveis pela criação do Quarteto Fantástico. A revista foi um enorme sucesso, o que levou a Marvel a publicar outros títulos de super-heróis.

A Marvel Comics publicou em 1963 a primeira história em quadrinhos sobre Os Vingadores, criados por Stan Lee e Jack Kirby. Nos quadrinhos, o grupo foi formado inicialmente por Thor, Homem de Ferro, Vespa, Homem-Formiga, Hulk e Capitão América, sempre ajudando o governo dos EUA a combater ameaças intergalácticas. Porém, além das HQ's, as aventuras dos Vingadores foram adaptadas também para três desenhos animados, *The Avengers: United They Stand* (1999-2000), *The Avengers: Earth's Mightiest Heroes* (2010-2013) e *Avengers Assemble* (2013), uma série de filmes animados, a Marvel Animated Features (2006-2011) e para o cinema.

Fases Marvel

No universo Marvel, existem diversos personagens. A partir de 2008, a Marvel começou a integrá-los, criando um universo onde não apenas eles se encontrariam, mas que suas histórias pudessem se encontrar. Para isso, foi necessário criar uma boa ordem cronológica, narrativas complexas, usar tipos diferentes de mídias e personagens carismáticos para iniciar esta nova fase.

Com o sucesso dos filmes, a Marvel comunicou que seu universo seria expandido em 3 fases: a primeira, já encerrada, que começou com o primeiro filme do Homem de Ferro e se fechou com o primeiro filme dos Vingadores, trazendo filmes de origem dos principais personagens como ilustrado na tabela 1 abaixo:

⁹ Editora norte-americana de histórias em quadrinhos e mídias relacionadas, sendo considerada uma das maiores companhias, ligadas a este ramo no mundo. Disponível em: <http://www.dccomics.com/>

Tabela 1: Primeira fase da Marvel

Filme	Ano
Homem de Ferro	2008
O Incrível Hulk	2008
Homem de Ferro 2	2010
Thor	2011
Capitão América: Primeiro Vingador	2011
Os Vingadores	2012

Fonte: Tabela elaborada pela autora (2015)

A segunda fase, recentemente encerrada, traz os personagens após a Batalha de Nova York, no filme dos Vingadores. Esta fase tem como características demonstrar os efeitos da batalha nos heróis, e introduzir novos personagens em novos filmes, como o grupo de Guardiões da Galáxia e o Homem-Formiga, presente desde o começo nos quadrinhos, mas adicionado ao universo cinematográfico apenas recentemente, como ilustrado na tabela 2 abaixo:

Tabela 2: Segunda fase da Marvel

Filme	Ano
Homem de Ferro 3	2013
Thor: O Mundo Sombrio	2013
Capitão América: Soldado Invernal	2014
Guardiões da Galáxia	2014
Os Vingadores: A Era de Ultron	2015
Homem-Formiga	2015

Fonte: Tabela elaborada pela autora (2015)

Para a terceira fase, a Marvel Studios está preparando 9 novos filmes, onde todos os personagens das primeiras fases se encontrarão para derrotar o maior vilão do universo, Thanos, fazendo seu calendário de estreias se estender até 2019.

Esta fase conta com filmes como Capitão América III, Guardiões da Galáxia II, Os Vingadores III, entre outros, encerrando com Inumanos.

Capitão América

Em 2011, foi lançado o filme de origem do Capitão América, chamado Capitão América I: o Primeiro Vingador. O longa metragem se passa na década de 1940, quando o adolescente Steve Rogers sonhava em entrar para o exército americano e lutar pelo país durante a Segunda Guerra Mundial. Mas Steve, não tinha porte de soldado, apresentava saúde debilitada e não se encaixava nas exigências dos militares. No entanto, Rogers demonstra um espírito patriota e é escolhido por um cientista a ser modificado geneticamente para se transformar em um supersoldado com uma fórmula feita por Howard

Stark, pai de Tony Stark, o Homem de Ferro. Assim, Steve Rogers, após sua transformação, passa a ser o principal soldado americano lutando na guerra, e se torna um símbolo de patriotismo.

O principal vilão a ser enfrentado é o Caveira Vermelha, líder da Hidra, uma organização criada após a derrota de Hitler para continuar os planos de conquista mundial e a ditadura totalitária nazista. A Hidra busca obter o Tesseract¹⁰ para, com sua energia, viabilizar as invenções do cientista Armin Zola. Para impedir Caveira Vermelha, Capitão América entra a bordo do avião inimigo e, após o Tesseract ser danificado, o vilão é desintegrado pela arma, que acaba caindo e se perdendo no Ártico. Steve tenta recuperá-lo e o avião acaba caindo. Howard Stark consegue recuperar apenas o Tesseract. No final do filme, Steve Rogers acorda em um cenário montado para imitar os anos 40. Atordoado, ele foge e se depara com uma Nova York contemporânea. Após a fuga, Nick Fury revela ao soldado que ele permaneceu congelado durante 70 anos.

Na cena pós-crédito, Fury conversa com Rogers para que ele se junte à Iniciativa Vingadores, tornando-se o primeiro Vingador recrutado. O resto do universo Marvel tem continuidade, porém, esta etapa, com suas introduções e preparações, está concluída, mas mantém aberta a possibilidade de resgate de algumas premissas para serem utilizadas em outros elementos da narrativa do universo.

Deste modo, dando continuidade aos filmes de origem dos heróis, a Marvel lançou em abril de 2012 o filme *Os Vingadores*, onde os heróis se reúnem para proteger a Terra contra Loki, irmão de Thor e deus da trapaça, que vem de Asgard¹¹ para roubar o Tesseract. No começo do filme, os personagens brigam e demonstram suas distintas personalidades, gerando diversos tipos de conflitos, discussões e brigas. Porém, é apenas quando o agente Coulson, que é querido por todos, é assassinado por Loki que eles decidem enfrentar juntos o asgardiano e defender a Terra contra seu exército.

MARVEL'S *Agents of S.H.I.E.L.D.*

A série *Agents of S.H.I.E.L.D.* foi o segundo lançamento da Marvel após o filme *Os Vingadores* (2012), seguindo o lançamento de *Homem de Ferro 3* (2013), e segue a ordem cronológica do universo. Seu primeiro episódio foi ao ar em 24 de setembro de 2013, no canal americano ABC. Na série, o agente Coulson, ressuscitado misteriosamente, é o

¹⁰ Tesseract é uma poderosa forma de energia alienígena que pode ser usada como arma.

¹¹ Planeta natal de Loki e Thor.

protagonista e procura notáveis agentes e cientistas para integrarem sua equipe que lida com vilões e ameaças de origem alienígena.

Durante a primeira temporada da série, a equipe de Coulson tenta impedir um grupo que segue as ordens de um líder chamado Clarividência, que realiza experimentos para transformar pessoas normais em super-humanos, através do Projeto Centopeia. Eles recuperam artefatos deixados pelos Chitauri¹² após a batalha de Nova York no filme d'Os Vingadores e os utilizam para criar principalmente armas. Coulson e sua equipe se aliam com os agentes Blake, Sitwell, Garret e Hand para descobrir quem é o vilão Clarividência, e tentar impedi-lo. Entretanto, após a equipe encontrar e matar um impostor, o agente Coulson descobre que o Clarividência é, na verdade, um agente da S.H.I.E.L.D., o próprio agente Garret. Deste modo, inicia-se a premissa de que nem todos dentro da S.H.I.E.L.D. são honestos. No episódio intitulado “*Turn, Turn, Turn*”, a agente Skye decifra uma mensagem criptografada que revela que quem está por trás de todos os acontecimentos é a organização Hidra, a mesma que era apresentada no filme Capitão América I: Primeiro Vingador.

A partir da explanação sobre o filme e a série, propõe-se a seguir contextualizar o tema na busca de analisar a forma como se dá a fusão dos elementos do processo transmidiático para expandir o universo do filme para série.

CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

Após a criação e popularização da internet, meios mais antigos como jornais, livros e rádios tem se adequando à *web*, tornando possível que seus conteúdos possam ser acessados no mundo todo. Para Lemos e Lévy (2010, p. 73), “não se trata apenas de uma mudança na forma de consumo midiático, mas nas formas de produção e distribuição de conteúdo informacional”. A mutação contemporânea das mídias tem como base a convergência entre elas, abordada por Jenkins (2009, p. 377), que exemplifica dizendo que se trata de “uma situação em que múltiplos sistemas de mídia coexistem e em que o conteúdo passa por eles fluidamente”. A convergência pode acontecer entre diversas mídias ao mesmo tempo e o que as novas mídias interconectadas pela *web*

proporcionam de diferente, em comparação com às tradicionais de comunicação de massa, como a TV e o rádio, é que além de atingirem um público massivo cada vez maior, atuam de maneira descentralizada,

¹² Raça alienígena liderada pelo vilão Loki, também presente nos filmes d'Os Vingadores e Thor.

autogerida, gratuita e cada vez mais colaborativa. (GOSCIOLA, 2003, p. 28).

Pode-se assumir que a convergência é maximizada pela internet, onde uma plataforma pode incorporar outras e massificar ainda mais a comunicação.

Por convergência, Jenkins (2009, p. 27) se refere ao “fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, 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 entretenimento que tanto desejam”.

Jenkins (2009, p. 41-42) também acredita que “os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias”. A convergência representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (JENKINS, 2009).

O usuário é compelido a buscar as informações para que seu aproveitamento do universo narrativo seja pleno. O autor (2009) também aponta que a convergência não advém por meio de aparelhos, por mais sofisticados que sejam, ela acontece dentro do cérebro do consumidor individual e em suas interações sociais com outros. Considerando a expressão “inteligência coletiva” cunhada por Pierre Lévy (2007), o autor propõe que o consumo tornou-se um processo coletivo: “nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático” (JENKINS, 2009, p. 30).

Na concepção do autor (2009), o pensamento convergente implica diretamente no remodelamento da própria cultura. Para ele, essa inter-relação tecnológica e midiática na vida dos sujeitos impacta diretamente na forma como consumimos esses meios.

Um adolescente fazendo a lição de casa pode trabalhar ao mesmo tempo em quatro ou cinco janelas do 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 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 tudo isso ao mundo inteiro pela internet (JENKINS, 2009, p. 44).

Atualmente, o sujeito pode participar, interagir e até produzir e distribuir conteúdo. Os antigos consumidores eram tidos como passivos, enquanto os novos consumidores são

ativos, e demonstram uma lealdade a redes ou meios de comunicação (JENKINS, 2009). O autor (2009, p. 52) ainda afirma que “estamos entrando agora na cultura da convergência” e que “temos que encontrar formas de transpor as mudanças que estão ocorrendo”.

Deste modo, para que a transmídia definida no próximo item, possa ocorrer, é necessário um bom entendimento da convergência midiática e conhecimento da base da roteirização. Na transmídia, um não pode existir sem o outro, já que o universo precisa ter uma vasta história e necessita ultrapassar as barreiras para existir além de uma única mídia.

TRANSMÍDIA E PROCESSOS TRANSMIDIÁTICOS

Analisando especificamente o filme *Matrix*, Jenkins (2009) se interessa em como os irmãos Wachowski fizeram o longa ultrapassar as barreiras da tela do cinema, utilizando o conceito de narrativa transmidiática, onde cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida em um filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; [...] “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”. (JENKINS, 2009, p. 138).

Para Gosciola (2012, p. 132), “a narrativa transmídia se desenvolve continuamente assim como os modos de contar múltiplos que utilizam as múltiplas plataformas comunicacionais”. Já Arnaut et al. (2011), aponta como a narrativa transmidiática entra em ação e o planejamento por trás da mesma:

Sempre que há o engajamento por determinado assunto, e é feita a distribuição de forma conectada entre as múltiplas plataformas de mídia, pode-se observar a transmídia em ação, seja de forma planejada ou por consequência das mídias espontâneas e atividades dos produtores durante a produção e distribuição de conteúdo. [...] Para aplicar uma estratégia transmídia, é necessária a estruturação de um projeto que contemple diversas ferramentas de comunicação, que contenham uma história envolvente, cronograma, previsões orçamentárias e de recursos humanos ou tecnológicos (ARNAUT et al., 2011).

A transmídia é contemporânea, e por ser um elemento particularmente novo na comunicação, seu conteúdo pode envolver todas as mídias, conforme a tecnologia evolui. Arnaut et al. (2011, p. 265) exemplifica a abordagem transmidiática como “cada vez mais atual e interessante por integrar todos os conceitos de produção e distribuição de conteúdos em uma única metodologia e processo de criação, envolvendo qualquer tipo de mídia”. O autor (2011) concorda que cada narrativa transmidiática precisa ser pensada e planejada estrategicamente, para que o público se engaje com a história:

O ponto principal da estratégia, além da criação em si, está em como o público será envolvido. Não apenas o *storyboard* (visualização da história de forma gráfica) deverá criar uma atmosfera atrativa, mas também proporcionar para que esta narrativa consiga se inserir nas diversas plataformas existentes, respeitando suas peculiaridades e potencializando os seus diferenciais (ARNAUT et al, 2011, p. 265).

Para Scolari (2009), a transmídia não é apenas a adaptação de uma mídia para a outra. As diferentes mídias e linguagens participam e contribuem para a construção do mundo da narrativa transmídia. Assim, para que seja caracterizada narrativa transmídia, o texto precisa completar-se com cada plataforma, ao invés de apenas contar a mesma história em todas elas.

Atualmente, estão sendo inseridas nos filmes cada vez mais aberturas, para que possam explorar outras mídias. Jenkins (2009, p. 151) afirma que “mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes. Filmes e televisão provavelmente têm os públicos mais diversificados; quadrinhos e games, os mais restritos”. Deste modo, quanto mais diversidade no uso de mídias, maior será o público atingido. A transmídia abusa da conexão do consumidor com a história e a mídia apresentada a ele.

Jenkins (2009 p. 148) alega que “há fortes motivações econômicas por trás da narrativa transmídia. A convergência das mídias torna inevitável o fluxo de conteúdos pelas múltiplas plataformas de mídia”. Todavia, não é sempre que o processo transmidiático acontece. Apesar de haver infraestrutura tecnológica e o público estar preparado, a indústria midiática não colabora para as produções transmídia. Jenkins (2009, p. 152) mostra que “muitos acreditam que uma maior coordenação entre as mídias seja necessária para produzir conteúdos midiáticos”. Assim, mesmo existindo os devidos recursos, ainda poucas (ou nenhuma) das franquias alcançam todo o seu potencial transmidiático.

O que possibilita um projeto transmidiático é uma base narrativa flexível e consistente, possibilitando modificações e engajamento. Desenvolver, escrever e produzir histórias iniciadas em uma plataforma de mídia, e que tem seu desdobramento estendido a outras plataformas, é hoje, a chave para o sucesso (ARNAUT et al, 2011).

O processo transmidiático é cada vez mais atual e gera interesse por conseguir integrar e distribuir seu conteúdo em qualquer tipo de mídia, o que permite entender “a democratização dos meios de comunicação”. Apesar dos autores tratarem como uma “narrativa”, a transmídia é muito mais do que isto. A narrativa é apenas um dos elementos transmidiáticos que podem ser utilizados por aqueles que desejam criar um universo. Para Umberto Eco (Eco, 1989 *apud* Arnaut et al, 2011), é preciso alguns componentes que vão

conseguir estabilizar a história: como a criação de um mundo cheio de personagens, repleto de informações, para que se possa entrar em cada uma das pequenas histórias, colher informações, se envolver e participar deste contexto. É através dela que universos são transmitidos em diversas mídias, cada uma com uma história diferente.

Utilizando diversos tipos de roteiro, os artistas estão criando atraentes ambientes que não podem ser inteiramente esgotados ou explorados em uma única mídia ou única obra, fazendo com que as narrativas tornem uma arte de construção de universos (JENKINS, 2009). Assim, a narrativa é utilizada para expandir ainda mais histórias, que mostram potencial para a criação de um universo, espalhando-as por diversas mídias e criando os processos transmidiáticos. Também é necessário que exista, pelo menos, um personagem que sirva de ligação entre todas as histórias de todas as mídias. Gosciola (2012, p. 136) exemplifica como “um protagonista que ao mesmo tempo será o titereiro da transmídia”. Deste modo, mesmo que o universo tenha uma história central e suas histórias “secundárias” em outras mídias, sempre há um personagem de ligação dentro de todas as tramas, servindo de base para a transmídia e de auxílio para os outros personagens.

A própria definição transmidiática precisa ser entendida nas mais diversas plataformas midiáticas. Seus elementos precisam ser apresentados em outras mídias, caracterizando a narrativa transmidiática de Jenkins (2009, p. 339), como “histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas midiáticas, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo”. Sendo assim, para que seja classificada como transmídia, os elementos precisam se apresentar em uma ou mais mídias.

Por mais que a transmídia apresente várias histórias dentro de um universo, estas histórias não são vitalícias. Cada etapa precisa manter a estrutura da maioria dos roteiros; Para Field (2005) elas contêm uma estrutura em comum: o início, meio e o fim, mas não necessariamente nesta ordem. De tal maneira, as histórias secundárias precisam ter um final, mas o universo continua a existir e a criar novas narrativas para se expandir.

Outro elemento transmidiático é o cronograma. Através dele, o universo pode abusar de sua cronologia, fazendo suas histórias seguirem uma ordem, interligar-se e/ou utilizar flashbacks para a explicação de alguns pontos na narrativa. Para que a narrativa transmídia entre em ação, é preciso estruturar um projeto e ser planejada, contemplando ferramentas de comunicação, cronograma, história envolvente, etc. (ARNAUT et al., 2011). Assim, com a cronologia, o universo inteiro tem sua narrativa sequenciada, planejada e no ponto certo para atingir o público com êxito. Ainda que a transmídia utilize diversas mídias, o que é

realmente importante é o uso das melhores características destas mídias. Geoffrey Long (2009), em entrevista para a Revista PontoCom, comenta que a narrativa transmidiática

Possibilita que seus autores decidam como vão usar cada mídia na contação da história. Por exemplo, um bom narrador vai considerar o que os quadrinhos oferecem a mais sobre o filme, o que o filme oferece a mais sobre a televisão, o que a televisão oferece a mais sobre os quadrinhos. Cada mídia tem forças e fraquezas. O autor [...] deve ser hábil para deliberar a melhor forma de usar as forças de cada meio para contar as diferentes partes da história (LONG, 2009).

Deste modo, é preciso utilizar cada mídia em sua totalidade, tirando proveito de cada característica e engajando o público que escolhe esta mídia para acompanhar.

METODOLOGIA

Este trabalho apresenta duas etapas metodológicas igualmente importantes para sua execução. A primeira parte da pesquisa caracteriza-se como exploratória. A procura por informações foi feita através de dados secundários. Para a análise dos elementos de transmídia entre o filme *Capitão América II: Soldado Invernal* e a série *Agents of S.H.I.E.L.D.*, foi feita a busca por livros e artigos. Para a pesquisa de dados secundários, foram procurados autores que ajudassem a exemplificar e analisar o tema em questão. A pesquisa bibliográfica auxiliou a compreensão do conceito da mutação das mídias (LE MOS; LÉVY, 2010), no conceito de convergência destas mídias e como podem ser usadas para a narrativa transmídia (JENKINS, 2009), analisar como a transmídia já está sendo usada atualmente (ARNAUT et al, 2011).

Para a obtenção de dados primários, o método de análise documental de conteúdo foi usado, e, segundo Moreira (2006), esse recurso “é muito mais que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, som e imagem, funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos”. Assim, foi escolhido analisar recortes de uma cena do filme *Capitão América II*, assim como recortes de uma cena da série *Agents of S.H.I.E.L.D.* onde são demonstrados aspectos dos elementos de transmídia. Portanto, para a análise, foram compiladas imagens de uma cena escolhida de cada história, do filme e da série e colocadas lado a lado para demonstrar os elementos presentes. O método de escolha foi de acordo com as cenas que mais demonstravam exibir os elementos transmidiáticos.

FUSÃO DOS ELEMENTOS TRASMIDIÁTICOS

O elemento da narrativa das duas cenas apresenta o contexto da luta contra a Hidra, com os personagens lutando contra o representante da organização de cada núcleo. Em cada enredo, Nick Fury luta com os agentes de longa data, contendo uma grande essência de traição, já que o personagem era grande amigo dos dois principais vilões: Alexander Pierce e John Garret.

Figura 01 – Comparação narrativa 1



Fonte: Imagem captada do filme Capitão América II e da série *Agents of S.H.I.E.L.D.* pela autora (2015).

Outra similaridade entre o filme e a série é o fato de Fury estar com dois agentes da S.H.I.E.L.D. que ele confia: Phil Coulson e a Viúva Negra. Porém, estes dois agentes se encontram em apuros, e é Fury que os ajuda a acabar com os vilões. Enquanto no filme temos em primeiro plano o Capitão América lutando contra o Soldado Invernal e Nick Fury e a Viúva Negra lutando contra Alexander Pierce, a série apresenta a luta da equipe de Phil Coulson batalhando contra os agentes que antes eram da S.H.I.E.L.D. A narrativa, pelo ponto de vista da série, é muito mais pessoal.

Na série, um dos próprios agentes da equipe de Coulson se revela Hidra. E é contra ele, o agente Ward, que toda a equipe luta, enquanto Coulson luta sozinho contra o segundo líder da Hidra, o também seu amigo agente Garret. É nesta luta, onde Phil estava sendo derrotado, que aparece Nick Fury para ajudá-lo.

Já no núcleo do filme, Alexander Pierce vê seu plano se desintegrar quando assiste seus aviões carregados de mísseis explodirem. A missão do chefe da Hidra era atacar qualquer pessoa com inteligência o suficiente para se tornar alguém que possivelmente poderia destruir a organização, sendo adultos ou crianças. Porém, Steve Rogers, o Capitão América, consegue, com a ajuda da agente Maria Hill e do Falcão, substituir as unidades que reconheciam os alvos por unidades que fariam com que as naves se destruíssem. De tal maneira, Natasha Romanoff, a Viúva Negra, lança a pergunta à Pierce: “Ainda há dúvidas das chances de Roger?”. Portanto, com os planos devastados e (mais) desmoralizados,

Alexander parte para o ataque sobre Natasha, que usava um dispositivo que lhe descarregaria um pulso elétrico em seu coração e a mataria. Porém, conforme o decorrer da cena, a agente se sacrificaria usando outro aparelho que a daria uma descarga elétrica que desligaria o dispositivo de Pierce.

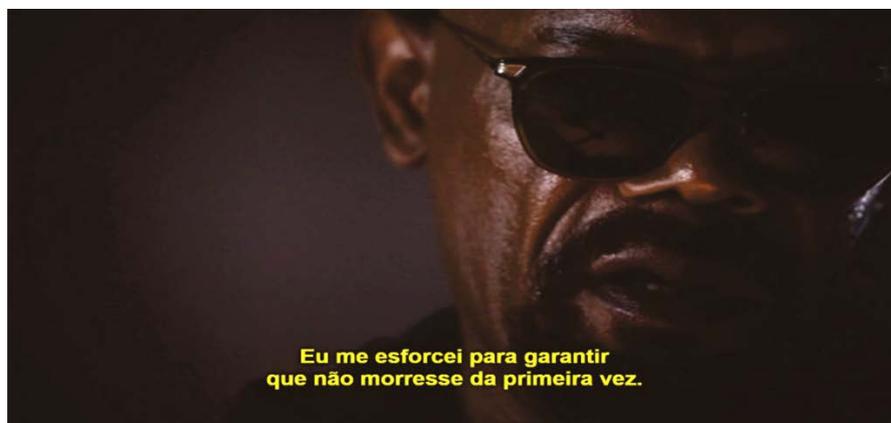
Figura 02 – Comparação narrativa e personagem transmídia



Fonte: Imagem captada do filme Capitão América II e da série *Agents of S.H.I.E.L.D.* pela autora (2015).

Outro elemento demonstrado, é que Nick Fury é o personagem que liga as histórias, o titereiro da transmídia, conforme Gosciola (2012). É esta ligação do personagem com as outras histórias do universo que faz com que o público se sinta privilegiado por entender a referência. Referências essas que acontecem frequentemente nas histórias, de acordo com a figura 04, que é um exemplo da série se ligando com suas origens, vindas do filme *Os Vingadores*.

Figura 04 - Referência ao filme dos Vingadores



Fonte: Imagem captada da série *Agents of S.H.I.E.L.D.* pela autora (2015).

No entanto, não são apenas diálogos que ligam as histórias do universo. A própria S.H.I.E.L.D. serve como ligação direta dos elementos de outras narrativas. A S.H.I.E.L.D., assim como Nick Fury, tem a responsabilidade de guiar o público através do vasto universo que a Marvel apresenta, tendo grande papel nas histórias e em suas resoluções. Fury tem um papel importante em quase todos os filmes do estúdio, aparecendo nem que seja rapidamente, na cena pós-crédito, para dar ritmo para futuras narrativas.

Tabela 3: Demonstração de participação do personagem por filme/série ligados ao Capitão América.

	Capitão América: Primeiro Vingador (2011)	Os Vingadores (2012)	Agents of S.H.I.E.L.D. (2013)	Capitão América: Soldado Invernal (2014)
Nick Fury	X	X	X	X
				

Fonte: Tabela elaborada pela autora (2015).

Assim, pode-se concluir que os processos transmidiáticos apresentados em cada cena têm a função de “juntar” os elementos da narrativa das histórias do universo, mesmo elas tendo histórias e contextos diferentes. É nesta grande fusão que acontece a transmídia, e é esta fusão que faz o público se identificar com não apenas uma parte do universo, mas sim com ele ao todo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os elementos presentes no processo transmidiático são uma tendência cada vez mais explorada, como com a série *Lost*, *Harry Potter*, entre outros. Sua abordagem é atual e interessante por conseguir integrar os conceitos de produção de conteúdos em um único processo de distribuição e criação.

Apesar de a narrativa transmidiática ser uma ótima maneira de atrair públicos diferentes, ela não é comumente utilizada. Jenkins (2009) diz que cada vez mais estão sendo inseridas aberturas em filmes para que a história seja explorada por outras mídias. Porém, embora a estrutura tecnológica esteja pronta e as perspectivas econômicas sejam boas, a indústria não tem colaborado para a produção dos processos transmidiáticos acontecerem, por motivos de agressiva competição, ao invés de colaboração.

No quesito da análise da transmídia entre o filme *Capitão América II: Soldado Invernal* e a série televisiva *Agents of S.H.I.E.L.D.* foram identificados pontos onde o processo transmidiático se encontra, bem como suas histórias. Os elementos transmidiáticos identificados previamente estão muito presentes nas cenas, que apresentam até similaridades em sua composição. Sobre o objetivo de descrever a fusão dos elementos transmidiáticos entre a série e o filme, pode-se perceber que as cenas, separadamente, apresentam os mesmos elementos, e que são eles que fazem o processo transmidiático realmente acontecer. Deste modo, os elementos singulares de cada cena se juntam,

formando uma grande narrativa contínua, onde o mundo Marvel se expande em cada história e onde trás toda a fusão da transmídia, da narrativa geral do universo e da narrativa particular de cada parte do todo. Sendo assim, o objetivo deste breve estudo foi alcançado, sendo esta a análise da forma como se dá a fusão dos elementos do processo transmidiático para expandir o universo do filme Capitão América II: Soldado Invernal através da série televisiva MARVEL's *Agents of S.H.I.E.L.D.*

Quanto às limitações, dificuldade presente foi para a seleção das cenas, tanto o filme quanto a série apresentam um grande número de cenas e de elementos transmidiáticos espalhados em sua extensão, dificultando a escolha para a representação e análise.

A justificativa deste trabalho para o campo publicitário é observar a narrativa transmidiática em ação e utilizar de seus elementos para conseguir apresentar campanhas mais interativas que cativem e fidelizem o cliente. Futuros estudos podem vir a pesquisar para realizar campanha transmidiática, utilizando a convergência midiática para maximizar o impacto. Pode-se estudar mais a fundo a transmídia, sendo ela no mundo Marvel ou não, já que existem franquias de sucesso que a utilizam da mesma maneira e colhem grandes frutos desta estratégia publicitária.

REFERÊNCIAS

- ARNAUT, Rodrigo et al. **Transmídia: estratégias e processos de construção de mundos**. Revista Geminis, São Carlos. Ano 2, n. 2, p. 259-275, dez., 2011
- FIELD, Syd. **Screenplay: The Foundations of Screenwriting**. New York: Bantam Dell, 2005.
- GOSCIOLA, Vicente. A máquina de narrativa transmídia: transmídiação e literatura fantástica. **Revista Comunicação**, São Paulo, v. 1, n. 10, p.131-139, 2012.
- _____. **Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas**. 3. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEMONS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: Em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.
- LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2007.
- LONG, Geoffrey. **Transmídia: A narrativa da atualidade**. Revista Pontocom, set. 2009. Disponível em: <<http://www.revistapontocom.org.br/edicoes-antiores-entrevistas/transmidia-a-narrativa-da-atualidade>>. Acesso em: 27 abr. 2015.
- MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- MOREIRA, Sônia Virgínia. **Análise documental como método e como técnica**. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- SCOLARI, Carlos Alberto. **Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production**. International Journal Of Communication. Los Angeles, p. 1-21. 10 jun. 2009. Disponível em: <<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/477/336>>. Acesso em: 12 mai. 2015.