

**UNIVERSIDADE TIRADENTES**  
**PRÓ-REITORIA ADJUNTA DE GRADUAÇÃO PRESENCIAL**  
**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**ANNELISA FEITOZA RODRIGUES**

**NARRATIVA TRANSMÍDIA EM *DEMOLIDOR*: A EXPANSÃO DO UNIVERSO  
*MARVEL* POR MEIO DA *NETFLIX***

**ARACAJU-SE**  
**2018**

ANNELISA FEITOZA RODRIGUES

NARRATIVA TRANSMÍDIA EM *DEMOLIDOR*: A EXPANSÃO DO UNIVERSO  
*MARVEL* POR MEIO DA *NETFLIX*

Monografia apresentada à  
Universidade Tiradentes como um  
dos pré-requisitos para a obtenção do  
grau de Bacharel em Comunicação  
Social com Habilitação Publicidade e  
Propaganda.

ORIENTADOR  
Prof. Mário Eugênio Paula de Lima

ARACAJU-SE  
2018

ANNELISA FEITOZA RODRIGUES

NARRATIVA TRANSMÍDIA EM *DEMOLIDOR*: A EXPANSÃO DO  
UNIVERSO *MARVEL* POR MEIO DA *NETFLIX*

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Tiradentes – UNIT, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Aprovada em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

**Banca examinadora**

---

Prof.  
Universidade Tiradentes

---

Prof.  
Universidade Tiradentes

---

Examinador  
Universidade  
Tiradentes

That's all Folks!

*"At times the world may seem an unfriendly and sinister place, but believe that there is much more good in it than bad. All you have to do is look hard enough. and what might seem to be a series of unfortunate events may in fact be the first steps of a journey."*

**Lemony Snicket**

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por me dar forças para concluir, mesmo com todas as adversidades e problemas esta pesquisa.

A minha mãe, por sempre ter proporcionado o estímulo a formação profissional, nunca impedir ou interferir no que eu desejei cursar. Mesmo não entendendo, sempre me apoiou. rs

A Alice e Marília, sem vocês, nem sei.

Aos meus amigos pela paciência nesse momento de estresse máximo, vocês ainda estão aqui! Obrigada.

As famílias Feitoza e Fraga pela ajuda mais do que necessária no momento em que mais precisei.

A João André e Gorette pelo amparo.

A Ilma por sempre me fazer pensar na importância da educação na minha vida.

Aos meus professores e amigos de Faculdade pela experiência peculiar e engraçada que foi a Universidade.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo identificar a aplicação da Narrativa Transmídia entre o seriado da *Marvel* - O Demolidor produzido pela *Netflix* em seu episódio “No círculo”, da primeira temporada do ano de 2015 e a história em quadrinhos (HQ) “Demolidor: o homem sem medo” (2009) por meio de análise comparativa entre suas diferenças e similaridades, embasado em conceitos definidos por Jenkins (2009) em seu *blog*. Foi exposto um histórico do desenvolvimento da internet, além do conceito de Ciberespaço. Tomando como base os conceitos de Henry Jenkins (2009) desenvolveram-se reflexões sobre Cultura da Convergência, Cultura Participativa e Inteligência Coletiva. Utilizando o embasamento teórico acerca da Narrativa Transmídia desenvolveu-se uma análise comparativa entre os objetos estudados a qual permitiu concluir que a série “O Demolidor” produzida pela *Netflix* se apresenta como uma construção Narrativa Transmídia (NT) bem-sucedida.

**PALAVRAS-CHAVE:** Narrativa Transmídia; Cultura da Convergência; *Marvel*; Demolidor; *Netflix*.

## **ABSTRACT**

This study aims to identify the application of transmedia storytelling between the *Marvel* series *Daredevil*, produced by *Netflix* in its first season's episode "Into the ring" circle", of the first season of the year of 2015 and the comic "Daredevil: the man without fear" (2009) analyzing its differences and similarities, based on the concepts defined by Jenkins (2009) on his *blog*. A history of the development of the internet was presented, as well as the concept of Cyberspace. Drawing on the concepts of Henry Jenkins (2009), reflections on Convergence Culture, Participatory Culture, and Collective Intelligence was developed. Using the theoretical basis of the Transmedia Storytelling, a comparative analysis was developed between the objects studied, which allowed to conclude that the series "The Daredevil" produced by *Netflix* presents itself as a successful transmedia storytelling (TS) construction.

**KEY WORDS:** Transmedia Storytelling; Convergence Culture; *Marvel*; *Daredevil*; *Netflix*.



## Lista de Figuras

Figura 1 - Pirâmide da projeção da experiência do usuário .....	30
Figura 2 - Pirâmide da Participação com Conteúdo .....	32
Figura 3 – Colagem de Obama e a cultura pop durante a campanha.....	34
Figura 4 - A diferença entre as conexões em representação imagética .....	36
Figura 5 - Representação visual da organização da crossmídia e da transmídia por meio de peças de quebra-cabeças .....	37
Figura 6 - A soma das partes .....	38
Figura 7 - Processo de desenvolvimento de uma Narrativa Transmídia.....	42
Figura 8 - Capa de Jack Kirby e Joe Simon, 1940 .....	44
Figura 9- Capa da HQ "Demolidor - O Homem Sem Medo", 1993 .....	48
Figura 10 - Cartaz do filme "Demolidor - O Homem Sem Medo", 2003 .....	50
Figura 11 - Mapa de países que possuem o serviço da <i>Netflix</i> , 2016.....	51
Figura 12 - Cartaz da primeira temporada de "Demolidor" na <i>Netflix</i> , 2015.....	52
Figura 13 - Cartaz de The Defenders da <i>Netflix</i> , 2017 .....	53
Figura 14 - Acidente com Líquido radioativo - HQ.....	57
Figura 15 - Acidente com Líquido radioativo - Série.....	57
Figura 16 - Visita de Jack ao hospital após acidente de Matt .....	58
Figura 17 - Jack Murdock campeão e cobrador - HQ.....	58
Figura 18 - Jack soca o rosto de Matt por ter desobedecido as regras - HQ .....	59
Figura 19 - Jack permite que Matt veja como está seu rosto para estimulá-lo a "não ser como seu pai" .....	59
Figura 20 - Matt encontra Jack morto após ouvir um tiro .....	59
Figura 21 - Matt vai necrotério reconhecer o corpo do pai - HQ .....	60
Figura 22 - Primeira aparição de Stick - HQ.....	60
Figura 23 - Matt empurra prostituta que cai pela janela por acidente - HQ.....	61
Figura 24 - Matt entrega a Stick pulseira de papel .....	61
Figura 25 - Stick conversa com aliado após deixar Matt - HQ .....	62
Figura 26 - Tributo feito na série usando o enquadramento do HQ .....	62
Figura 27 - Academia de boxe onde Matt treina na série.....	63
Figura 28 - Academia de boxe onde Matt treina na HQ .....	63
Figura 29 - Wilson Fisk quebra o pescoço de Rigoletto e assume seus negócios, se tornando o Rei do Crime.....	64
Figura 30 - Wilson e seu pai discutem, sua mãe o defende.....	64
Figura 31 - Fisk é atormentado pela sua própria imagem coberta do sangue do seu pai.....	65
Figura 32 - Figurino usado pelo personagem no HQ é reproduzido na série.....	65

Figura 33 - Uniforme confeccionado por Mathew Murdock.....	66
Figura 34 - Melvin entrega uniforme para Matt.....	66
Figura 35 - Madame Gao.....	67
Figura 36 - Estampa do Punho de Ferro .....	67
Figura 37 - Leland Owlsley .....	68
Figura 38 - Turk Barrett .....	69
Figura 39 - Anatoly (esq.) e Vladimir (dir.) Ranskahov.....	70
Figura 40 - Larks é apresentado no HQ .....	71
Figura 41 - James Wesley após ser alvejado por Karen Page.....	71
Figura 42 - Nobu Yoshioka .....	72
Figura 43 - Elektra Natchios mata um homem enfiando o osso do próprio punho em seu cérebro.....	73
Figura 44 - Elektra representada na série da <i>Netflix</i> .....	73
Figura 45 - Claire conversa com Matt após resgatá-lo.....	74
Figura 46 - Karen olha <i>outdoor</i> pela janela de Murdock.....	75
Figura 47 - Ben Urich conversa com Page.....	75
Figura 48 - Padre Lantom conversa com Matt em frente a igreja .....	76
Figura 49 - Página oficial do Demolidor no <i>Facebook</i> .....	77
Figura 50 - Perfil do Demolidor no <i>Twitter</i> .....	77
Figura 51 - Poster virtual da segunda temporada do Demolidor .....	78
Figura 52 - Poster virtual da terceira temporada do Demolidor .....	78
Figura 53 - Capas de revistas do Demolidor .....	79
Figura 54 - Capa da versão brasileira do Demolidor Noir .....	79
Figura 55 - Bonecos Funko Pop! da primeira temporada do Demolidor .....	80
Figura 56 - Captura de tela da página do Demolidor no <i>site</i> Fandom Wikia .....	81

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>1. CULTURA DIGITAL</b> .....	14
<b>1.1 Internet e as mutações culturais</b> .....	14
<b>1.2 Ciberespaço</b> .....	18
<b>1.3 WWW e sua evolução por meio dos tempos</b> .....	22
<b>2. CULTURA DA CONVERGÊNCIA</b> .....	28
<b>3. NARRATIVA TRANSMÍDIA</b> .....	35
<b>4. MARVEL, DEMOLIDOR E NETFLIX</b> .....	43
<b>4.1 Marvel Comics</b> .....	43
<b>4.2 Marvel Studios</b> .....	46
<b>4.3 Marvel Entertainment</b> .....	47
<b>4.4 Demolidor</b> .....	47
<b>4.5 Netflix</b> .....	50
<b>5. A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA EM DEMOLIDOR: UMA ANÁLISE</b> .....	54
<b>5.1 – Primeira etapa de análise</b> .....	55
<i>5.1.1 Elementos narrativos, caracterização de personagens e pontos de acesso ao multiverso Marvel</i> .....	55
<b>5.2 – Segunda etapa da análise</b> .....	76
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	82
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	84
<b>APÊNDICE A – SERIADOS TELEVISIVOS CITADOS</b> .....	89
<b>APÊNDICE B – PRÉ-PROJETO</b> .....	91

## INTRODUÇÃO

Para a indústria de Hollywood, a Narrativa Transmídia se tornou uma prática altamente rentável ao espalhar conteúdos por meio de mídias diversas para atrair públicos diferentes, aumentando o alcance do conteúdo, por consequência direta, obtendo mais lucro por intermédio da quantidade de pessoas conquistadas nas diversas plataformas. O que o Marketing chama de *Top Of Mind*, e *Lovemarks* é onde toda marca quer estar: no coração e na mente de seus consumidores, ou a depender do nível de engajamento, a conversão de consumidores em fãs.

Dado esse contexto a proposta deste trabalho é a de desenvolver uma análise comparativa entre a série “O Demolidor” (2015), história que traz Mathew Murdock como protagonista, mostrando a origem de seus poderes e sua atuação como advogado, produzido pela *Netflix* e os quadrinhos “Demolidor: o homem sem medo” (2009), releitura dos quadrinhos feitos por Stan Lee em 1964, acreditando-se que a análise dos produtos selecionados é fundamental para perceber os rumos que grandes empresas estão tomando com o intuito de se adequar à convergência das mídias e ao comportamento do consumidor na atualidade.

Na construção deste trabalho tem-se por **Objetivo Geral** compreender a aplicação da Narrativa Transmídia entre o seriado da *Marvel* – “O Demolidor” produzido pela *Netflix* em seu episódio “No círculo”, da primeira temporada do ano de 2015 e a história em quadrinhos (HQ) “Demolidor: o homem sem medo” (2009). Ao passo que também serão desenvolvidos como **Objetivos Específicos**: Entender como a Narrativa Transmídia pode ser aplicada para gerar engajamento; Identificar os conceitos da cultura de convergência; Descrever o uso da Narrativa Transmídia no primeiro episódio da primeira temporada da série “O Demolidor” e sua extensão a partir dos quadrinhos “Demolidor: o homem sem medo (2009)”.

“O Demolidor” foi escolhido como objeto de estudo por dois aspectos principais: o primeiro por ser uma produção que já possuía um histórico transmidiático anterior à extensão da *Netflix*. E em segundo lugar, por se tratar da primeira série do universo *Marvel* produzida e distribuída pelo serviço de *streaming* – transmissão de produtos midiáticos em formato digital.

No primeiro capítulo “**Cultura Digital**” embasado principalmente nos estudos de Lúcia Santaella (2003), André Lemos (2002) e Pierry Lévy (1999), será apresentado um histórico do desenvolvimento da internet, demonstrado as

características principais das fases da *WEB* e além do conceito de Ciberespaço e as alterações que essa cultura provocou nas vidas das pessoas. No segundo capítulo “**Cultura da Convergência**” será abordada a teoria homônima que se difundiu por meio das pesquisas do teórico Henry Jenkins. Serão apresentados os conceitos de Convergência, Cultura Participativa e Inteligência Coletiva.

Em sequência, no Capítulo “**Narrativa Transmídia**” serão demonstrados os conceitos e características que norteiam essa forma de produzir conteúdo. No quarto capítulo - “*Marvel*, Demolidor e *Netflix*” será apresentado um histórico da *Marvel* e o desenvolver de todos os setores em que são distribuídos seus produtos. Também será apresentado o personagem Demolidor na sua versão em quadrinhos, cinema e série. Por fim, um breve histórico da *Netflix* e suas produções do Universo *Marvel*.

Dando continuidade, no capítulo “**Narrativa transmidiática em Demolidor: uma análise**”, foi feita uma análise comparativa entre o episódio “No círculo” da série “O Demolidor” produzida pela *Netflix* e os quadrinhos “Demolidor: o homem sem medo” (2009), observando os seguintes elementos: elementos narrativos e caracterização de personagens da história e os pontos de acesso para o multiverso *Marvel*. Além de analisar nos dois objetos os conceitos que Jenkins (2009) apresenta como essenciais à Narrativa Transmídia.

Quanto a metodologia, foi escolhida a hipotético-dedutiva para originar uma pesquisa sobre a Narrativa Transmídia envolvida nos objetos de análise. A coleta de dados foi realizada por meio do levantamento bibliográfico e da pesquisa exploratória. Para a análise, o que melhor se enquadrou como procedimento técnico-metodológico, foi a comparação entre o primeiro episódio, “No Círculo” (*Into The Ring*), da primeira temporada da série da *Netflix* “O Demolidor” (*Daredevil*) transmitido em 2015, e o quadrinho “Demolidor: o homem sem medo” (2009). A escolha do referido método foi impulsionada pelo fato desse método ter por principal objetivo verificar semelhanças e explicar diferenças (Prodanov e Freitas, 2013), proposta que se dialoga com os objetivos dessa pesquisa.

## 1. CULTURA DIGITAL

### 1.1 Internet e as mutações culturais

A facilidade de acesso, a naturalização e a incorporação da internet no dia a dia das pessoas faz com que pouco se questione sobre seu surgimento e desenvolvimento, dessa forma é difícil para o imaginário da população pensar que a origem da internet está na ARPANET – rede de computadores da ARPA (Advanced Research Projects Agency), uma agência formada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos em 1969 durante a Guerra Fria, em um momento de busca por avanços tecnológicos com relação a União Soviética 1969 (CASTELLS 2001).

Para a internet chegar aos consumidores finais nos computadores pessoais de forma similar ao que conhecemos hoje, demorou cerca de duas décadas. Houve evolução das tecnologias além do financiamento do governo dos Estados Unidos para que as empresas que desenvolviam as máquinas aplicassem o código que usamos atualmente, o TCP/IP (*Transmission Control Protocol / Internet Protocol*).

Apesar da tentativa de controle governamental, deter algo com a magnitude da rede ao se espalhar se tornou uma tarefa impossível. No início dos anos 90, provedores passaram a ser criados com o intuito de comercializar a internet, já que grande parte dos computadores já estavam predispostos a aceitar a conexão. O elemento que espalhou a internet da forma que conhecemos hoje foi *www* (*World Wide Web*), Castells (2001) conta ainda que a ARPANET foi desativada em 1990, mesmo ano que *www* foi desenvolvido por um programador inglês chamado Tim Berners-Lee. Ele se valeu da já existente Internet para estabelecer um programa de computador, também chamado de *software*, que conseguisse receber e enviar informações por intermédio de qualquer computador em rede usando: *HTTP*, *HTML* e *URI*, que se tornou *URL*, o *site* que é escrito para acessar as páginas.

Trabalhando em conjunto com Robert Calilliau, Berners-Lee elaborou no final de 1990 um programa navegador/editor para o *www*. Seguindo deste ponto, o código, que era aberto e permitia que outros programadores pudessem realizar modificações, foi replicado, levando ao desenvolvimento de outros navegadores. Ao ser estabelecido, o primeiro navegador com potencial de comercialização foi lançado em outubro de 1994 pela empresa *Netscape Communications*, chamado de *Netscape*

*Navigator*. Após o sucesso da empresa, a *Microsoft*<sup>1</sup> anexou ao seu sistema operacional *Windows 95* seu primeiro navegador, *Internet Explorer*. Estava aí formada a mais nova mídia da comunicação: internet.

No momento em que esse novo meio, a internet é popularizada por meio da criação de PCs (personal computers), é iniciado o processo de digitalização. Passamos a ter uma relação mais íntima com o digital e a facilitação que o mesmo trouxe para as comunicações interpessoais.

A informática perdeu, pouco a pouco, seu status de técnica e de setor industrial particular para começar a fundir-se com as telecomunicações, a editoração, o cinema e a televisão. A digitalização penetrou primeiro na produção e gravação de músicas, mas os microprocessadores e as memórias digitais tendiam a tornar-se a infraestrutura de produção de todo o domínio da comunicação. (LÉVY, 1999, p. 32).

Afinal, é dessa forma que o hipertexto é criado, pondo informações em rede.

Hipertexto é um texto em formato digital, reconfigurável e fluido. Ele é composto por blocos elementares ligados por links que podem ser explorados em tempo real na tela. A noção de hiperdocumento generaliza, para todas as categorias de signos (imagens, animações, etc), o princípio da mensagem em rede móvel que caracteriza o hipertexto. (LÉVY, 1999, p. 27).

Para que a cultura digital passasse a ser mundial, universalizada, ela precisou passar para o mundo virtual, já que o Ciberespaço, em tese, não deve ter fronteiras. Passamos a criar uma virtualização das informações, Lévy (1999) explica que o virtual se liga a cultura digital de duas formas, direta e indiretamente.

Diretamente porque a digitalização da informação pode ser considerada a aproximação da virtualização, pois seus códigos são quase que totalmente independentes, impossíveis de serem vistos, mas pode se transferir facilmente por meio das redes de computadores.

Indiretamente, pois o avanço dessas redes digitais contribui para o desenvolvimento da comunicação contínua, que de acordo com o autor, foi um processo iniciado há muito tempo, ainda pela escrita, gravação do som e outros processos anteriores a internet, trazendo assim o termo virtualização das organizações, que no Ciberespaço traz a consequência de permitir:

---

<sup>1</sup>Fundada em 1975, é uma empresa do setor de tecnologia responsável pelo desenvolvimento dos produtos *Windows* (sistema operacional), *Office* (pacote de *softwares* que inclui editor de texto, planilhas, serviço de e-mail entre outros), *Xbox* (hardware e videogame e distribuição de jogos), *Skype* (programa de chamadas online), *MSN Brasil* (portal de notícias) e *Bing* (serviço de busca).

Que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, cooperem, alimentem e consultem uma memória comum, e isto quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários. (LÉVY, 1999, p. 49).

Santaella (2003) no entanto, fala que não se pode citar a cultura digital sem creditar as outras mídias, sem citar a evolução até ela. A autora chama de eras culturais, já que ao se encerrar uma era, não há a exclusão da outra e sim absorção de certas características melhoradas, o espaço por meio dos tempos que indicam nossas formas de comunicação. Para confirmar sua sugestão de não linearidade, Lemos e Lévy (2010, p. 43) afirmam que “o desenvolvimento da *web* (e da Internet em geral) até os dias de hoje faz parte do processo orgânico e não planejado, formando a substância das grandes mudanças culturais. ”

Uma cultura passa a não mais ser exclusiva, ela evolui, passa a ser usada de outras formas, com adição de outras características, mas ela não morre, não deixa de existir, por essa razão, ela também chama essas eras de formações culturais. Santaella (2003) fala que essas eras culturais estão divididas em seis tipos de formações: a **cultura do oral**, a **cultura da escrita**, a **cultura impressa**, a **cultura de massas**, a **cultura das mídias** e a **cultura digital**. Em vídeoaula para o curso de especialização em mídias interativas da UFG (Universidade Federal de Goiás), a pesquisadora descreve melhor cada uma dessas mídias e o que as caracteriza.

Mesmo não sendo a primeira autora a partilhar a divisão temporal por eras, ela conta em aula, que tanto McLuhan quanto Lévy pularam formações importantes. McLuhan por não ter acompanhado o uso da mídia computador como ele é hoje, e Lévy por não ser um comunicólogo. Dessa forma, ela se refere a primeira formação cultural como a da oralidade, uma era em que o único meio de comunicação era a fala, forma que veio como instrumento evolutivo orgânico humano.

Continua-se a falar, porém, agora se tem também o que a especialista chama de segunda oralidade, que é uma mesma característica dessa cultura com mídias secundárias. Na cultura da escrita, antes da impressa, havia apenas possibilidade de transcrições manuais, em códigos representativos de cada linguagem, como a escrita pictográfica, hieroglífica, a criação do código escrito.

A cultura chamada pela autora de impressa é lembrada como a era de Gutenberg, nomenclatura cunhada graças a como é referido pelo autor McLuhan, é quando a Impressora de Tipos passa a ser utilizada, popularizando a impressão e



consumo dos livros, que eram difícil de ser acessados pelo alto custo e trazendo uma tecnologia para a quarta formação cultural, a era da cultura de massas. Santaella se refere a esta cultura como a era em que se inicia o surgimento de máquinas as quais obtém a competência de substituir e estender a capacidade que o ser humano tem de formular linguagens.

Santaella (2014, n.p.) coloca que a era da reprodutibilidade, conceito formado por Walter Benjamin, deveria ser contada a partir da era de Gutenberg, com a impressora de tipos, passando então para a fotografia que registrava o que era visto, logo após a captação e armazenamento sonoro, característica importante pois antes da possibilidade de ter esses sons armazenados a reprodução de áudios dependia de uma execução instantânea. Em sequência vem a formação do sistema tonal, a criação de máquinas eletroacústicas, o aprimoramento do cinema e por fim, a criação dos eletroeletrônicos - TV e Rádio, que de acordo com a pesquisadora, foi o auge da cultura de massas.

Posterior a era das massas, vem a função cultural que Santaella auto intitula como maior defensora: a era das mídias. A pesquisadora conta que por volta dos anos 70, tomando ênfase nos anos 80, começam a ser criados gadgets que visam o início do vazamento da soberania da cultura de massas, transferindo o poder para as pessoas (SANTAELLA, 2014, n.p.).

Um exemplo que a mesma cita é o controle remoto. Antes desse dispositivo, as pessoas tinham preguiça de mudar de canal um comportamento que se modificou após o dispositivo. De acordo com a autora, é um modo de ensaiar a interação com a mídia, mesmo que uma forma extremamente básica de interação. São dispositivos que aparecem com o passar do tempo e o avanço da tecnologia, após o controle remoto, veio o videocassete, atrelado a possibilidade de se alugar um filme, levar o cinema até você ou gravar algo e assistir quando sentir vontade, também a popularização da TV a cabo com canais personalizados para cada público, como é elucidado por Santaella:

Essas tecnologias, equipamentos e as linguagens criadas para circularem neles têm como principal característica propiciar a escolha e consumo individualizados, em oposição ao consumo massivo. São esses processos comunicativos que considero como constitutivos de uma cultura das mídias. Foram eles que nos arrancaram da inércia da recepção de mensagens impostas de fora e nos treinaram para a busca da informação e do entretenimento que desejamos encontrar. (SANTAELLA. 2003. p. 15-16).

A Cultura Digital veio após essa suposta liberdade dos indivíduos, com o surgimento do computador que a pesquisadora chama de “extensão da mente humana”. O computador evolui completamente com a domesticação da internet, trazendo uma verdadeira revolução. Conforme é apontado por Castells (2001) a internet tem um potencial que permite uma comunicação que vai de encontro ao que propõe as mídias de massa – um para muitos; e apresenta uma fazer comunicação que é emitido de muitos para muitos. Quando a imprensa era o meio de comunicação em destaque McLuhan chamou esse fenômeno de “Galáxia Gutenberg”, para Castells entramos na “Galáxia Internet” (CASTELLS. 2001. p. 16).

Como esperado, as mudanças que a internet trouxe ao dia-a-dia de cada indivíduo que utiliza os meios digitais, impactou diretamente todas as suas relações - as sociais, econômicas, políticas.

[...] as novas relações entre a tecnologia e os humanos se tornaram sumamente complexas. “A tecnologia não apenas penetra nos eventos, mas se tornou um evento que não deixa nada intocado. É um ingrediente sem o qual a cultura contemporânea - trabalho, arte, ciência e educação - na verdade, toda a gama de interações sociais, é impensável”. (SANTAELLA. 2003. p. 26 *apud* Aronowitz, 1995: 22).

Manevy (2009) sustenta a mesma teoria e reforça que as relações não são apenas digitais e sim, extensão de quem são, pois, a cultura digital está atrelada a formação do “eu”. Ainda segundo este autor:

[...] se pensarmos como cultura e não só como suporte, acredito que captamos a essência desta transformação, que é a cultura das redes, do compartilhamento, da criação coletiva, da convergência. São processos vivos de articulação, processos políticos, sociais, que impactam nosso modo de vida, de construção e de formulação. E que encontra no digital não um suporte, mas um modo de elaboração. (MANEVY, 2009, p. 34).

O autor é contundente ao apresentar que as implicações dessa cultura digital que, segundo ele vem se expandindo desde a década de 70, opera mudanças significativas no ser e agir das pessoas estando além de apenas um artefato técnico.

## 1.2 Ciberespaço

O Ciberespaço, termo criado pelo escritor cyberpunk de ficção científica William Gibson em 1984 em seu livro *Neuromancer*, foi usado para caracterizar “o universo das redes digitais, descrito como campo de batalha entre as multinacionais, palco de conflitos mundiais, novas fronteiras econômicas e culturais.”. (Lévy, 1999, p.

92). Em outras palavras, o Ciberespaço é a vida diária em rede, on-line, os registros humanos no universo virtual.

Lévy (1999, p. 92) define o Ciberespaço como “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Ele armazena uma quantidade imensurável de informações e permite o acesso a elas mediante a entrada em rede, um facilitador para erradicação dos limites geográficos, motivando a aproximação dos indivíduos. Mesmo o Ciberespaço sendo considerado existente antes da sua transferência para a rede mundial de computadores, por meio das linhas telefônicas, foi por intermédio da conexão mundial que ele tomou sua proporção imensurável.

Trazendo a facilitação das comunicações, a teoria que Lévy havia feito da digitalização tornar o Ciberespaço o “principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do início do próximo século” (1999, p.93) estava correta. Com o advento das mídias, sua evolução, o indivíduo passou a interagir com as mídias, deixando de ser um receptor passivo, que apenas recebia informações dos meios massivos, para ser um receptor ativo, interagindo com o conteúdo, indagando o que lhe é transmitido, compartilhando o que lhe convém, sendo um participante atuante da propagação e edição do que o atinge. Costa (2002) diz no livro *A Cultura Digital*, “a cultura da atualidade está intimamente ligada à ideia de interatividade, de interconexão, de inter-relação entre homens, informações e imagens dos mais variados gêneros”. (COSTA, 2002. p. 08). Desta forma, é possível concluir que o Ciberespaço propicia uma comunicação multilateral, que facilita o *feedback*.

Cavalcanti e Nepomuceno reproduzem em quadro o que chamam de “Síntese da Evolução” proposta por Lévy, demonstrando a mudança nos processos de comunicação.

Quadro 1 - Formas de comunicação e suas características

Dispositivo	Forma de Comunicação	Características	Atores
<b>Fala</b>	Um para um	Comunicação horizontal	Emissor e receptor em locais diferentes
<b>Escrita</b> (imprensa, jornal, rádio e televisão)	Um para muitos	Comunicação Vertical	Emissor e receptor em locais diferentes
<b>Ambiente de rede</b> (Internet, Intranet, Extranet e outros)	Muitos para muitos	Comunicação Multidirecional	Emissor e receptor em locais diferentes, com a possibilidade de interação e <i>feedback</i> .

**Fonte:** Lévy (apud CAVALCANTI, NEPOMUCENO, 2007, p.16).

Desta reorganização comunicacional surgem, segundo Lemos e Lévy (2010), no livro *O Futuro da Internet - em direção a uma ciberdemocracia planetária*, três princípios da Cibercultura: liberação da emissão, conexão generalizada e reconfiguração social, cultural, econômica e política. Porém, os princípios que, segundo Lévy (1999, p. 127), no título “Cibercultura” contribuíram para o crescimento do Ciberespaço foram: interconexão, comunidades virtuais e inteligência coletiva.

A interconexão, primeiro destes princípios, está diretamente ligada à forma com que os dispositivos estão ligados uns aos outros, por meio da *web*. Lévy conta que é essencial para a Cibercultura que exista a conexão entre os dispositivos, sejam eles quais forem, para que haja interação, interconexão entre eles. Interação é essencial, seja de pessoa para pessoa ou de máquina para máquina.

Lévy (1999) complementa:

A interconexão constitui a humanidade em um contínuo sem fronteiras, cava um meio informacional oceânico, mergulha os seres e as coisas no mesmo banho de comunicação interativa. A interconexão tece um universal por contato. (LÉVY 1999, p. 127).

O segundo princípio é o da comunidade virtual. De acordo com Lévy (1999, p. 127), prorroga o primeiro princípio, pois este facilita o desenvolvimento de comunidades virtuais. As formações delas dependem das preferências de seus participantes, pois essas comunidades, no geral, tratam de assuntos que

determinados grupos têm em comum, e se reúnem em rede para compartilhar dados e opinar sobre as informações que se seguem. Dentro dessas comunidades existe o que o autor chama de “netiqueta”, não usar publicidade dentro do fórum, não repetir informações já colocadas anteriormente por outros usuários.

Assim como as relações interpessoais *offline*, podem haver conflitos dentro dessas comunidades, usualmente, esses conflitos são carregados de insultos e ofensas e tendem a ser interrompidos por administradores. Não apenas conflitos são formados, mas amizades entre os participantes são igualmente comuns, isso afasta a ideia que os críticos da Cibercultura tinham de que a vida em rede afastaria e erradicaria as relações entre as pessoas, algo que Santaella (2010, p. 267) esclarece “pesquisas têm comprovado que a internet fortalece as relações nas comunidades tradicionais, funcionando ao lado dos canais precedentes de informação, muito mais como adição do que subtração”. Um ponto de vista que dialoga com Lévy (1999) quando o autor afirma que:

Para seus participantes, os outros membros das comunidades virtuais são os mais humanos possível, pois seu estilo de escrita, suas conas de competências, suas eventuais tomadas de posição obviamente deixam transparecer suas personalidades. (LÉVY, 1999, p. 129).

Mesmo que construídas no universo *online*, essas relações são tão concretas para quem as tem quanto qualquer outra relação fora do ambiente em rede. Lévy (1999) portanto, ressalta que as comunidades virtuais são reais e não um construto imaginário, as colocando como “um coletivo mais ou menos permanente que se organiza por meio do novo correio eletrônico mundial”. (LÉVY, 1999, p.130)

O terceiro e último princípio é o da inteligência coletiva. Lévy ao se referir sobre esse tipo de construção de conhecimento avalia que “o Ciberespaço talvez não seja mais do que o indispensável desvio técnico para atingir a inteligência coletiva”. (LÉVY, 1999, p.130). Na introdução do livro “A Inteligência Coletiva”, Lévy (2000, p.28) a define como “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. A inteligência humana é algo latente de cada indivíduo, porém é no Ciberespaço que ela ganha força, tendo uma melhor expressão.

O autor reforça:

Chamo “inteligência” o conjunto canônico das aptidões cognitivas, a saber, as capacidades de perceber, de lembrar, de aprender, de imaginar e de raciocinar. Na medida em que possuem essas aptidões,

os indivíduos humanos são todos inteligentes. No entanto, o exercício de suas capacidades cognitivas implica uma parte coletiva ou social geralmente subestimada. (LÉVY, 1996, p.97).

No *online*, cada pessoa compartilha seus pensamentos, crenças, critica o pensamento das outras inteligências. O conhecimento compartilhado contribui para a formulação de uma rede consistente de informações que pode ser acessada por qualquer um por meio das mídias de acesso à rede. Para Jenkins (2009, p.30) nenhum ser vivo é capaz de possuir todo o conhecimento do planeta, no entanto, cada um deles tem o entendimento sobre algo, que reunidos constroem a memória da humanidade sobre todo o conhecimento existente.

Esse pensamento é reforçado por Lemos (2002) quando o autor explica que o Ciberespaço é um local propício para aquilo que o autor chama de coletivização dos saberes:

O Ciberespaço é um ambiente de circulação de discussões pluralistas, reforçando competências diferenciadas e aproveitando o caldo de conhecimento que é gerado dos laços comunitários, podendo potencializar a troca de competências, gerando coletivização dos saberes. (LEMOS, 2002, p. 145).

A coletivização dos saberes a que Lemos (2002) se referiu acima, tem vínculo direto com a *WEB 2.0*. A evolução da rede como conhecemos, que possui características distintas, contribui para a proliferação da inteligência coletiva como conhecemos hoje.

Esse comportamento de compartilhamento de saberes colabora para a quebra das barreiras que eram impostas pelas mídias de massa aos seus espectadores e ouvintes os quais mudaram sua forma de agir com relação a essas mídias. Santaella (2003, p. 16) aponta que essas formas de comportamento “nos arrancaram da inércia da recepção das mensagens impostas de fora e nos treinaram para a busca da informação e do entretenimento que desejamos encontrar. ”

### **1.3 WWW e sua evolução por meio dos tempos**

Sendo criada mais um dispositivo de utilização dos usuários *online*, soubemos que toda mídia tem suas fases evolutivas por meio de Santaella (2003), a internet não seria diferente. A *World Wide Web* é dividida em algumas fases, cada uma destas com suas características específicas, marcam a evolução da internet

como uma linha do tempo de possibilidades e usos, onde ela se mostra tendo menos fronteiras e limites para sua cada uma dessas utilizações.

*Quadro 2 - A evolução da Web.*

<b>Web 1.0</b>	Formação (1960 a 1995)	Do âmbito acadêmico à Internet comercial
	Povoamento (1995 a 2005)	Da Internet comercial à Web 2.0 ( <i>Transposição do modelo tradicional "um para muitos"</i> )
<b>Web 2.0</b>	Início dos projetos de Inteligência Coletiva (2005)	Desde a chegada da Web2.0 ( <i>Projetos assumidamente voltados para o modelo "muitos para muitos"</i> )

**Fonte:** Castells (*apud* CAVALCANTI; NEPOMUCENO, 2007, p.31)

a) *WEB 1.0*

A popularização da internet forneceu ao público, que antes tinha acesso a informação de forma controlada pelas mídias de massa (TV, rádio, jornais, telefones), uma nova forma cultural: a cultura da conexão. Para que chegássemos a popularização da informática como hoje vista, Lemos (2002, p.111) explica que o primeiro computador existente estava longe de ser acessível custando US\$5.000 em 1975. A invenção do *Apple Macintosh*, computador de mesa da Apple, impulsionou a popularização da microinformática, ascendendo a esperanças dos usuários domésticos, levando em consideração que o monopólio da produção de computadores na época era da *IBM - International Business Machines*, empresa do segmento de informática, e os altos custos levavam os equipamentos a estar em quase totalidade em posse das pesquisas militares. A criação desses dispositivos de forma comercial tornou acessível à população a conexão em rede.

A conectividade trouxe acesso facilitado a muitas informações que antes só chegavam às pessoas por meio do modelo que a mídia massiva escolhesse para

a transmissão. O público era limitado a apenas ser receptor da mensagem, não tendo dessa forma nenhuma interação com o conteúdo, um agente passivo. O público, ao ter em mãos esse dispositivo, passou a desenvolver o que foi chamado de hipertexto. Hipertexto é basicamente todo o Ciberespaço.

Lemos (2002), conceitualiza o que são hipertextos:

Os hipertextos, seja on-line (*Web*) ou *offline* (CD-ROM), são informações textuais, combinadas com imagens (animadas ou fixas) e sons, organizadas de forma a promover uma leitura (ou navegação) não-linear, baseada em indexações e associações de ideias e conceitos, sob a forma de links. Os links funcionam como portas virtuais que abrem caminhos para outras informações. O hipertexto é uma obra com várias entradas, onde o leitor/navegador escolhe seu percurso pelos links (LEMOS, 2002, p. 130).

Mesmo contido no Ciberespaço, na era da *WEB 1.0*, de acordo com Coutinho e Bottentuit Junior (2007, p. 199), os usuários não eram produtores de conteúdo por completo, eles poderiam apenas participar da rede. Mesmo não sendo um broadcast, que era a transmissão de conteúdo sem interação, podendo seus receptores apenas criticar o que lhe era chegado, o acesso às páginas de leitura era bem limitado graças ao seu tipo de transmissão de conteúdo. Essas páginas eram disponibilizadas por programadores que faziam com que os sites ficassem *online* em rede, mas os usuários não tinham como editar as informações neles contidas, não havia interatividade direta.

#### b) *WEB 2.0*

O conceito da *web 2.0* passou a ser apresentado em 2004 no brainstorming de uma conferência entre Tim O'Reilly e MediaLive International, em San Francisco, EUA. Essa conferência, segundo Cavalcanti e Nepomuceno (2007), objetivava expor e debater as características que estavam reconfigurando o novo cenário dentro do Ciberespaço, as novas formas de interações sociais, econômicas, de pesquisa e programação por meio da rede de computadores.

A *WEB 2.0* está em pauta para enaltecer a inteligência coletiva. As novas funções pós-massivas da segunda linha evolutiva da internet, também chamada de computação social é reforçada por meio da produção social. É a era em que os usuários se reúnem *online*, auxiliando para que houvesse a evolução dos dispositivos, aplicando seus conhecimentos ao grande hipertexto em prol das causas de cada um, fazendo com que o compartilhamento de informações trouxesse avanço as mesmas,



a era da comunicação multidirecional. Cavalcanti e Nepomuceno (2007, p. 4) concordam que a *Web 2.0*:

É um conceito para agrupar, nomear e incentivar projetos que expandem o principal potencial do ambiente de rede - um novo meio, enfim, fortemente voltado para a interação, e capaz de implementar novas formas de produzir conhecimento: a Inteligência Coletiva em rede.

Passou a se usar redes sociais digitais (*MySpace, Facebook, Orkut*), participar de comunidades virtuais dentro dessas redes, construir *blogs* para expor suas opiniões, usar a transferências de arquivos por meio de P2P<sup>2</sup>, compartilhamento de imagens por meio de *fotoblogs* e armazenamento *online* (*Fotolog, Flickr*), softwares de comunicação instantânea (*MSN, Skype, ICQ*), compartilhamento de vídeos (*YouTube, DailyMotion*).

Lemos e Lévy (2010, p.19) concluem:

Em outros termos, as redes, grupos e comunidades de pessoas seriam capazes de refletir suas próprias inteligências coletivas num espaço aberto à observação e à interpretação do ponto de vista de cada uma das inteligências coletivas. Em pouco tempo, a maioria das comunicações e das transações humanas desenrolar-se-á diretamente no Ciberespaço ou deixará um vestígio (sob a forma de estatísticas e documentos) na memória numérica mundial.

### c) *WEB 3.0*

A *web 3.0*, também conhecida como *web* semântica, foi discutida pela primeira vez em 2011 pelos autores Tim Berners Lee, James Hendler e Ora Lassila, no artigo “*Web Semântica: um novo formato de conteúdo para a Web que tem significado para computadores e vai iniciar uma revolução de novas possibilidades*”, foi um assunto tratado pela primeira vez em 2001. Fundamentalmente a *web 3.0* ou *web* semântica trouxe como principal característica a evolução dos dispositivos de pesquisa, uma atualização do mecanismo de busca que pretende otimizar o meio de encontrar o que é pesquisado pelo usuário dentro da plataforma.

Dentro da *web 2.0*, uma pesquisa no site de buscas *Bing* ou *Google* fornecia ao usuário todas as informações que pudesse existir dentro da rede sobre o assunto pesquisado, o que causava demora nos resultados finais. Por exemplo, ao buscar o nome de uma personalidade, todas as coisas sobre essa pessoa apareciam

---

<sup>2</sup> Também chamado de *peer-to-peer*, é uma forma de compartilhamento da qual cada computador se torna servidor e cliente ao mesmo tempo (*BitTorrent, eMule, Kazaa, Ares, LimeWare*).

como resultado: nomes de ruas, prédios, os dados da pessoa pesquisada, vídeos relacionados. Dentro da *web* semântica isso não ocorre. Os dados pesquisados são personalizados para cada usuário, por meio de cookies e histórico de pesquisa, o dispositivo tem como calcular o que o usuário deseja de fato, e fornece a ele informações específicas ao que ele quer.

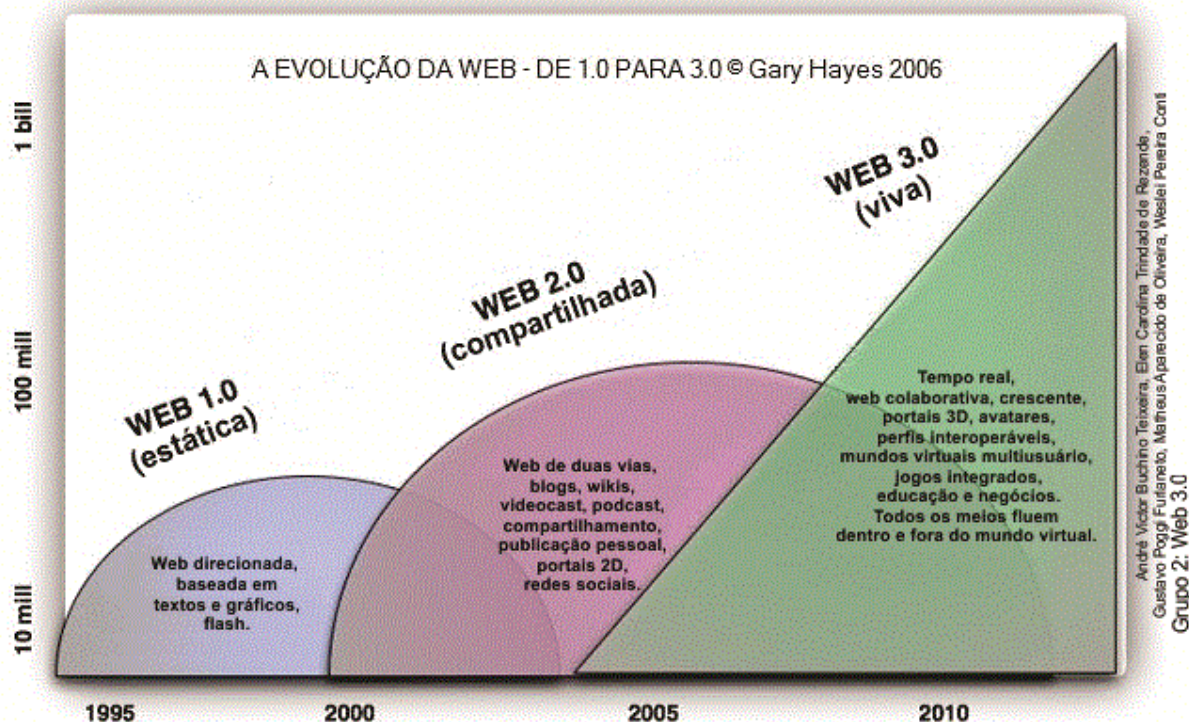
Breitman (2005) complementa que existem elementos que fazem papel essencial para a formação da semântica, são eles: metadados; ontologias; linguagem da *web*; e agentes. Eles se juntam a outros para complementa-se fazendo com que o sistema funcione. Um dos termos mais famosos dos recursos que a *web* semântica trouxe é *tag*, em tradução livre seria a traduzido como etiqueta, mas usado em português como palavra-chave, que aplicada aos endereços virtuais, incluem o conteúdo a rede semântica e contribui para que se reúnam essas informações para quando o usuário fizer sua busca, obtendo assim resultados mais precisos.

Berners Lee, que é criador também do *WWW*, fala que não apenas de pesquisa vive a *Web 3.0*:

A *Web Semântica* é sobre a colocação de arquivos de dados na *web*. Não é apenas uma *web* de documentos, mas também de dados. A tecnologia de dados da *Web Semântica* terá muitas aplicações, todas interconectadas. Pela primeira vez haverá um formato comum de dados para todos os aplicativos, permitindo que os bancos de dados e as páginas da *web* troquem arquivos. (BERNERS LEE, 2007, n.p.)

O **gráfico 1** criado por Hayes (2006), representa em uma linha do tempo o avanço da *web* e seus recursos:

**Gráfico 1 - A evolução da WEB**



Fonte: PersonalizeMedia (2006).

Alexandre Matias, colunista do Jornal Estadão, reforça, ainda que um tanto futurista, que na *web* 3.0 a internet evolui também por meio dos dispositivos:

A *web* 3.0 não é de computadores e celulares, mas de todos os aparelhos da sua casa, que, aos poucos, conectam-se à internet. Primeiro a TV, e depois logo virá o rádio, o carro, a cozinha e tudo que puder ser conectado. Não é simplesmente um navegador que, a partir de seus hábitos *online*, lhe entrega o que você nem sabe que está procurando e, sim, um futuro dos Jetsons – sem o carro voador. Você acorda e em dez minutos a água do banho está esquentando. E logo que você desliga o chuveiro, a cafeteira começa a preparar seu café. A *web* 3.0 nos desconecta de aparelhos, por completo. (MATIAS, 2012, n. p.)

## 2. CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Falava-se no início da cultura digital que ela iria sobrepor a Cultura de Massa, que a televisão seria praticamente assassinada pela internet. Sataella (2003) buscou esclarecer que dentro das eras culturais, nada se perdia, tudo sofria mutação, modificação, readequação ao momento que a sociedade vive, aos seus usuários.

Esse processo de conversão e alteração que os meios sofrem para desenvolver uma produção cultural em diversas plataformas têm alterado a maneira como as pessoas se relacionam com as mídias, esse processo foi chamado por Henry Jenkins (2009), um dos principais estudiosos do assunto, de Cultura da Convergência. De acordo com o pesquisador, a Cultura da Convergência se baseia em três pilares principais: a Convergência dos meios de comunicação; a Cultura Participativa e a Inteligência Coletiva; além de poder ser caracterizada a partir de uma série de mudanças tecnológicas e, principalmente, culturais. Ele explica a Convergência como:

[...] um fluxo de conteúdos por meio 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).

É relevante observar que Jenkins não investiga a ideia de Convergência por uma visão tecnológica, mas sob um entendimento antropológico. E para o autor, a Convergência é uma mudança, principalmente, cultural e ocorre nos cérebros de consumidores individuais e suas interações sociais com os outros; Por haver apropriação da tecnologia disponibilizada, mas sem que houvesse o intuito de mudança e a movimentação social; Para nada funcionaria a disponibilidade dessas tecnologias.

Partindo desse pressuposto, o autor difunde que a cultura participativa é o pilar mais forte dessa tríade, pois é por meio dela que acontece a transformação das ideias em sociedade e a difusão do conhecimento. O advento da internet contribuiu para o avanço das comunidades, retirando as barreiras geográficas do caminho dos participantes, tornando as comunidades virtuais um fragmento das personalidades das pessoas, uma extensão dos seus “eus” em uma esfera virtual, muito mais extensa, com um poder de alcance muito maior que elas possuíam no mundo físico.

Jenkins (2009) torna obsoleta a ideia de que é necessário a separação dos consumidores e produtores de mídia. Eles haviam iniciado então uma relação completamente nova, participando e interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum deles entendiam e controlava por completo. Desta forma, é possível perceber, de acordo com o autor, que este é um processo que acontece tanto de cima para baixo (produtores – consumidores), quanto de baixo para cima (consumidores – produtores). A convergência corporativa coexistindo com a convergência alternativa, possibilitando que qualquer um produzisse ou consumisse de forma livre.

Jenkins (2010, n.p.) entrega algumas características de quem está integrado nessas comunidades e que se encontram vinculados a cultura participativa:

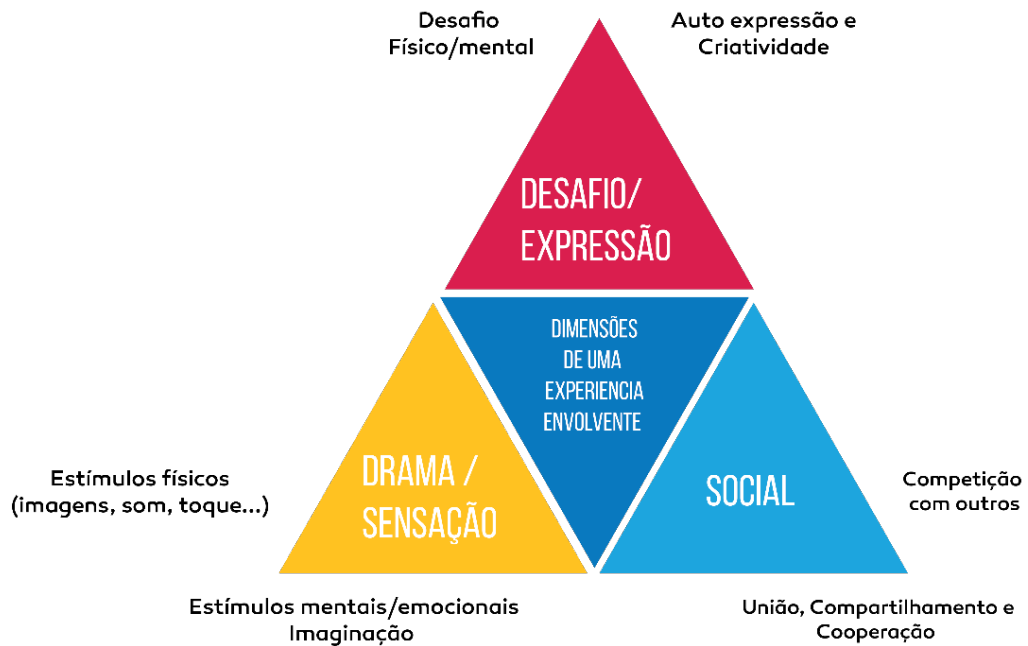
1. Poucas barreiras para que o engajamento aconteça;
2. Grande apoio para que se compartilhe suas criações com os outros;
3. Mentoria informal;
4. Membros acreditam que sua contribuição é importante;
5. Se importa com as opiniões dos outros sobre si mesmo e seu trabalho.

Por engajamento, entende-se:

Um produto transmídia se difere no sentido de visualizar inicialmente, um engajamento social – por meio de estratégia em multiplataformas de mídias, visando por seguinte à rentabilidade financeira. Segundo o dicionário Aurélio, “engajar” é “empenhar-se em dada atividade ou empreendimento”. Promover o engajamento é transformar o cliente (ou público) em parte da história que está sendo contada, permitindo um real envolvimento das pessoas, direcionando os veículos de comunicação para a criação de um ambiente transmidiático. (ARNAUT et al., 2011, p. 265)

O produto oferecido pela indústria cultural precisa se encaixar nos aspectos atraentes para que a audiência seja conquistada e se sinta engajada por ele. Pratten (2011) enfatiza que a sensação é uma particularidade marcante durante o engajamento. Com a pirâmide na figura 1, a influência que tem a sensação dentro da formação do engajamento, o que de acordo com o autor, quando negligenciada, pode demonstrar tanto a falta de qualidade na composição da Narrativa Transmídia quanto uma experiência insatisfatória para o consumidor.

**Figura 1 - Pirâmide da projeção da experiência do usuário**  
**Concepção da Experiência**



Hull, Reid "Experience Design for Pervasive Computing"

**Fonte:** Pratten (2011)

Mayfield (2006 *apud*. Pratten, 2011, p. 21) declarou em seu *blog*:

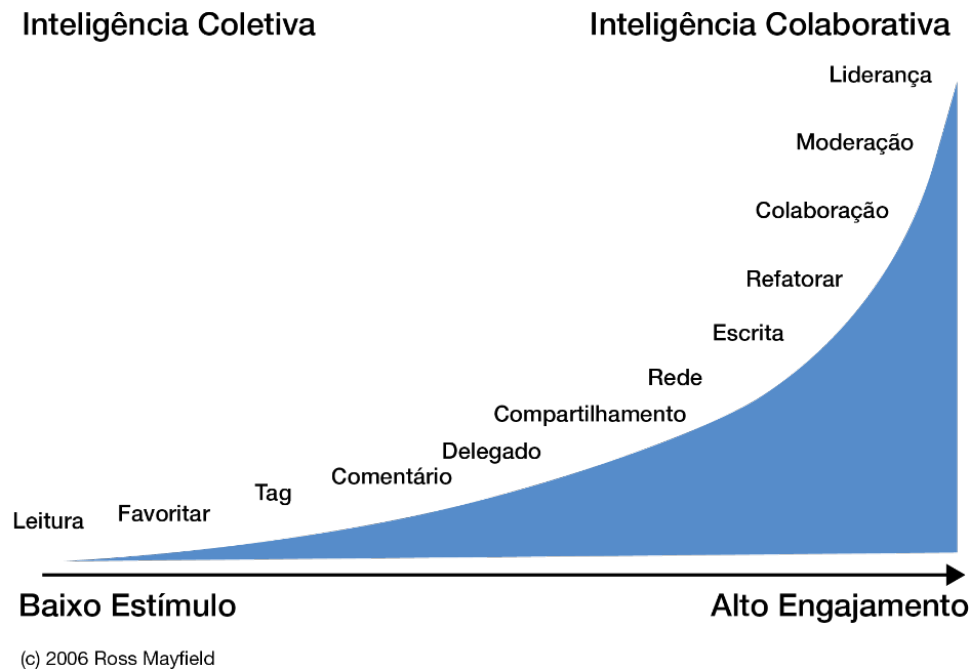
A vasta maioria de usuários não terão um alto nível de engajamento com um determinado grupo, e muitos tendem a se libertar dos valores da comunidade. Mas padrões têm emergido de onde baixo limiar participativo equivale a inteligência coletiva e alto engajamento fornece uma forma distinta de inteligência colaborativa<sup>3</sup> [tradução nossa].

No mesmo texto, o autor cunha o termo "a lei do poder da participação" e apresenta o seguinte gráfico:

<sup>3</sup>The vast majority of users will not have a high level of engagement with a given group, and most tend to be free riders upon community value. But patterns have emerged where low threshold participation amounts to collective intelligence and high engagement provides a different form of collaborative intelligence.

**Gráfico 2 - O gráfico de Mayfield**

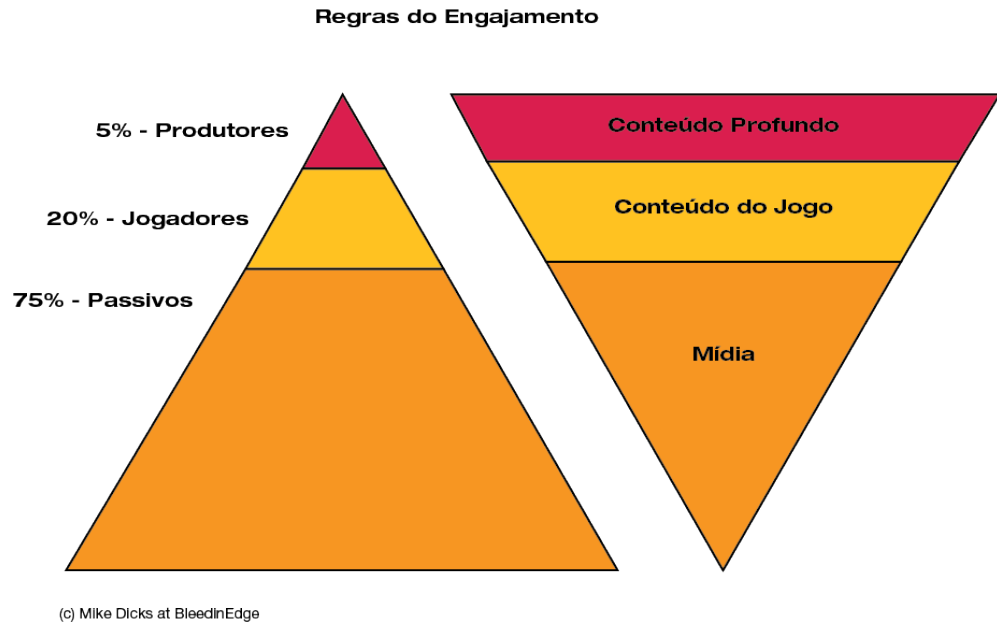
**Lei do Poder da Participação**



**Fonte:** Pratten (2011)

Pratten (2011) conclui que é possível aplicar a curva a transmídia também. Na **figura 2** pode-se visualizar a pirâmide demonstrando melhor as leis da participação dentro de uma Narrativa Transmídia.

**Figura 2 - Pirâmide da Participação com Conteúdo**



**Fonte:** Pratten (2011)

Pratten (2011) infere, portanto, que se há menos esforço envolvido na participação do mundo fictício, mais pessoas estão propícias a se incluir na narrativa, porém se pode dizer que essa audiência está tão envolvida no mundo quanto as pessoas que passam mais tempo nele. Teoricamente, analisando desta perspectiva, mais esforço promovido por esse público implicaria em maior engajamento. Entretanto, de acordo o autor, isso está subordinado as preferências e vontades do usuário, o qual, nem sempre deseja mergulhar tão fundo na narrativa a ponto de fazer um vídeo ou produzir algum tipo de conteúdo em cima do produto. Ainda assim, o usuário não deixa de estar inserido na narrativa, ele apenas está em um grau distinto de envolvimento.

Desta forma é exposto por ele os três estágios do engajamento: descoberta, experiência e exploração. Atrelados uns aos outros, informa as opções de conteúdo por meio de seus cinco níveis de crescimento deste engajamento: atenção, estima, afeição, advocacia e contribuição. Todas as informações podem ser comparadas no **quadro 3**.



**Quadro 3 - Medidas do Engajamento**

Estágios do Engajamento	<i>Descoberta</i>		<i>Experiência</i>	<i>Exploração</i>	
	<i>Atenção</i>	<i>Estima</i>	<i>Afeição</i>	<i>Advocacia</i>	<i>Contribuição</i>
<b>Tipo de conteúdo</b>	<i>Teaser</i>	<i>Trailer</i>	<i>Alvo</i>	<i>Participação</i>	<i>Colaboração</i>
<b>Objetivo para seu conteúdo</b>	<b>Me encontre.</b> Fãs vão ao site e consomem o "conteúdo do teaser" gratuito e com baixo envolvimento.	<b>Me teste.</b> Fãs aumentam o engajamento e consomem o conteúdo gratuito do trailer.	<b>Me ame.</b> Fãs gastam dinheiro e decidem que o que eu ofereço entrega o que é prometido, é divertido e vale a pena.	<b>Fale sobre mim.</b> Fãs falam a amigos.	<b>Seja eu.</b> Fãs criam novo conteúdo.
<b>Como?</b>	Seja relevante	Seja crível	Seja excepcional	Seja compartilhável	Seja aberto
<b>Métricas</b>	visitas, hits, tempo por visita, número de conteúdo visto (por canal e conteúdo (email, <i>blogs</i> , vídeos, Twitter, etc.))	clicks, downloads, trials, registros	compras, classificação, review (análise), comentários, posts em <i>blogs</i> , seguidores no Twitter, Likes no Facebook, ingressos na comunidade	repetição de compras, inscrições, tornar-se membro  <i>Online</i> : reTweets, encaminhamentos, incorporar links (embeds), pesquisa de satisfação e questionários  <i>Offline</i> : focus groups, pesquisa de satisfação	uploads, remixes, histórias escritas, colaborações, número de fãs moderadores por fórum, eventos feitos, outros conteúdos gerado por usuários (UGC - user-generated content)

**Fonte:** Pratten (2011)

Intensificando ainda mais esses conceitos, Jenkins (2010) usa como exemplo forte do que foi citado a campanha para eleição do ex-presidente dos Estados Unidos, Barack Obama. Durante a campanha, o engajamento em rede foi primordial para a proliferação de suas ideias. Os integrantes das redes sociais usaram a cultura pop e as novas mídias a favor, já que havendo uma figura viva na inteligência coletiva, seria menos dificultoso a identificação com esses personagens, tanto ativistas pró-Obama e contra Obama se utilizaram desses recursos para propagar suas opiniões e pensamentos acerca do candidato.

**Figura 3** – Colagem de Obama e a cultura pop durante a campanha



Fonte: Twitter (2018)

Conforme verifica-se na **figura 3**, foram usados personagens conhecidos do público e *slogans* de fácil compreensão, como pode ser visto abaixo, a fim de contribuir para a construção de uma ideia, uma imagem a ser vinculada ao candidato, sendo propagada por meio da rede e fora dela por seus participantes, usando mídias diversas. Graus diferentes de envolvimento eram encontrados na campanha, do mais leve (o que apenas repostava as informações produzidas), ao mais alto (os produtores ativos de vídeos e interação física por meio de atos com outros simpatizantes).

### 3. NARRATIVA TRANSMÍDIA

A partir das mudanças na forma de relacionamento com a mídia, é também possível perceber novas maneiras de consumir e de interagir com produtos culturais como mais uma das características da Convergência. Como é apontado por Jenkins (2009):

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

Estava assim formado um *prosumer*, um consumidor da era da convergência, aquele que não mais aceitaria que simplesmente fosse escolhido seus produtos e preferências por ele, a pessoa que iria ativamente participar do processo de escolha e disseminação do seu conteúdo favorito, fosse em qual mídia estivesse disponível. Não mais um conformista, sim um participante ativo da sua comunidade, com poder de mudar os rumos do que gosta mesmo que apenas dentro de sua própria comunidade virtual.

Jenkins (2009) explicita que estes consumidores aprenderam a se utilizar das tecnologias para dessa maneira ter um maior controle sobre o fluxo das mídias, interagindo também com outros consumidores que tenham suas preferências em comum. A Narrativa Transmídia nasce a partir dessa necessidade que o consumidor tem de se sentir ativo, inserido nos produtos que consome. Participar do que ele apropria como sendo seu, transformando esse conteúdo em algo muito maior que foi inicialmente.

O termo Narrativa Transmídia foi usado por Jenkins pela primeira vez em um artigo para a revista *Technology Review*, do MIT (Massachusetts Institute of Technology), no ano de 2003. Após apresentar o conceito, ele o evoluiu no livro “Cultura da Convergência”. Na publicação, o autor descreve:

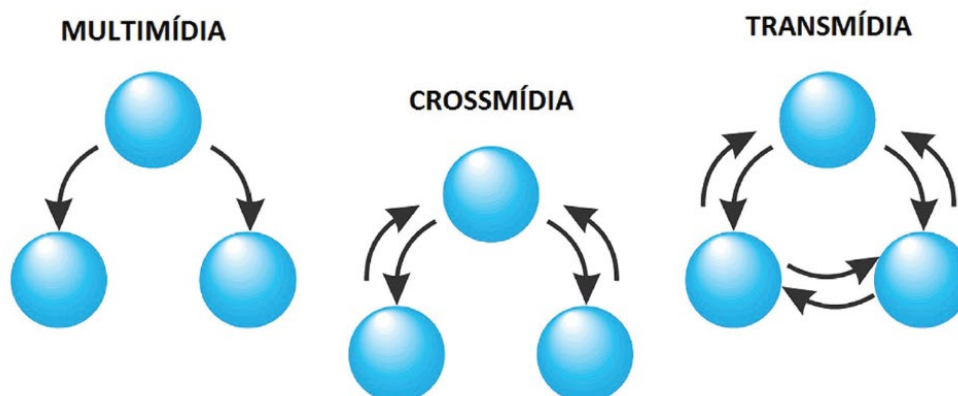
Narrativas transmídia são histórias que se desenrolam em múltiplas plataformas de mídia, cada uma delas contribuindo de forma distinta para nossa compreensão do universo; uma abordagem mais integrada do desenvolvimento de uma franquia do que os modelos baseados em textos originais e produtos acessórios. (JENKINS, 2009, p. 384).

Mesmo demonstrando como a transmídia funciona em seu conceito, Arnaut (2011) julga ser fundamental para a melhor compreensão deste funcionamento que se saiba o caminho percorrido até então para se atingir esta narrativa, conceituando outras três modalidades de interação das mídias: monomídia, multimídia e crossmedia.

Monomídia, para o autor, “assume que todas as pessoas podem ser atingidas por um único canal, cabendo somente ao criador controlar a mensagem. A atenção da audiência é por interrupção.” (ARNAUT, 2011, p. 265). Multimídia seria “usado para definir a existência de mais de um meio de comunicação numa mesma história, quase que uma cópia do conteúdo para diferentes mídias” (ARNAUT, 2011, p. 266).

E a crossmídia, apesar de se assemelhar a multimídia, Arnaut (2011, p. 266) explica que “é a possibilidade de uma campanha, marca ou conteúdo utilizar concomitantemente diferentes tipos de plataformas para vender ou compartilhar alguma coisa ou ideia”, ainda ressalta que mesmo havendo outras mídias, não é permitido que haja nenhuma ligação entre as histórias produzidas na crossmídia.

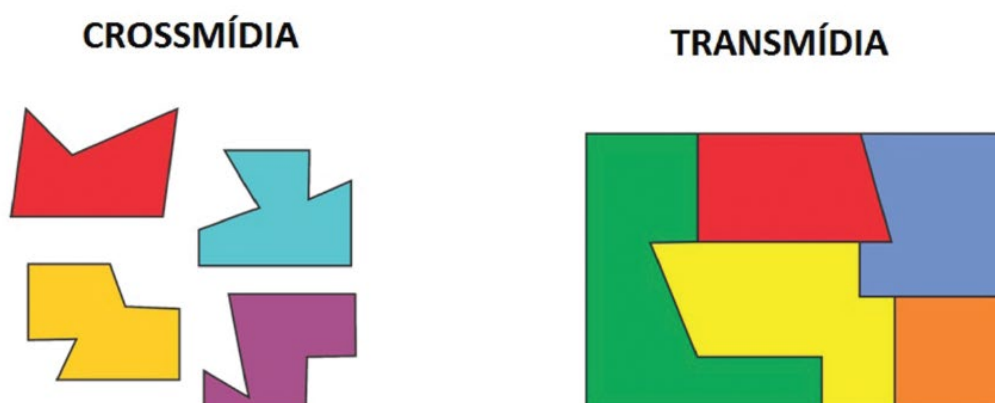
**Figura 4** - A diferença entre as conexões em representação imagética



**Fonte:** Arnaut (2011, p. 266)

Arnaud (2011) também apresenta como seria a comparação visual entre crossmedia e transmídia.

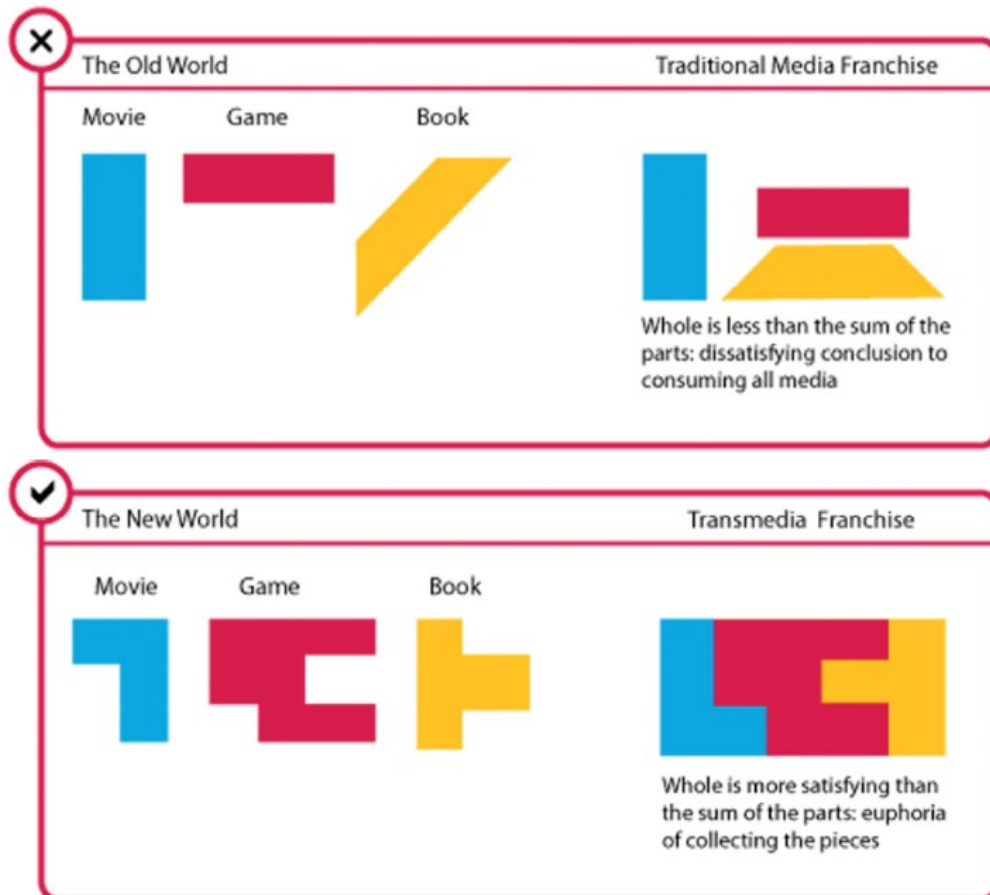
**Figura 5** - Representação visual da organização da crossmídia e da transmídia por meio de peças de quebra-cabeças



**Fonte:** Arnaut (2011, p. 267)

Por meio da **figura 5** é possível observar um dos atributos principais da Narrativa Transmídia: cada parte da história é complementar, uma trabalha em conjunto com a outra. Na **figura 6**, Pratten (2011) distingue as imagens entre velho mundo e novo mundo. O velho mundo, apesar de ter várias partes, por estarem fragmentadas, o todo é menor que a soma das partes. O novo mundo se difere, por suas partes formarem uma narrativa integralizada, o todo se torna maior que a soma das partes.

Figura 6 - A soma das partes.



**Fonte:** Pratten (2011).

Mesmo tendo seu conceito teórico definido há relativamente pouquíssimo tempo, na prática, a Narrativa Transmídia vem sendo utilizada na indústria do entretenimento há muito mais tempo que o ano de 2003. Jenkins (2009) cita como exemplo de narrativas transmidiáticas bem-sucedidas franquias como *StarWars*, *Matrix*, *Pokémon*, *Harry Potter*. Elas têm em comum atributos que Jenkins fundamenta em post “The Revenge of the Origami Unicorn”, em duas partes no seu *blog* “Confessions of an Aca-Fan”.

Jenkins (2009) conclui que para uma franquia obter sucesso em sua Narrativa Transmídia, ele precisa lidar de forma adequada com os seguintes conceitos:

- a) *Spreadability* – pode ser traduzido livremente como “dispersão”. Designa o poder que os consumidores têm de participar ativamente da circulação do conteúdo que está sendo consumido por meio das redes

sociais, tendo como consequência desse movimento o aumento do valor econômico e cultural.

- b) *Drillability* – “Aprofundamento”, muito semelhante ao conceito anterior, no entanto, tem ligação com a profundidade do consumo deste conteúdo. Apesar de ter menos adeptos, os participantes investem mais do seu tempo em cavar buscando todo conteúdo disponível sobre o produto desejável.
- c) *Continuity* – Continuidade é basicamente uma exigência de todo fã, e para que não haja grandes interrupções na experiência como um todo, uma base linear é importante para prender os adeptos mais rigorosos. O autor conta que essa característica fornece coerência, por muitas vezes, recompensa principal dos seguidores.
- d) *Multiplicity* – Multiplicidade entrega à continuidade um caminho alternativo. Ela constrói enredos secundários em universo ficcional, adicionando visões diferentes de uma mesma história. Neste caso foi usado como exemplificação a franquia do Homem-Aranha, mesmo tendo seu arco principal a história do Peter Parker original, ela é desmembrada em outras cidades, como o Spider-Man Índia, história do personagem com outra nacionalidade, ou com outro sexo, como Spider-Gween.
- e) *Immersion* – Imersão é literalmente o consumidor entrar na história que lhe interessa. Quanto mais imerso um consumidor está no objeto de desejo, mais movido a aprofundar sua experiência ele se torna.
- f) *Extractability* – Extractibilidade é quando o consumidor, já imerso no mundo ficcional, procura uma forma de transportar ao mundo real essa experiência que ele está vivendo. Exemplos desse conceito estão presentes nos parques temáticos, nos produtos com os personagens estampados, nas figuras de ação, *Transmedia Branding*<sup>4</sup>.
- g) *Worldbuilding* – Construção de mundo está intimamente ligado ao desejo que o consumidor tem de dominar em totalidade o universo

---

<sup>4</sup>Conceito de quando marcas lançam inúmeros produtos em diferentes mídias com foco no consumo cruzado ao invés da expansão narrativa. A franquia A Hora da Aventura, por exemplo, possui bonecos, camisetas, desenhos animados, histórias em quadrinhos.

almejado. Mercadologicamente, dominar a criação um mundo ficcional acarreta nas infinitas de possibilidades dentro desse universo, entregando poder ao produtor de conteúdo infinitas possibilidades de criação. Atual exemplo disso é o mundo em que Harry Potter foi enquadrado. A partir dele, foi criado tanto conteúdo oficial como o filme “Animais Fantásticos e Onde Habitam”, o *site* Pottermore, a peça “A Criança Amaldiçoada”, os livros “Quadribol Através dos Tempos” e “Os Contos de Biddle – O bardo”, quanto conteúdo produzido por fãs, a banda “Oliver Boyd and the Remembrall” e as *fanfictions* espalhadas pela internet.

- h) *Seriality* – Serialidade, de acordo com o autor, está baseada no conceito clássico e tradicional do século XIX, mas fornece atualmente uma versão hiperbólica da mesma, graças as diversas mídias. Seria a uma história construída e desenrolada em muitos enredos, podendo esses caminhos segurar o usuário desse conteúdo. A Narrativa Transmídia levou a questionar sua linearidade, mas a mesma está inserida no contexto e se converte em uma rede hipertextual.
- i) *Subjectivity* – Subjetividade seria a construção de informação secundária para complementar a história principal. A exploração da história por meio de pontos de vistas diferentes, seja por motivos mercadológicos ou como contribuição para o engajamento.
- j) *Performance* – Desempenho é a possibilidade de inserir o fã em sua narrativa.

O diretor da *Starlight Entertainment* Jeff Gomez *apud*. Scolari (2013) também formulou conceitos próprios dentro da Narrativa Transmídia. Estes conceitos possuem uma visão mais mercadológica do processo. Ao contrário de Jenkins, que leva a Narrativa Transmídia - NT para uma vertente antropológica, Gomez se preocupa com o uso da NT na área do entretenimento como agente participativo da produção, ao invés de mero receptor da história. Gomez acredita que a produção de conteúdo deva ficar na mão dos poucos produtores, podendo desta forma, controlar melhor a distribuição dessas informações.

Esse conteúdo criado, para o CEO, depende de uma quantidade específica de plataformas, no mínimo três. A história precisa ser criada em cima da Narrativa Transmídia. Apesar de Jenkins e Gomez divergirem em alguns pontos, Scolari (2013)



ressalta que na comparação dos fundamentos, foi possível constatar que duas características permanecem sem alterações: expansão da narrativa por meio de diversas mídias e a colaboração dos usuários neste processo.

Tendo em vista as duas linhas de pensamento, Scolari (2013) determina que há “duas caras” na Narrativa Transmídia. A primeira cara visa o lucro acima de tudo, sendo direcionado aos conteúdos oficiais, indústria cultural, as estratégias comerciais de exploração e seus produtores. Já a segunda cara é baseada no prazer textual, seus pontos de contato são o *fandom*<sup>5</sup>, os conteúdos gerados pelos usuários, os circuitos alternativos, as táticas colaborativas de reapropriação e os consumidores-prosumers.

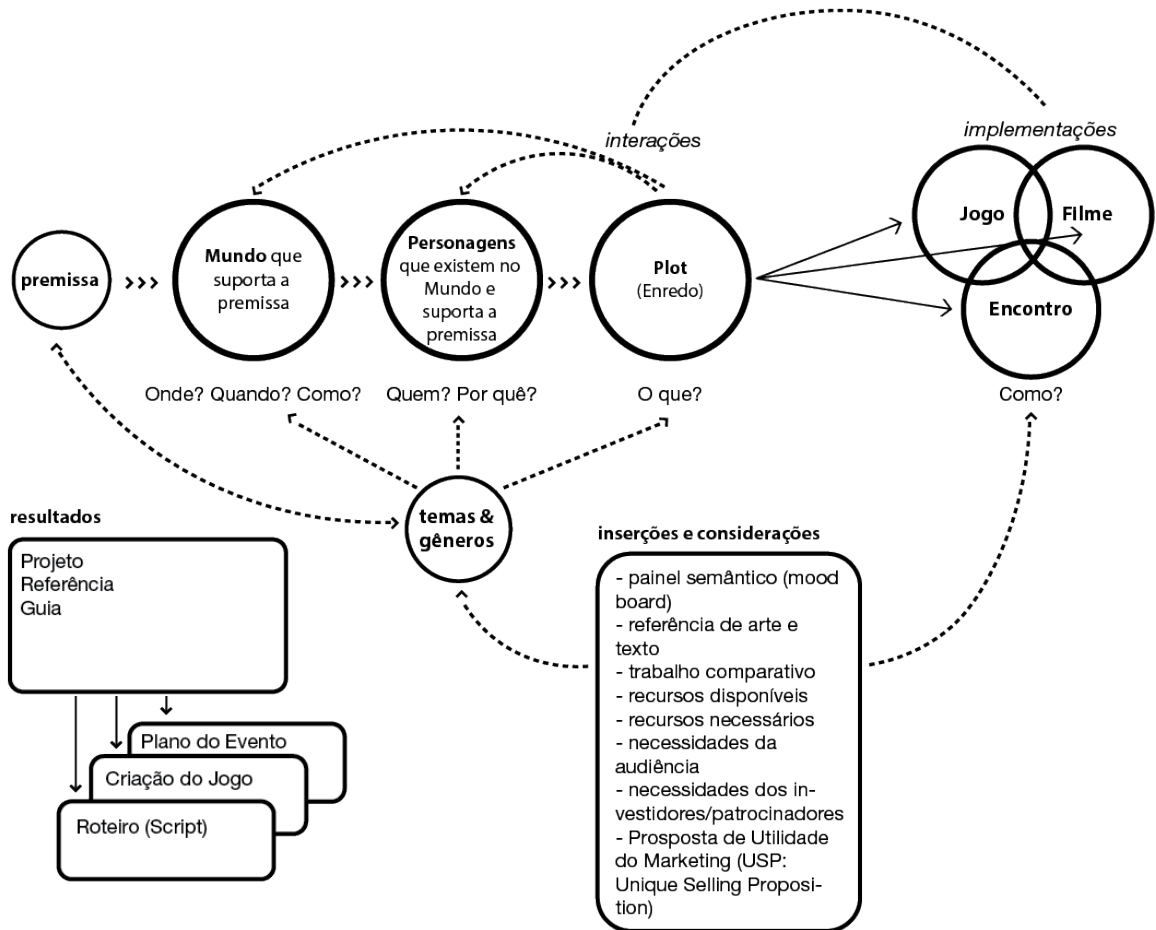
Pratten (2011) distribui na **figura 7** os elementos que ele próprio usou para a criação do seu projeto “Parasites” como é possível observar na figura abaixo:

---

<sup>5</sup>Junção da contração da palavra “*fanatic*” – fanático na tradução literal, com o sufixo “dom” que tem dois significados: designar o estado de algo ou definir área controlada por alguém. Popularmente conhecido por reino dos fãs ou domínio dos fãs.

**Figura 7 - Processo de desenvolvimento de uma Narrativa Transmídia**

**Processo de Desenvolvimento da Narrativa Transmídia**



**Fonte:** Pratten 2011

Como é possível depreender do esquema proposto pelo autor, demonstra-se de forma bem didática o processo mercadológico da criação de uma Narrativa Transmídia.

## 4. MARVEL, DEMOLIDOR E NETFLIX

### 4.1 *Marvel Comics*

A construção de um universo em torno da marca *Marvel* não era uma realidade durante a decadência das vendas de quadrinhos na década de 1990 nos Estados Unidos. Mas, as possibilidades de inserção nas plataformas digitais e no cinema permitiram que a empresa se tornasse o que hoje conhecemos como a maior distribuidora de histórias de heróis do século XXI. Mantendo segmentos como a *Marvel Comics*, *Marvel Entertainment* e *Marvel Studios*, a marca pôde atingir diferentes públicos e multiplicar os fãs das franquias ao redor do mundo. Por meio da venda de direitos de personagens para fugir da crise, hoje a *Marvel* conseguiu não só construir um Universo *Marvel*, como também recuperar a licença de seus personagens vendidos e acordos com distribuidoras como *Fox*, *Sony* e *Paramount*, além de ser parte integrante do grupo *Disney*.

O sucesso dos quadrinhos da *Marvel Comics* teve seu marco em 1939 durante todo o contexto da Segunda Guerra Mundial. A fuga da realidade por meio de super-heróis que salvam a terra daqueles que a querem destruir alimentaram leitores que assistiam diariamente notícias de uma guerra real em diversos países. Não à toa, Capitão América lutava contra as tropas de Hitler blindado pelo patriotismo da bandeira americana se apresentando como salvador do mundo.

A capa de Capitão América aplicando “um soco” no líder nazista em 1940, embora tenha deixado Goodman temeroso em relação a processos que Hitler pudesse mover contra ele, fez sucesso entre aqueles que se identificavam com o homem geneticamente modificado para combater a personificação do mal durante a guerra (HOWE, 2013, p.28).

**Figura 8 - Capa de Jack Kirby e Joe Simon, 1940**



**Fonte:** Guia dos Quadrinhos (2018)

Durante a Segunda Guerra Mundial, Martin Goodman e Stan Lee eram os responsáveis pela administração e criação de diversos títulos das editoras pelas quais eram responsáveis. Goodman foi um reconhecido chefe editorial que controlava um império de revistas, quadrinhos e gibis por meio da marca Timely onde sempre que as vendas de um oscilavam, outro título surgia para reestabelecer o sucesso.

Em 1954, a perseguição às revistas em quadrinhos teve início após a contestação do psicólogo infantil Fredric Wertham<sup>6</sup> sobre a influência das histórias na crescente delinquência juvenil pós-guerra. A visão dos americanos sobre as histórias em quadrinhos - HQs mudou drasticamente, chegando ao ponto de acusarem Stan Lee de ser criminoso de acordo com o relato de Howe (2013). Após os argumentos de Wertham, as regras reguladoras dos quadrinhos se tornaram ainda mais restritivas

<sup>6</sup> Os argumentos de que os quadrinhos incentivavam a violência infanto-juvenil surgiram após a publicação do livro "A sedução do inocente" em 1954.

dos que as adotadas pelas produções hollywoodianas, o que levou muitas editoras ao *status* de obsoletas e ao encerramento de alguns títulos pela impossibilidade de adaptação.

A crise dos quadrinhos nos Estados Unidos não era uma exclusividade da *Marvel Comics*, devido à grande produção de exemplares, alguns leitores passaram a olhar com desconfiança a qualidade do produto que adquiriam. A marca *Marvel Comics* foi citada pela primeira vez em 1939 após o lançamento do *Marvel Comics* n.1, como explica Howe (2013):

*Marvel Comics* n.1, produzida inteiramente pela equipe de Jacquet, contemplava o sucesso em todas as suas 64 páginas: O Anjo [*The Angel*]. Herói bigodudo de Paul Gustavson, inspirado no Santo; o aventureiro das selvas Kazar, de Ben Thompson (uma cópia de Tarzan reaproveitada dos *pulps* de Goodman); o caubói Cavaleiro Mascarado [*Masked Raider*], de Al Anders; e cartuns de piadinhas para preencher espaço vago. (...) Assim, a primeira revista em quadrinhos da Timely foi publicada em 31 de agosto de 1939. (HOWE, 2013, p.23).

De acordo com Howe (2013), a *Marvel Comics* n.1 vendeu 80 mil exemplares em setembro de 1939 e precisou de uma reimpressão que vendeu mais 800 mil exemplares, apresentando um desempenho melhor do que a da rival DC Comics.

Após a crise da Timely, Stan Lee procurou Kirby para reviver a *Marvel Comics*, surgindo o *Quarteto Fantástico* em 1961, mais uma vez tendo como plano de fundo, a Guerra Fria, e com novos inimigos. Onde antes os nazistas eram os vilões, dessa vez os comunistas faziam esse papel.

Uma coisa é certa: em meados de 1961, Lee e Kirby juntaram 25 páginas de história e arte, colocaram um logo qualquer, e milhares de exemplares de *Quarteto Fantástico* n. 1 foram distribuídos até assumir posição nas mesas e gôndolas das bancas de todo o país, enfiadas entre as últimas edições de *Lili*, *a Garota Modelo* e *Kid Colt, fora da lei* [*Kid Colte Outlaw*]. (HOWE, 2013, p. 10).

O Quarteto Fantástico contava a história de quatro pessoas que, após uma exposição a raios cósmicos por meio de uma viagem frustrada de foguete, fazendo alusão a corrida espacial, adquirem modificações genéticas e se transformam em “A Mulher Invisível”, “O Coisa”, “O Senhor Fantástico e o Tocha Humana” (uma releitura do herói famoso do final da década de 1930).

Após o acerto na fórmula de identificação com os leitores, a *Marvel Comics* passou a contar com fãs clubes que pagavam regularmente a assinatura para receber

os quadrinhos de heróis que se mostravam como pessoas comuns que vivem em lugares comuns, mas que por algum acidente ou fatalidade se tornam super-heróis. A fórmula era a proximidade com a realidade do leitor ao mesmo tempo em que os fazia desviar da realidade com histórias fantásticas. Howe (2013) afirmou que o sucesso da *Marvel Comics* se deu porque “para gerações de leitores, a *Marvel* era a maior mitologia do mundo moderno” (HOWE, 2013. p.14).

#### **4.2 *Marvel Studios***

O universo da *Marvel* está presente nas plataformas filmicas desde a década de 1990, mas o sucesso do segmento nas bilheterias aconteceu de forma consolidada nos anos 2000. O filme “Homem de Ferro” (2008) abriu caminho para que outros heróis também surgissem com seus filmes únicos, levando-os a uma expectativa de união que acontece em “Vingadores” (2011). Embora a *Marvel* já tenha se aventurado em outras produções onde os direitos dos personagens foram vendidos a grandes produtoras com filmes como “Quarteto Fantástico” e “X-Men”, a visibilidade dos personagens principais do universo garante a *Marvel* um público fiel e programado até, pelo menos, a conclusão da franquia para 2022.

Após um período de decadência nas telas de cinema e de quase falência da *Marvel Studios*, o empresário Avid Arad assumiu a frente da empresa e decidiu vender as licenças de personagens que já eram sucesso nos quadrinhos, mas com a condição de que a *Marvel* ainda pudesse se envolver no desenvolvimento dos personagens (Howe, 2013). A partir disso, os filmes lançados do “Homem-Aranha” pela *Sony* e “X-Men” pela *Fox* renderam grandes públicos e arrecadações, obrigando, assim, a *Marvel* a procurar outros personagens que pudessem também cativar o público, mas principalmente Hollywood. Assim, o Homem de Ferro, Capitão América, Hulk e Thor foram escolhidos para um grande plano que envolvia o lançamento de seus filmes solo e as continuações em filmes conjuntos. Nasceram “Os Vingadores”.

Esse movimento levantou a moral da *Marvel* de uma maneira que os fracassos de filmes de heróis passados – como o próprio filme do Demolidor (2003) – foram esquecidos, a expectativa para a continuação das histórias criadas e as teorias das ligações a serem feitas no filme seguinte foram o combustível para um público fiel as franquias.

Após identificarem que os *crossovers* e as narrativas que se perdiam entre as linhas dos quadrinhos e dos filmes deixavam o público confuso, a ideia de construir uma narrativa única e interligada entre os novos heróis do cinema agradou o público de tal forma que empresas como a Disney manifestou seu interesse no Universo *Marvel*, comprando a marca em 2009 por US\$ 4,3 bilhões.

### 4.3 *Marvel Entertainment*

A *Marvel Entertainment* corresponde a todo o Universo *Marvel*, gerenciando as iniciativas de quadrinhos, filmes, séries de televisão e todos os produtos lançados a partir dos heróis da marca. O que significa dizer que qualquer miniatura de colecionador, roupas e artefatos que façam alusão a *Marvel* e que se seja distribuído por ela, fazem parte da *Marvel Entertainment*.

Essa expansão garantiu ao criador da marca Stan Lee uma estrela na calçada da fama no ano de lançamento o filme “Os Vingadores” em 2011, assim como a valorização dos produtos *Marvel* lançados anteriormente, mas que ainda possuem problemas a serem resolvidos como aponta Howe (2013):

Os quadrinhos voltaram às vistas do grande público, e republicações em coletâneas brochuras ou capas duras luxuosas finalmente encheram as estantes das livrarias. Mas a indústria editorial esta cada vez mais em perigo, e a *Marvel Comics* ainda precisa encontrar a solução para o desafio perene de ampliar seu público. Em 2011, as duas edições mais vendidas da editora foram as que trouxeram a morte da versão Ultimate do Homem-Aranha (167 mil exemplares) e a morte do Tocha Humana (144 mil exemplares). (HOWE, 2013, 450-451).

Comprada em 2009 pelo grupo *Disney*, a *Marvel Entertainment* garantiu a possibilidade de expansão a todas as plataformas de divulgação em que se propôs a fazer parte, assim como a retomada dos direitos de seus heróis vendidos anteriormente, possibilitando uma ampliação futura ao quadro de *crossovers* e de continuidade as histórias propostas pela marca.

### 4.4 Demolidor

O Demolidor apareceu pela primeira vez para os quadrinhos em 1964 com Stan Lee e Bill Everett como autores do *Demolidor nº1*. Em 1993, o *Demolidor – Homem sem Medo* surgiu baseado na história em quadrinho anterior, mas como mudanças que o consagraram como minissérie de autoria de Frank Miller e John Romita Jr. Sobre Frank Miller, Goidanich e Kleinert (2014) afirmam:

Sua carreira começou a deslançar, em 1979, quando a *Marvel Comics* lhe deu oportunidade de trabalhar em “O Demolidor”. Miller deu não só um novo formato ilustrativo para a série, mas principalmente interesses humanos. (GOIDANICH; KLEINERT, 2014, p. 323).

Já sobre John Romita Jr., Goidanich e Kleinert (2014) asseguram que “seus quadrinhos estilizados e personalíssimos o tornaram um dos prediletos dos fãs de super-herói. Colabora para isso também o fato de Romita Jr. ter uma forte identificação com a *Marvel Comics*” (p. 407-408).

**Figura 9** - Capa da HQ “Demolidor - O Homem Sem Medo”, 1993



**Fonte:** Baixar Quadrinhos (2018)

A trama se baseia na vida do advogado Matthew Murdock que, depois de ser abandonado pela mãe, cresce com o pai, Jack Murdock, em *Hell's Kitchen* e que sofre um acidente com produtos químicos que o deixam sem a visão, mas com os outros sentidos ampliados. Após o acidente, Matthew Murdock se torna um lutador exemplar e decide que vai usar isso para proteger as pessoas.



Na série da *Netflix*, a referência ao período pós Vingadores é evidenciada. Durante o primeiro filme dos super-heróis, uma invasão alienígena comandada pelo deus da trapaça Loki e a serviço do vilão Thanos destrói inúmeros lugares do mundo. Afetados pelas destruições em Nova Iorque, Hell's Kitchen apresenta um aumento de criminalidade. Mas, o que motiva Matthew a vestir-se de Demolidor é o assassinato de seu pai. Revoltado com a lei que não pune os assassinos, Matthew sai em caçadas noturnas até conseguir vingar a morte do pai.

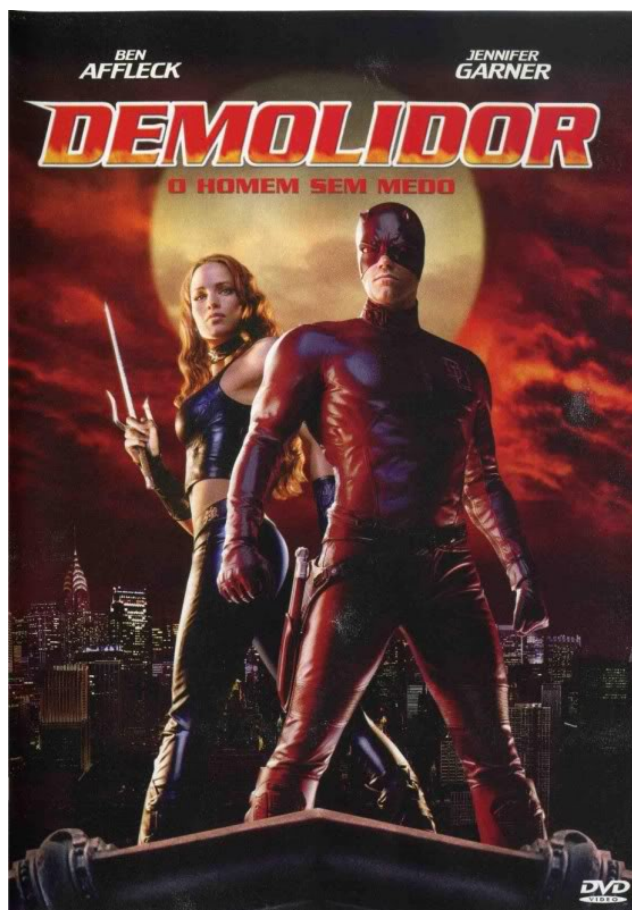
Com o desenvolvimento da história, o Demolidor ganha muito inimigos, dentre eles o conhecido Rei do Crime<sup>7</sup>. O Demolidor também conta com o surgimento de outros heróis que revezam entre parceria e rivalidade como Elektra e O Justiceiro. Além disso, a história traz o amigo e ajudante de Murdock, Foggy Nelson e a secretária dos advogados, Karen Page.

Em 2003 foi lançado o filme "Demolidor – O Homem Sem Medo" distribuído pela 20th Century Fox e que não está na lista dos filmes da *Marvel* Studio. Lançado depois do sucesso do Homem-Aranha, o filme recebeu a nota 5,3 do IMDb, site sobre as produções, e uma arrecadação mundial de pouco mais de US\$ 179 milhões. Enquanto o Homem-Aranha recebeu a nota 7,3 e uma arrecadação de mais de US\$ 821 milhões.

---

<sup>7</sup> Wilson Fisk é o personagem conhecido como Rei do Crime por conta de sua trajetória de vida em gangues desde a infância, tornando-se o criminoso mais conhecido de Hell's Kitchen após eliminar o seu mentor Don Rigoletto.

**Figura 10** - Cartaz do filme "Demolidor - O Homem Sem Medo", 2003



**Fonte:** Adoro Cinema (2018)

Há muita comparação entre a série e o filme estrelado por Ben Affleck, visto que as críticas apontam o ator como um dos principais responsáveis pelo fracasso da película. Quesito que é elogiado em Charlie Cox como o ator da série da *Netflix*. O saldo positivo do filme lançado em 2003 foi a possibilidade de um outro filme com a personagem Elektra, interpretada pela atriz Jennifer Garner, por obter muito mais simpatia do público do que o protagonista.

#### **4.5 Netflix**

A história da *Netflix* se inicia em 1997 com Reed Hastings e Marc Randolph lançando um serviço de locação de filmes *online*. No ano seguinte, a *Netflix* se torna um site de vendas de filmes e em 1999 já conta com assinantes para o aluguel de alguns títulos em formato de DVD e com pagamento mensal. Até o ano de 2005, a *Netflix* já contava com 4,2 milhões de assinantes e já havia lançado oferta pública na Bolsa de Valores de Nova York.

A partir de 2007, a *Netflix* inicia suas transmissões *online* já com a ferramenta de recomendações para os assinantes. Passa, então, a buscar parcerias com fabricantes de eletrônicos para expandir suas transmissões. Em 2011 já é transmitida por toda a América Latina e o Caribe e em 2016 já conta com mais de 190 países que disponibilizam o serviço para cerca de 93,8 milhões de assinantes. No Brasil, esse número chega a 6 milhões de assinaturas de acordo com o relatório de 2016, publicado no *site* da própria empresa.

**Figura 11** - Mapa de países que possuem o serviço da *Netflix*, 2016.



**Fonte:** *Netflix* (2016).

O serviço vem se aperfeiçoando a cada ano com a disponibilização de filmes e séries já reconhecidas pelo público, assim como com criações próprias da marca, os chamados “*Originais Netflix*”. Além disso, cada perfil conta com uma filtragem de indicações feita pelo próprio site, mas que não limita o assinante, podendo ele procurar títulos disponíveis em seu país mesmo que não apareça em seu catálogo.

Os “*Originais Netflix*” começaram em 2013 com a série “*House of Cards*” e em seguida a série “*Orange Is The New Black*”. Ainda em 2013 foi firmada a parceria entre a *Netflix* e a *Marvel* para a produção das séries de super-heróis. As “*Originais Netflix*” têm seus episódios disponíveis integralmente de uma só vez para o consumo *binge-watching* (conhecido no Brasil como “maratonar”).

A compra de direitos para produção de séries de personagens também é uma novidade para o serviço. O primeiro super-herói da *Marvel* a ser produzido pela *Netflix* foi *O Demolidor*, tendo sua estreia em 2015 com a disponibilização de 13

episódios da primeira temporada, seguidos de mais 13 episódios na segunda temporada em 2016 e mais 13 na terceira temporada lançada em outubro de 2018.

**Figura 12** - Cartaz da primeira temporada de "Demolidor" na Netflix, 2015.



Fonte: Adoro Cinema (2018).

O acordo entre a *Netflix* e a *Marvel TV* consiste na produção de quatro personagens individualmente (Demolidor, Jessica Jones, Luke Cage e Punho de Ferro) para um *crossover* chamado *The Defenders*, lançado em 2017. Usando a mesma fórmula dos heróis do cinema para os heróis das séries, mas mantendo a mesma narrativa e introdução de elementos que lembrem o Universo *Marvel*.

Figura 13 - Cartaz de *The Defenders* da Netflix, 2017



Fonte: Adoro Cinema (2018)

A adaptação da série busca ser fiel aos quadrinhos lançado por Frank Miller e John Romita Jr. em 1993 (Demolidor – Homem Sem Medo). A tentativa rendeu a indicação ao prêmio Emmy em três categorias técnicas, incluindo efeitos visuais e muitas críticas positivas sobre o enredo, caracterização, efeitos visuais e fotografia.

## 5. A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA EM DEMOLIDOR: UMA ANÁLISE

A metodologia escolhida foi hipotético-dedutiva para originar uma pesquisa sobre a Narrativa Transmídia envolvida nos objetos de análise. A coleta de dados foi realizada por meio do levantamento bibliográfico e da pesquisa exploratória.

Por pesquisa bibliográfica, Gil (2006, p. 65) explica que é necessário que seja:

[...] desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas.

Já com relação à pesquisa exploratória, Gil (2006, p. 43) ressalta, que desenvolvida com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

Como procedimento técnico-metodológico, foi desenvolvida uma análise comparativa entre o primeiro episódio, No Círculo (*Into The Ring*), da primeira temporada da série da *Netflix* O Demolidor (*Daredevil*) transmitido em 2015, e o quadrinho “Demolidor: o homem sem medo” (2009). A escolha do referido método foi impulsionada pelo fato desse método ter por principal objetivo verificar semelhanças e explicar diferenças (Prodanov e Freitas, 2013), proposta que se dialoga com os objetivos dessa pesquisa.

Dessa maneira, a análise ocorreu em duas etapas na primeira foram levantadas as similaridades e as diferenças entre a Série e a História em Quadrinho considerados os aspectos relacionados à elementos narrativos e caracterização de personagens da história e os pontos de acesso ao multiverso da *Marvel*, a escolha desses critérios se deu por entender que eles são fundamentais para a construção do universo transmidiático do Demolidor.

Já na segunda etapa da análise, por meio dos conhecimentos apreendidos por meio da revisão bibliográfica dos capítulos anteriores, foram identificados nos dois objetos os conceitos que Jenkins (2009) apresenta como intrínsecos na Narrativa Transmídia (*Spreadability, Drillability, Continuity, Multiplicity, Immersion, Extractability, Worldbuilding, Seriality, Subjectivity e Performance*).

## 5.1 – Primeira etapa de análise

Conforme já fora apresentado, nessa etapa da análise são comparadas as características similares e diferentes entre os objetos pesquisados relacionados à: elementos narrativos e caracterização de personagens da história e pontos de acesso para o multiverso *Marvel*.

### 5.1.1 Elementos narrativos, caracterização de personagens e pontos de acesso ao multiverso *Marvel*

Uma série tem como característica principal a serialidade, que de acordo com Machado (2000) é como deve ser nomeado o tipo de programa apresentado de forma descontínua e fragmentada, com enredo dividido em episódios ou capítulos, frequentemente necessita ter uma pequena explicação de onde a história parou nos episódios anteriores e um gancho final para atrair o público para o próximo episódio.

Fragmentar os objetos audiovisuais foi algo ocorrido por volta de 1913, graças a recente implementação dos cinemas, levando as salas de projeção menores a dividir um longa-metragem para poder exibi-los e baratear os custos dos ingressos. O autor explica também que existem basicamente três tipos principais de abordagem dessas narrativas seriadas: na primeira, a narrativa é única ou com narrativas entrelaçadas; na segunda, cada emissão seria uma história completa e autônoma; na terceira, a única característica preservada é a temática.

A primeira abordagem de serialização, ainda de acordo com o autor, tem enraizado a linearidade ao longo de seus capítulos. É uma forma de construção que o mesmo chama de teleológico, pois se resume fundamentalmente em um ou mais conflitos essenciais que são estabelecidos no início da trama e que durante a evolução dos acontecimentos, seus personagens buscam a resolução, solução essa que geralmente só é encontrada em seus capítulos finais.

Mesmo se encaixando neste tipo de serialidade, *O Demolidor* não está inserido nos conceitos que o autor traz de temporalidade. Afinal, quando Machado originou seu livro, a televisão era o único meio usado para a transmissão dos programas, condicionando o espectador a esperar o tempo em que essa série estaria programada a ser exibida. Ao invés disso, todos os episódios das temporadas da série são fornecidos aos clientes de forma integral, sem interrupções comerciais como o *break*, o intervalo que acontece em produções televisivas com o objetivo de apresentar vídeos de marcas comerciais.

Essa modalidade acreditava o autor nunca seria efetiva, pois:

Se os intervalos que fragmentam um programa de televisão fossem suprimidos e vários capítulos diários fossem colocados em continuidade numa mesma sequência, o interesse do programa provavelmente cairia de imediato, uma vez que ele foi concebido para ser decodificado em partes e simultaneamente com outros programas. Ninguém suportaria uma minissérie ou telenovela que fosse apresentada de uma só vez (mesmo que de forma compacta), sem interrupções e sem os nós de tensão que viabilizam o corte. (MACHADO, 2000, p. 88)

A fragmentação da história explica de forma lógica a falta de profundidade no enredo apresentado no capítulo No Círculo. Por ser produzida para apresentar os acontecimentos em pequenos pedaços, a trama do primeiro episódio da série consegue demonstrar superficialmente os conflitos, os personagens, a ambientação. Contudo, o episódio entrega o suficiente para servir, junto ao compilado Demolidor – O homem sem medo (2009), como objeto de análise para o trabalho apresentado.

A trama vai se desenrolando ao apresentar seus personagens e mundo ficcional, os participantes do enredo vão se encontrando e conseqüentemente, mesclando as histórias. Machado (2000) nomeia esse tecer de “estética de repetição”, conceito aplicado para descrever construção de entrelaçamento de um número grande de "situações paralelas ou divergentes, gerando como resultado uma complexa trama de acontecimentos não necessariamente integrados". (MACHADO, 2000, p. 94)

A cronologia da série, apesar de ter a mesma origem, é trabalhada de forma diferente. Enquanto O homem sem medo inicia a história de Matt de forma linear apresentando a infância do personagem, a série traz o acidente que deixou Matt cego primeiro, colocando o espectador para conhecer o protagonista por meio de um fato marcante para a vida de Matt e não pelo início dela. A fidelidade entre os dois objetos é nítida visto que os fatos acontecem de maneira similar, porém, o formato de transmissão de informações da série retém as informações e as libera pouco a pouco, com o desenvolver da narrativa.

Nota-se que a primeira cena da série é trabalhada de tal forma a se assemelhar muito aos quadrinhos. Entretanto, enquanto a série coloca Jack, pai de Matt, como pessoa responsável por encontrá-lo caído na rua após o acidente, no quadrinho ele só recebe a visita do pai após a chegada ao hospital.



**Figura 14 - Acidente com líquido radioativo - HQ**



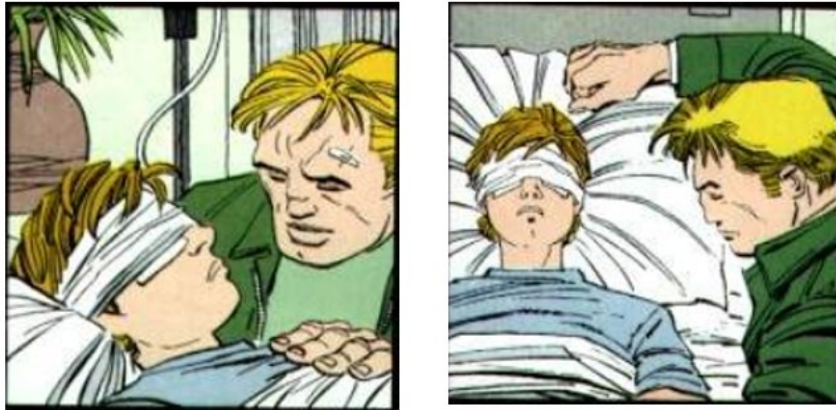
Fonte: Demolidor - O homem sem medo (2009)

**Figura 15 - Acidente com líquido radioativo - Série**



Fonte: Demolidor - 'No Círculo' (2015)

**Figura 16** - Visita de Jack ao hospital após acidade de Matt



**Fonte:** Demolidor - O homem sem medo (2009)

Outra diferença entre a relação dos dois personagens era a forma como Jack tratava Matt. No quadrinho, esse relacionamento entre pai e filho era um pouco mais duro, com menos cumplicidade do que a série aparentou. Eles eram próximos, mas não tão próximos. A série também escolheu não explicitar a segunda profissão de Jack Murdock, como cobrador e capanga dos criminosos que fizeram dele vítima.

As cenas mostravam Jack ferido, mas era suposto que fosse pelas lutas de boxe e nada além. Diverge também a forma como Matt encontra seu pai morto. Enquanto na HQ Matt encontra seu pai na adolescência, indo reconhecer seu corpo no necrotério, na série, Matt encontra Jack morto no segundo episódio, no beco em que ele foi assassinado, durante a sua infância ainda. A adolescência de Matt e seu tempo na faculdade não são retratados na série.

**Figura 17** - Jack Murdock campeão e cobrador - HQ



12

**Fonte:** Demolidor – O homem sem medo (2009)

**Figura 18** - Jack soca o rosto de Matt por ter desobedecido as regras - HQ



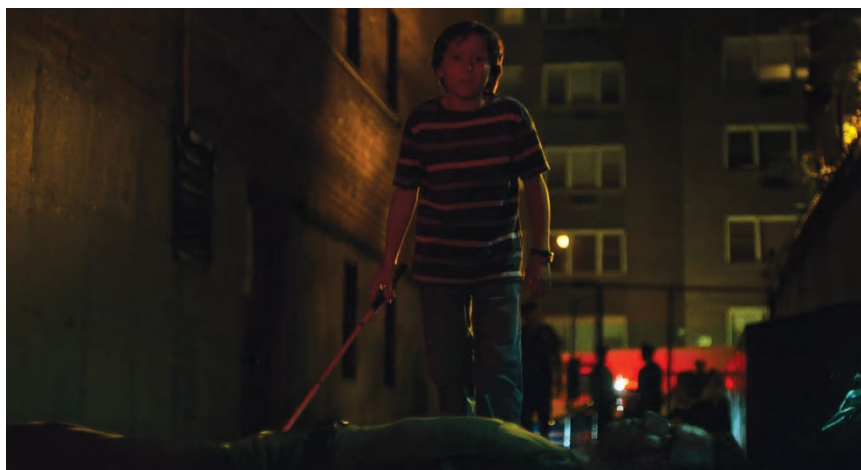
**Fonte:** Demolidor - O homem sem medo (2009)

**Figura 19** - Jack permite que Matt veja como está seu rosto para estimulá-lo a "não ser como seu pai"



**Fonte:** Demolidor - 'No Círculo' (2015)

**Figura 20** - Matt encontra Jack morto após ouvir um tiro



**Fonte:** Demolidor - 'Fio da navalha. (2015)

**Figura 21 - Matt vai necrotério reconhecer o corpo do pai - HQ**



**Fonte:** Demolidor - O homem sem medo (2009)

Na infância de Matt, outro personagem se destaca, o cego misterioso Stick. Ele não aparece no primeiro episódio, mas no quadrinho ele está presente desde antes do acidente de Matt, até após a morte de seu pai. O autor não entrega sua história a primeiro momento, sendo sua origem ao leitor do quadrinho um mistério. Stick ajuda Matt a treinar, pois ele acredita que a criança possa ser um poderoso aliado em sua luta contra “as forças das trevas”, que segundo outro personagem misterioso e sem nome, eles são a última proteção contra esta ameaça. Stick é um professor rigoroso e não cobra nada além da perfeição de seu discípulo.

**Figura 22 - Primeira aparição de Stick - HQ**



**Fonte:** Demolidor - O homem sem medo (2009)

Nos dois enredos o mestre parte prematuramente da vida de Matt, no entanto, os motivos são completamente distintos. Na revista em quadrinhos, Mathew

está possuído pelo ódio que o assassinato do seu pai trouxe a ele, usa o treinamento que havia feito até então com Stick para se vingar dos assassinos de seu pai. Durante a perseguição, ele acaba assassinando uma prostituta por acidente.

**Figura 23** - Matt empurra prostituta que cai pela janela por acidente - HQ



**Fonte:** Demolidor - O homem sem medo. (2009)

Já na série, Stick também o abandona, entretanto, o motivo é Matt o presentear com pulseira feita por ele com o papel de um sorvete que Stick deu, manifestando assim uma afeição ao mestre, o que para ele é inconcebível, uma demonstração de extrema fraqueza, incompatível com o soldado que ele desejava que Matt se tornasse um dia. Após deixar Matt, Stick vai conversar com o personagem misterioso de sua organização. A série presta então tributo ao quadrinho, usando o mesmo enquadramento da cena ilustrada.

**Figura 24** - Matt entrega a Stick pulseira de papel



**Fonte:** Demolidor – 'Stick' (2015)

**Figura 25 - Stick conversa com aliado após deixar Matt - HQ**



Fonte: Demolidor - O homem sem medo (2009)

**Figura 26 - Tributo feito na série usando o enquadramento do HQ**



Fonte: Demolidor - 'Stick' (2015)

A academia que o pai de Matt costumava treinar é um local abandonado durante o arco do Homem Sem Medo. Ao terminar a faculdade, Matt já advogado, vai morar em Boston. Na série, a antiga academia é aonde Matt treina, cercado de memórias de seu pai. Ao invés de ir a Boston, ele fica em Nova Iorque e abre um escritório com Foggy, seu melhor amigo, ao terminar Harvard.

**Figura 27** - Academia de boxe onde Matt treina na série



**Fonte:** Demolidor – ‘No Círculo’ (2015)

**Figura 28** - Academia de boxe onde Matt treina na HQ



**Fonte:** Demolidor - O homem sem medo (2009)

O vilão do Demolidor é citado no primeiro episódio, apenas sua voz é apresentada nele. Wilson Fisk é o nome que não deve ser nomeado pelos seus aliados, a fim de não entregar nenhuma possível ligação a eles. Na série, Wilson é uma criança perturbada pelo pai violento e acaba matando o pai ainda na sua infância.

Na revista, Wilson é o braço direito do criminoso que cuida da cidade. Por oportunismo, Fisk mata seu patrão, tornando-se assim o Rei do Crime.

**Figura 29** - Wilson Fisk quebra o pescoço de Rigoletto e assume seus negócios, se tornando o Rei do Crime



Fonte: Demolidor - O homem sem medo (2009)

**Figura 30** - Wilson e seu pai discutem, sua mãe o defende



Fonte: Demolidor - 'Sombras com reflexo' (2015)



**Figura 31** - Fisk é atormentado pela sua própria imagem coberta do sangue do seu pai



**Fonte:** Demolidor - 'Sombras com reflexo' (2015)

Ao começar a atuar como Demolidor, Matt se veste com uma roupa preta e venda nos olhos. A série usa o mesmo figurino. No HQ, Matt confecciona a própria roupa, já na série, Malvin, um criminoso, confecciona a roupa dele em troca de um favor. O demolidor passa a ter roupa de combate no final da primeira temporada, no episódio Demolidor.

**Figura 32** - Figurino usado pelo personagem no HQ é reproduzido na série



**Fonte:** Demolidor - 'No círculo' (2015) / Demolidor - O homem sem medo (2009)

**Figura 33 - Uniforme confeccionado por Mathew Murdock**



**Fonte:** Demolidor - O homem sem medo (2009)

**Figura 34 - Melvin entrega uniforme para Matt**



**Fonte:** Demolidor - 'Demolidor' (2015)

O enredo da série Demolidor (2015) na *Netflix* está inserido na linha temporal do universo cinematográfico da *Marvel*. A história se localiza após a invasão alienígena do primeiro filme Os Vingadores de 2012. A cidade está em reconstrução, Wilson Fisk e seus aliados usam empresas que estão reconstruindo a cidade como fachada para lavagem de dinheiro, tráfico de pessoas, drogas e armas, entre outros crimes. Essa adição é uma característica da Narrativa Transmídia que agrega qualidade a sua composição, pois segundo Jenkins (2009, p. 138-139)

Uma boa franquia transmídia trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas – e se cada obra oferecer experiências novas –, é possível contar com um mercado de intersecção que irá expandir o potencial de toda a franquia.

Junto a história foram adicionados alguns personagens bem importantes para o universo que a série está inserida. Por ter sido pensada de tal forma a compor um novo universo narrativo dentro do seu próprio universo, ela compartilha personagens e arcos para complementação e entrelaçamento dessas histórias.

Entre esses personagens está Madame Gao, chinesa que faz parte dos fundadores da organização criminosa "The Hand". Na primeira temporada do Demolidor, ela é o ponto de acesso ao enredo que compõe a história da série Punho de Ferro. Durante a primeira temporada, vão sendo apresentadas pistas sobre o título, a começar pela estampa dos pacotes de drogas vendidos por pela Madame Gao.

**Figura 35 - Madame Gao**



**Fonte:** Demolidor - 'Em círculo' (2015)

**Figura 36 - Estampa do Punho de Ferro**



**Fonte:** Demolidor - 'Em círculo' (2015)

Leland é o contador da organização “The Hand”, apesar de o personagem não compor nenhum outro arco se faz necessário na primeira temporada do Demolidor. Ele cuida de transações entre as empresas e todo o fluxo de caixa e lucros que fazem parte do esquema criminoso de Fisk, seu homem de confiança financeiramente. O contador perdeu a fé em seu líder, tentou assassinar o grande amor de sua vida, roubou e ameaçou entregar o Rei do Crime no final da temporada. Fisk o matou empurrando no poço de um elevador, encerrando desta forma a participação dele no enredo.

**Figura 37** - Leland Owlsley



**Fonte:** Demolidor - 'No círculo' (2015)

Barret, um bandido de baixo escalão que faz pequenos trabalhos em todas as séries da *Marvel* dentro da *Netflix*. Ele está presente em pequenas participações: roubando, vendendo armas ou repassando informações nas séries Demolidor (2015 – 2016), Jessica Jones (2018), Luke Cage (2016 – 2018), Punho de Ferro (2018), O Justiceiro (2017) e Os Defensores (2017), de acordo com o *Imdb*.

**Figura 38 - Turk Barrett**



**Fonte:** Demolidor - 'No círculo' (2015)

Os irmãos Vladimir e Anatoly Ranskahov fazem parte da máfia russa dentro de Nova Iorque. Empregados por Fisk, eles cuidam do transporte de heroína de Madame Gao. Depois de ser envergonhado por Anatoly enquanto jantava com Vanessa, seu interesse amoroso, Fisk pediu que o russo o acompanhasse para conversar sobre o ocorrido que o personagem gostaria de tratar ao interromper seu encontro. Parados em local deserto, o Rei do Crime arrasta Anatoly para fora do carro e começa a agredi-lo, acaba por matar o ex-funcionário esmagando sua cabeça com a porta do carro em que estavam. Durante a limpeza do corpo do seu irmão, Vladimir passa a crer que o homem da máscara negra foi seu algoz, pois encontrou a máscara dele junto a seus pertences. O mistério do real assassino de Anatoly é solucionado quando Barrett chega para dar suas condolências a Vladimir e fala que o um colega da oficina falou sobre um cara alto, grande e careca ter levado um carro com restos de sangue e cérebro para o estabelecimento. A nova informação leva a o russo a declarar guerra a Wilson Fisk. Ao ir atrás de sua vingança, Vladimir é atingido por uma explosão providenciada por Wilson nos galpões de Madame Gao. Durante o incêndio após a explosão, Vladimir e Matt se encontram e lutam. Os dois sobrevivem a luta, mas a polícia os cerca, deixando para Vladimir a escolha de fugir com Matt ou ficar, o russo escolhe lutar e é morto por tiros, deixando o Demolidor fugir com uma informação valiosa.

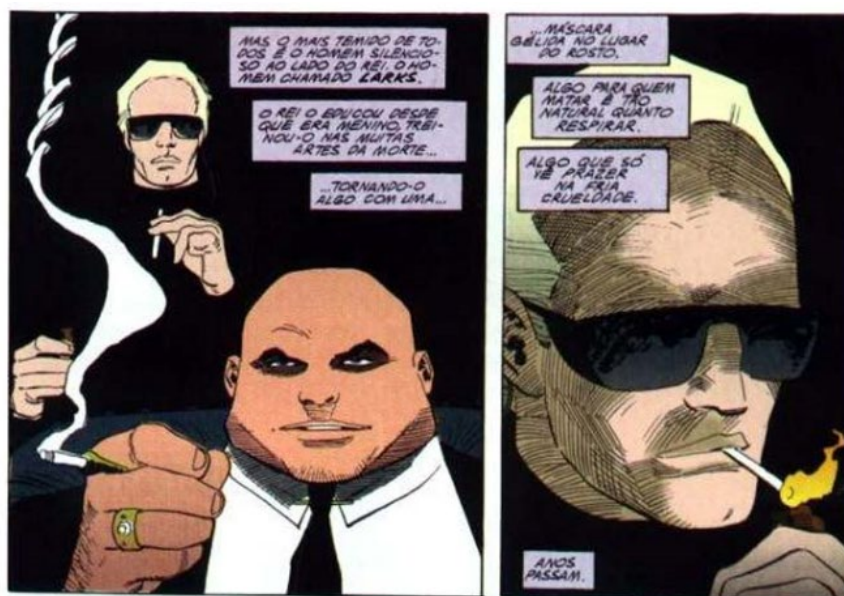
**Figura 39** - Anatoly (esq.) e Vladimir (dir.) Ranskahov



**Fonte:** Demolidor – 'No círculo' (2015)

No quadrinho, Wilson Fisk também tem a seu lado um homem de confiança, no entanto, eles não são o mesmo personagem. Larks é o nome de seu fiel escudeiro durante a narrativa gráfica, descrito como “homem treinado nas muitas artes da morte” e tendo no “lugar de seu rosto uma máscara gélida”, foi criado por Fisk desde criança. Larks tem na sua habilidade de matar e frieza a ligação ideal com seu patrão. Wesley, entretanto, não possui uma origem na série e ele não tem uma história ao lado do Rei do Crime. O personagem é apresentado no primeiro episódio da primeira temporada, e acaba por resolver todos os tipos de problemas para Fisk: encontro com seus aliados, agenda, envios, entregas, jantares, fugas, tradução em línguas estrangeiras, entre outros serviços. Em comum os dois tem o destino final: a morte. Larks é morto ao atirar na direção do Demolidor e o herói ricocheteia a bala, acertando o meio da testa do capanga. Wesley morre depois de sequestrar a secretária de Foggy e Matt, Karen Page. Wesley deixa uma arma carregada na mesa em que os dois estão sentados, ao se distrair com uma ligação em seu celular, a arma é tomada por sua inimiga. Duvidando da capacidade que Page teria de atirar e blefando sobre a arma não estar carregada, Wesley tenta se levantar de sua cadeira e é alvejado com cerca de sete tiros.

**Figura 40 - Larks é apresentado no HQ**



Fonte: Demolidor – O homem sem medo (2009)

**Figura 41 - James Wesley após ser alvejado por Karen Page**



Fonte: Demolidor - 'O caminho dos bons' (2015)

Dotado de sua capacidade ninja, Nobu tem ligação direta com Madame Gao, fazendo parte da “*The Hand*” ao lado dos outros fundadores, junto a empresa *Union Allied* cuida dos imóveis que fazem parte dos negócios com Fisk. Em determinado momento, Nobu se torna o único capaz e obstinado a se oferecer em acabar com a vida do Demolidor, que a esse ponto, já havia causado problemas demais para os criminosos. Nobu luta com Matt e quase sai vitorioso do combate se não fosse pela perspicácia de seu oponente em usar o combustível armazenado no seu local de luta a seu favor, queimando Nobu até a morte. Entretanto, esse não foi o

fim definitivo do personagem, sendo responsável pela ligação no enredo da segunda temporada da série.

**Figura 42 - Nobu Yoshioka**



**Fonte:** Demolidor - 'No círculo' (2015)

Uma aparição repentina no quadrinho agita a vida do protagonista em seus dias na Universidade de Harvard. Enquanto Matt corria sobre os prédios próximos ao campus, ele detectou um odor humano e uma fragrância nova no ar, não demorou muito para avistar a dona de tal cheiro. Matt ficou hipnotizado pela forma louca com que a mulher misteriosa levava a vida e depois de pouco tempo os dois engataram um romance. Elektra era rica, filha de um embaixador quando conheceu Matt, já não era psicologicamente estável, mesclando sua vontade com o que ouvia as vozes na sua cabeça dizendo. Ela argumentava não ser louca e não poder falar com ninguém sobre, por acharem que essas vozes não eram reais. Stick aparece durante o envolvimento dos dois para alertar ao jovem apaixonado que sua musa inspiradora era muito perigosa, mas Matt não o ouviu. Os dois se separaram após o pai de Elektra ter sido assassinado e ela ter escolhido ir embora. Na série, Elektra não aparece na primeira temporada, apesar de ser citada como “a garota grega” no décimo episódio. Na segunda temporada, ela se torna parte essencial do enredo e é a personagem a estender o universo para a primeira temporada da série Os Defensores (2017).



**Figura 43** - Elektra Natchios mata um homem enfiando o osso do próprio punho em seu cérebro



Fonte: Demolidor – O homem sem medo (2009)

**Figura 44** - Elektra representada na série da Netflix



Fonte: Demolidor - 'Kinbaku' (2016)

Mathew Murdock tem sentidos apurados, mas seu corpo continua humano como o de todos os outros. Claire não faz parte da história lançada por Frank, mas é peça fundamental nessa extensão do universo, pois segredos precisam ser mantidos e se fossem espalhados para todos, não existiriam heróis. A personagem trabalha como enfermeira e encontra Matt no segundo episódio da primeira temporada do Demolidor. A partir daí ela toma para si a missão de tentar levar atendimento médico a esses vigilantes. Claire Temple está inserida muito bem nesse universo, participando de cinco das seis séries da *Marvel* na *Netflix*, com exceção de *O Justiceiro* (2017).

**Figura 45** - Claire conversa com Matt após resgatá-lo



**Fonte:** Demolidor - 'Fio da navalha' (2015)

Outra personagem que não foi usada no quadrinho de origem do Demolidor foi Karen Page e aparece na série ainda durante o primeiro episódio, sendo vítima de uma armação. Acusada de assassinar um empregado que descobriu a lavagem de dinheiro dentro da *Union Allied* depois de acordar ao lado do corpo da vítima esfaqueada, Karen recebe a visita de Foggy Nelson e Mathew Murdock na prisão e aceita ser sua primeira cliente. Para tentar encobrir o escândalo, tentam assassiná-la durante a sua custódia, fato que contribui para sua soltura. Sem emprego e sem ter para onde ir, ela acompanha os advogados e acaba ficando no apartamento de Matt. Ainda no episódio, tentam matá-la mais uma vez, o Demolidor impede seu assassinato e entrega toda a história ao jornal *Boletim de Nova Iorque*. Depois da publicação, Page é contratada pelos advogados como secretária e segundo ela, o único meio viável que ela possui de retribuir o favor de salvar sua vida. Page é uma personagem compartilhada com *O Justiceiro* (2017) e *Os Defensores* (2017).

**Figura 46** - Karen olha outdoor pela janela de Murdock



**Fonte:** Demolidor - 'No círculo' (2015)

No jornal Boletim de Nova Iorque trabalha um dos poucos jornalistas que ainda não entraram na folha de pagamento do Rei do Crime: Ben Urich. Não está presente nos quadrinhos analisados e tem um papel fundamental na série: investigar a vida de Wilson Fisk. Ben faz descobertas importantes sobre o personagem, sua origem, aonde sua mãe está. Isso o leva a morte. Fisk não aprova a visita que Urich fez a sua mãe e o mata por asfixia depois de esperar por Ben na casa dele.

**Figura 47** - Ben Urich conversa com Page



**Fonte:** Demolidor - 'E por falar no diabo' (2015)

A fé de Matt não foi retratada no “Homem Sem Medo”, mas é uma característica forte da composição do personagem na série. A religião de sua família é retratada na segunda cena, Matt vai se confessar por algo que ainda não cometeu. O Padre é a pessoa que primeiro tem conhecimento sobre o segredo de Murdock, a pessoa a quem Matt vai pedir conselhos em seus momentos de desespero.

**Figura 48** - Padre Lantom conversa com Matt em frente a igreja



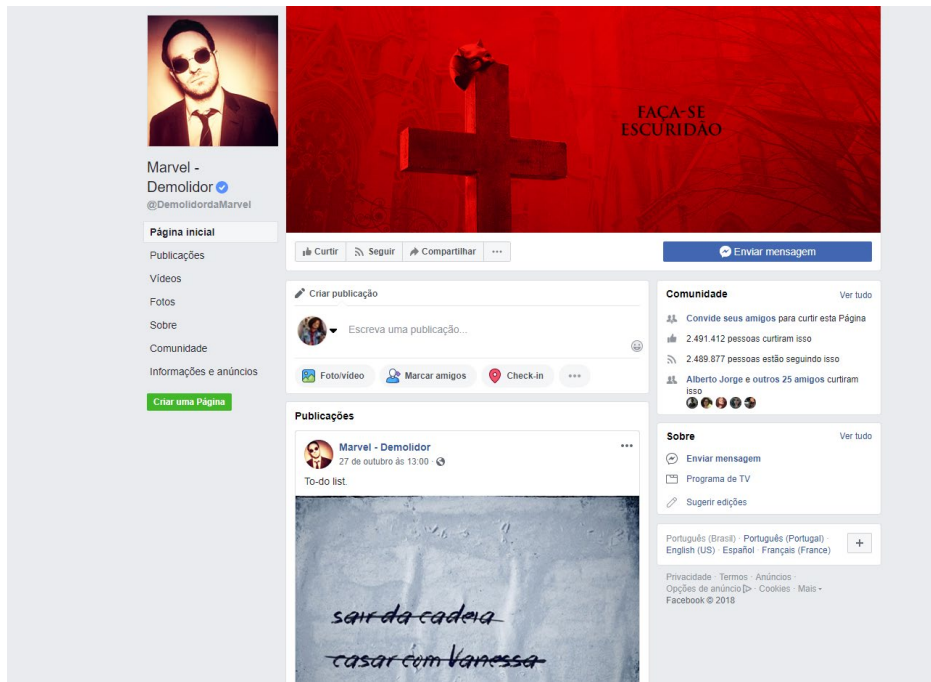
**Fonte:** Demolidor - 'Camuflagem' (2015)

## 5.2 – Segunda etapa da análise

Nesta etapa da análise foram identificados os conceitos apresentados no capítulo 3, os quais Jenkins (2009) considera intrínsecos à Narrativa Transmídia, são eles: *Spreadability*, *Drillability*, *Continuity*, *Multiplicity*, *Immersion*, *Extractability*, *Worldbuilding*, *Seriality*, *Subjectivity* e *Performance*.

A propagação (*spreadability*), primeiro conceito, é estimulado pela presença da *Netflix* nas redes sociais digitais. A empresa produz conteúdo para os fãs e os fãs podem comentar, curtir, compartilhar esse conteúdo por meio de seus próprios perfis. O aprofundamento (*drillability*), segundo conceito, vai depender do fã, afinal, o conteúdo está disponível, mas ele precisa dedicar mais tempo e estar interessado em ir atrás para ver tudo mais a fundo.

**Figura 49 - Página oficial do Demolidor no Facebook**



Fonte: Facebook (2018)

**Figura 50 - Perfil do Demolidor no Twitter**



Fonte: Twitter (2018)

A continuidade (*continuity*), terceiro conceito, é mantida nas duas mídias, a *Netflix* entregou mais duas temporadas do demolidor e nos quadrinhos, o demolidor continuou presente após o homem sem medo.

*Figura 51 - Poster virtual da segunda temporada do Demolidor*



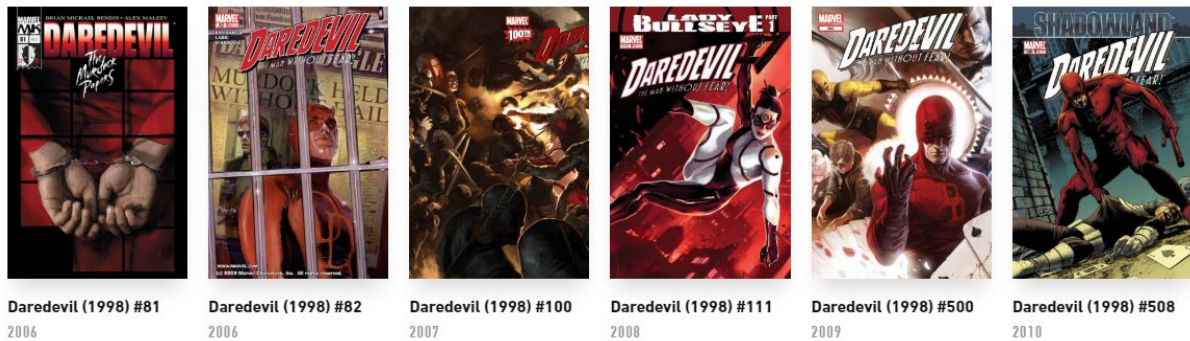
Fonte: High Bar New York (2018)

*Figura 52 - Poster virtual da terceira temporada do Demolidor*



Fonte: Mashable (2018)

**Figura 53 - Capas de revistas do Demolidor**



**Fonte:** *Marvel.com* (2018)

Dentro do quarto conceito, a multiplicidade (*multiplicity*), é possível posicionar o quadrinho Demolidor Noir. Uma readaptação da história de Frank Miller, que se passa na época da Lei Seca, nos Estados Unidos, modificando alguns aspectos de como a história acontece, personalidade dos personagens e usando o estilo sombrio do Noir na ilustração da revista, é entregue um material novo com visão diferente da mesma história.

**Figura 54 - Capa da versão brasileira do Demolidor Noir**



**Fonte:** *Amazon.com.br* (2018)

O quinto conceito, imersão (*immersion*), vai depender da capacidade que o consumidor tem de adentrar a história, o formato que a *Netflix* tem de fornecimento da totalidade dos episódios da temporada contribui para isso, mas depende diretamente de como o consumidor quer utilizar o recurso.

No sexto conceito está a extractibilidade (*extractability*), que engloba a possibilidade de os fãs levarem o mundo ficcional para o mundo real. Os colecionáveis são uma das formas que os fãs podem encontrar de levar o universo para casa.

**Figura 55** - Bonecos Funko Pop! da primeira temporada do Demolidor



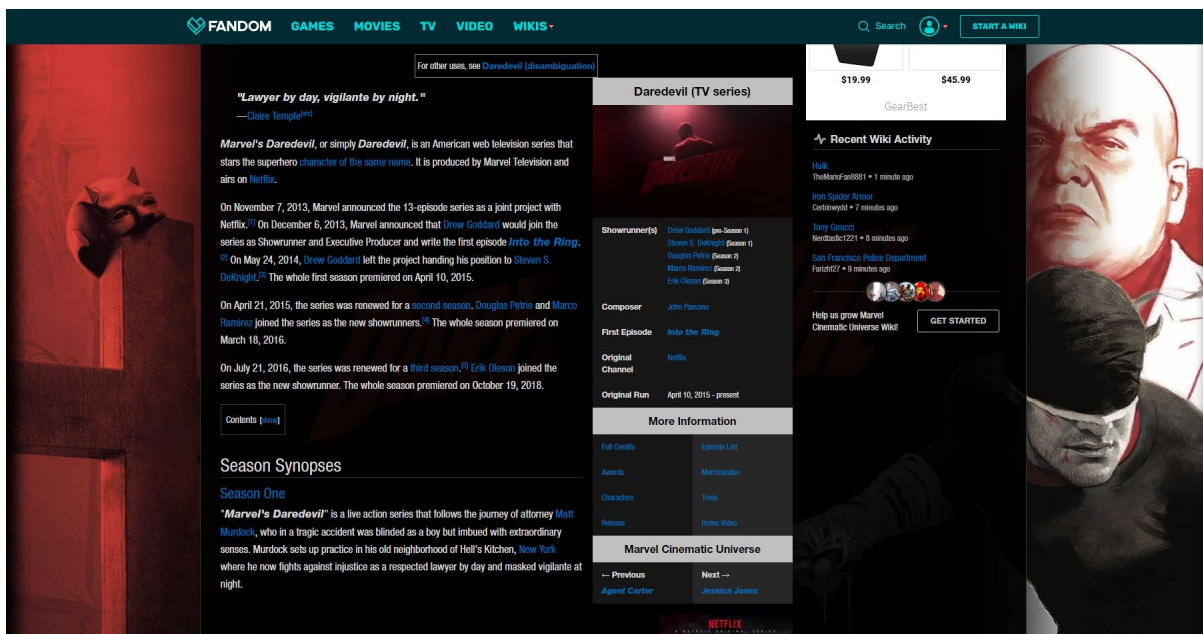
**Fonte:** Google Imagens (2018)

Foi constatado que o sétimo conceito foi muito bem executado pela Marvel e pela *Netflix*, afinal a construção do mundo (*worldbuilding*) que o Demolidor foi inserido já suporta tanto histórias maiores, como o Universo Cinematográfico da *Marvel*, quanto a reunião do próprio Demolidor com mais três heróis dentro da *Netflix*, série citada no tópico 5.5. Serialidade (*seriality*), oitavo conceito, também é encontrada e descrita na primeira parte da análise. O nono conceito, subjetividade (*subjectivity*) está nos diversos pontos de vista contados na história, esses pontos de vistas originam ou participam de outros enredos, como também foi descrito junto aos personagens na primeira parte da análise. Por fim, o desempenho (*performance*), que



diz respeito ao que um fã é capaz de produzir de conteúdo pode ser usado como exemplo os sites que distribui informações sobre a série alimentados por fãs: os wikis.

**Figura 56 - Captura de tela da página do Demolidor no site Fandom Wikia**



**Fonte:** Fandom Wikia (2018)

Os wikis funcionam da mesma forma que o *Wikipédia*<sup>8</sup>, o usuário faz um cadastro e com seu *login* ele passa a editar e/ou incluir páginas e informações sobre os assuntos que os interessa.

<sup>8</sup> Enciclopédia online onde o conteúdo é criado colaborativamente

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A evolução das tecnologias por meio dos tempos não trouxe apenas um novo comportamento aos usuários, mas entregou a eles o poder de sair do consumo passivo, de apenas aceitar as informações unilateralmente por meio das mídias massivas, como a Televisão e o Rádio, passando a ensaiar a sua interação com as estas a partir do uso do controle remoto para passar os canais que não queriam assistir. No Ciberespaço, as fronteiras geográficas foram derrubadas graças a interconexão, a comunicação multidirecional da Cibercultura contribuiu para a propagação das comunidades virtuais e da Inteligência Coletiva.

A Cultura da Convergência teve seus conceitos expostos ao longo do trabalho, e foi possível identificar que ela passou a transportar o fluxo de conteúdo por meio de múltiplas plataformas, tais quais o *Youtube*, as redes sociais digitais, e outras plataformas que surgiram com o tempo, a *Neflix*, o *Hulu*, a *Amazon Prime*, graças a forma com que as pessoas se relacionavam com os meios. Estar e interagir com tantas mídias ao mesmo tempo transformou esses usuários da era digital em *prossumers*, um consumidor que além de consumir o que é posto para ele, evolui esse conteúdo e produz a partir dele e o advento da internet só aumentou este poder em escala infinita, estando muitos em rede, muitos produzem para muitos, podendo o conteúdo ser replicado de formas e pontos de vista diferentes.

É necessário observar e saber onde os consumidores se encontram. Tomar consciência dos desejos dos consumidores entregou aos profissionais que disponibilizam os produtos uma vantagem mercadológica para a industrial cultural: a criação de histórias que coexistem em um mesmo universo a fim de buscar uma colisão, concedendo assim um enredo complexo que se complementa para a autossatisfação do público engajado.

Diante deste contexto, no desenvolvimento deste trabalho teve-se como objetivo compreender a relação entre o consumidor e as atuais formas de consumo, se inteirar sobre as funcionalidades da convergência e constatar por meio de análise o uso da Narrativa Transmídia dentro da *Marvel* por meio de plataformas presentes na atualidade, como a *Netflix*, usando como base sua origem nos quadrinhos, tendo como objeto específico o Demolidor, personagem originário da *Marvel* que foi adaptado para uma série dentro da plataforma.

Por Narrativa Transmídia foi viável concluir que é um recurso que tem sido usado em histórias, não só para estar aonde o espectador está, e sim para tornar ampla a narrativa construída, entregando aos fãs um campo vasto de consumo, onde eles possam se sentir satisfeitos. Após a criação do universo ficcional, ativar os consumidores com informação é criar engajamento, em rede ou fora dela, pela avidez que as pessoas têm em satisfazer suas expectativas no conteúdo. Nas peças estudadas, a NT foi aplicada nas duas mídias, seguindo a lógica de conceitos de Jenkins. Foi possível identificar engajamento dos fãs do “Demolidor” nas redes sociais da série, na continuação da história em diversos outros quadrinhos, pois sem audiência, não existe produção.

Após o desenvolvimento da análise comparativa entre os dois objetos foi possível perceber no que diz respeito às construções das narrativas na produção audiovisual se manteve fiel à história original desenvolvida na história em quadrinho “Demolidor – O Homem Sem Medo” (2009). Identificou-se também que as alterações na ordem de apresentação de alguns fatos justificam-se tendo em vista a serialidade que é característica de produções serializadas que entregam aos poucos as informações para o público consumidor.

No que diz respeito à construção dos personagens observou-se que os principais personagens foram mantidos ainda que não houvesse uma total fidelidade ao material disponibilizado na HQ. Com relação aos personagens que foram utilizados exclusivamente na série e que não estavam nos quadrinhos conclui-se que sua participação se dá principalmente com o objetivo de serem pontos de acesso para as outras produções originais da *Netflix* baseadas nos quadrinhos da *Marvel* como é o caso da série “Os Defensores”.

Já na segunda etapa da análise verificou-se que a franquia Demolidor conseguiu alcançar os dez conceitos propostos por Jenkins (2009) como fundamentais para a construção de uma Narrativa Transmídia. Dado o exposto, mediante as reflexões desenvolvidas no decorrer deste trabalho foi possível concluir que as produções que envolvem o “Demolidor” a partir os quadrinhos e da série produzida pela *Netflix* representam uma narrativa transmidiática bem-sucedida já que conseguiu desenvolver de forma satisfatória os elementos que a caracterizam como tal.

## REFERÊNCIAS

ARNAUT, Rodrigo Dias. **Era Transmídia**. Revista GEMInIS. ano 2. n. 2. 2011. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/93>> Acesso em: 19 set. 2017.

BARNERS LEE, Tim. **Qual é o futuro da web, segundo Tim Berners-Lee**. 2007. Computer World, 09 jul. 2007. Entrevista concedida a Peter Moon. Disponível em: <<https://computerworld.com.br/2007/07/09/idgnoticia-2007-07-09-9970442373/>> Acesso em: 24 out. 2018.

BREITMAN, Karin. **Web semântica: a internet do futuro**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. HAYES, Gary. Virtual Worlds, Web 3.0 and Portable Profiles. 2006. Disponível em: <<https://www.personalizemedia.com/virtual-worlds-web-30-and-portable-profiles/>> Acesso em: 24 out. 2018.

CASTELLI, Ian. **Marvel: da ruína ao topo do mundo em apenas 15 anos**. Tec Mundo, 2015. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/cinema/82036-Marvel-ruina-topo-mundo-15-anos.htm>. Acesso em: 24 out. 2018.

CASTEX, Natielle. **Demolidor da Netflix: o tom certo dos quadrinhos de Frank Miller e da boa safra da Marvel**. LA PAROLA. 2015. Disponível em: <https://www.laparola.com.br/demolidor-da-Netflix-o-tom-certo-dos-quadrinhos-de-frank-miller-e-da-boja-safra-da-Marvel/>. Acesso em 26 out. 2018.

CAVALCANTI, Marcos; NEPOMUCENO, Carlos. **O conhecimento em rede: como implantar projetos de inteligência coletiva**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CODESPOTI, Sérgio. **Seriado Demolidor é uma ótima adaptação dos quadrinhos**. Universo HQ, 2015. Disponível em: <http://www.universohq.com/filmes/seriado-demolidor-e-uma-otima-adaptacao-dos-quadrinhos/>. Acesso em 24 out. 2018.

COSTA, Rogério da. **A cultura digital**. São Paulo: Publifolha, 2002.

COUTINHO, Clara Pereira; BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista. **Blog e Wiki: Os Futuros Professores e as Dispositivos da Web 2.0**. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INFORMÁTICA EDUCATIVA, 9. 2007, Porto, Portugal. *Blog e Wiki: Os Futuros Professores e as Dispositivos da Web 2.0*. Porto, Portugal: SIIE, 2007. p. 199 - 204. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/55608174.pdf>. Acesso em: 26 out. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006

GIL, Henrique Teixeira. **A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: Potenciais consequências para uma humanização em contexto educativo**. 2014. Disponível em: <https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf> Acesso em: 24 out. de 2018

GOIDANICH, Hiron Cardoso; KLEINERT, André. **Enciclopédia dos Quadrinhos**. Porto Alegre: L&PM, 2014.

HOWE, Sean. **Marvel Comics: a história secreta**. São Paulo: LeYa, 2013.

### Sites

IMDB. **Demolidor**. Disponível em: [https://www.imdb.com/title/tt3322312/?ref=tt\\_ov\\_inf](https://www.imdb.com/title/tt3322312/?ref=tt_ov_inf). Acesso em: 27 out. 2018

\_\_\_\_\_. **Homem-Aranha**. Disponível em: [https://www.imdb.com/title/tt0145487/?ref=fn\\_al\\_tt\\_1](https://www.imdb.com/title/tt0145487/?ref=fn_al_tt_1). Acesso em: 27 out. 2018

\_\_\_\_\_. **Rob Morgan IV**. Disponível em: <https://www.imdb.com/name/nm1726032/>. Acesso em: 11 nov. 2018

\_\_\_\_\_. **Os Defensores**. Disponível em: [https://www.imdb.com/title/tt4230076/?ref=nv\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt4230076/?ref=nv_sr_1). Acesso em: 11 nov. 2018

\_\_\_\_\_. **Luke Cage**. Disponível em: [https://www.imdb.com/title/tt3322314/?ref=nv\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt3322314/?ref=nv_sr_1). Acesso em: 11 nov. 2018

\_\_\_\_\_. **Punho de Ferro**. Disponível em: [https://www.imdb.com/title/tt3322310/?ref=nv\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt3322310/?ref=nv_sr_1). Acesso em: 11 nov. 2018

\_\_\_\_\_. **O Justiceiro**. Disponível em: [https://www.imdb.com/title/tt5675620/?ref=nv\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt5675620/?ref=nv_sr_1). Acesso em: 11 nov. 2018

\_\_\_\_\_. **Jessica Jones**. Disponível em: [https://www.imdb.com/title/tt2357547/?ref=nv\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt2357547/?ref=nv_sr_1). Acesso em: 11 nov. 2018

INK VIROU. **Demolidor – As Diferenças e Semelhanças das HQs para a Série da Netflix**. 2016. Disponível em: <https://inkvirou.wordpress.com/2016/04/15/demolidor-as-diferencas-e-semelhancas-das-hqs-para-a-serie-da-Netflix/>. Acesso em: 26 out. 2018

IRVINE, Alexander; COOKER, Tomm. **Demolidor Noir**. Barueri, SP: Panini Books, 2012.

JENKINS, Henry. **TEDxNYED**. Vídeo. 2010 – Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AFCLKaOXRIw>. Acesso em: 25 de out. 2018.

\_\_\_\_\_. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

\_\_\_\_\_. **Transmedia Storytelling**. MIT: Technology Review. 2003 – Disponível em: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>. Acesso em: 25 out. 2018

\_\_\_\_\_. **The revenge of the origami unicorn: Seve Princilpes of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday**. [s.1]: Confessions of an Aca-Fan, 2009. Disponível em:

[http://henryjenkins.org/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html) Acesso em: 05. nov. 2017.

\_\_\_\_\_. **Revenge of the origami unicorn: the remaining four principles.** [s.1]: Confessions of an Aca-Fan, 2009. Disponível em: [http://henryjenkins.org/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html). Acesso em: 05. nov. 2017.

KATCHBORIAN, Pedro. **Netflix: As Curiosidades, A Origem E Os Principais Sucessos.** Free the Essence. 2017. Disponível em: <https://www.freetheessence.com.br/nova-economia/modelos-disruptivos/tudo-sobre-Netflix/>. Acesso em 26 out. 2018

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 1ª ed, 2002.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia.** São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: ed, 34, 1996, p.97

\_\_\_\_\_. **Cibercultura.** São Paulo: Ed. 34. 1999.

\_\_\_\_\_. **A inteligência coletiva.** 1994. 3. ed. São Paulo: Ed. Loyola, 2000

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Editora Senac, 2000

MANEVY, Alfredo. **Cultura digital.br.** Organização Rodrigo Savazoni, Sergio Cohn. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2009.

MATIAS, Alexaxndre. Como a *web* 3.0 pode tornar Google e Facebook obsoletos. 2012. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/blogs/alexandre-matias/como-a-web-3-0-pode-tornar-google-e-facebook-obsoletos/> - Acesso em: 24 out. 2018

MICROSOFT. **Microsoft Institucional,** 2018. Disponível em: <https://www.microsoft.com/pt-br/about>. Acesso em: 01 nov. 2018.

MILLER, Frank; ROMITA JR, John. **Demolidor: o homem sem medo.** São Paulo: Panini Brasil, 2009.

NETFLIX. **Netflix Media Center.** 2018. Disponível em: [https://media.Netflix.com/pt\\_br/about-Netflix](https://media.Netflix.com/pt_br/about-Netflix). Acesso em 26 out. 2018.

NETFLIX. **Demolidor.** Disponível em: <https://www.Netflix.com/br/title/80018294>. Acesso em: 25 out. 2018

PRATTEN, Robert. **Getting Started with Transmedia Storytelling: a practical guide for beginners.** 2011. Disponível em: <https://www.slideshare.net/ZenFilms/getting-started-in-transmedia-storytelling>. Acesso em: 26 out. 2018

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura e artes do pós-humano.** São Paulo; Paulus, 2003

\_\_\_\_\_. **Vídeoaula para o curso de especialização em Inovação em Mídias Interativas.** UFG. YouTube, 2014. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=8\\_laAMh74IY&t=1647s&index=16&list=PLKJswVVOsPilAqKdBGfOPu4HaRfUFxpZf](https://www.youtube.com/watch?v=8_laAMh74IY&t=1647s&index=16&list=PLKJswVVOsPilAqKdBGfOPu4HaRfUFxpZf). Acesso em: 23 abr. 2018

\_\_\_\_\_. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade.** São Paulo: Paulus, 2010

SANTOS, Emanuella; NICOLAU, Marcos. **Web do futuro: a Cibercultura e os caminhos trilhados rumo a uma Web semântica ou Web 3.0.** Disponível em: <https://studylibpt.com/doc/1417140/web-do-futuro--a-Cibercultura-e-os-caminhos-trilhados>. Acesso em: 26 out. 2018

SCOLARI, Carlos Alberto. **Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan.** Centro Libros PAPP, S.L.U., 2013.

VAZ, Welton Rodrigues. **A Evolução Da Internet 1.0 A 3.0.** Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/a-evolucao-da-internet-1-0-a-3-0/134074>. Acesso em: 09 mai. 2018

## Figuras

Figura 3: Colagem de Obama e sua . Twitter, 2018. Disponível em: <https://pbs.twimg.com/media/DrvfLayX0AAAtvwQ.jpg:large>. Acesso em: 11 nov. 2018.

Figura 8: **Captain America Comics (1941) nº 1.** Guia dos Quadrinhos, 2018. Disponível em: [http://www.guiadosquadrinhos.com/edicao-estrangeira/captain-america-comics-\(1941\)-n-1/1865/20846](http://www.guiadosquadrinhos.com/edicao-estrangeira/captain-america-comics-(1941)-n-1/1865/20846). Acesso em 29 out. 2018.

Figura 9: **Demolidor – O Homem Sem Medo – 01.** Baixar Quadrinhos, 2018. Disponível em: <http://baixarquadrinhos.com/Hq-Quadrinho/demolidor-o-homem-sem-medo-01-john-romita-jr/>. Acesso em 29 out. 2018.

Figura 10: **Demolidor – O Homem Sem Medo.** Adoro Cinema, 2018. <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-28869/fotos/>. Acesso em 29 out. 2018.

Figura 11: **Onde a Netflix está disponível?** Netflix, 2018. Disponível em: <https://help.Netflix.com/pt/node/14164>. Acesso em 29 out. 2018.

Figura 12: **Demolidor.** Adoro Cinema, 2018. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/series/serie-17050/fotos/>. Acesso em: 29 out. 2018.

Figura 13: **Os Defensores.** Adoro Cinema, 2018. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/series/serie-17054/fotos/>. Acesso em 29 out. 2018.

Figura 48: **Captura de tela do perfil do Demolidor no Facebook.** Facebook, 2018. Disponível em: [https://www.facebook.com/DemolidordaMarvel/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/DemolidordaMarvel/?ref=br_rs). Acesso em: 11 nov. 2018

Figura 49: **Captura de tela do perfil do Demolidor no Twitter.** Twitter, 2018. Disponível em: <https://twitter.com/daredevil>. Acesso em: 11 nov. 2018.

Figura 50: **Poster da segunda temporada do Demolidor.** High Bar, 2018. Disponível em: <https://highbarnewyork.com/wp-content/uploads/2018/07/daredevill-hells-kitchen.jpg>. Acesso em: 11 nov. 2018.

Figura 51: **Poster da terceira temporada do Demolidor.** Mashable, 2018. Disponível em: <https://mashable.com/article/daredevil-season-3-release-date-teaser-poster/#XDWrjz7pvOqV>. Acesso em: 11 nov. 2018.

Figura 52: **Capas de revistas do Demolidor.** *Marvel.com*, 2018. Disponível em: <https://www.Marvel.com/characters/daredevil-matthew-murdock/in-comics/profile>. Acesso em: 11 nov. 2018.

Figura 53: **Capa da versão brasileira do Demolidor Noir.** Amazon.com.br, 2018. Disponível em: [https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51U7LFfkVWL.SX330\\_BO1,204,203,200.jpg](https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51U7LFfkVWL.SX330_BO1,204,203,200.jpg). Acesso em: 11 nov. 2018.

Figura 54: **Bonecos Funko Pop! da primeira temporada do Demolidor.** Google Imagens, 2018. Disponível em: <https://i.ytimg.com/vi/zGX791PvaW0/maxresdefault.jpg>. Acesso em: 11 nov. 2018.

Figura 55: **Captura de tela da página do Demolidor no site Fandom Wikia.** Fandom Wikia, 2018. Disponível em: [http://Marvelcinematicuniverse.wikia.com/wiki/Daredevil\\_\(TV\\_series\)](http://Marvelcinematicuniverse.wikia.com/wiki/Daredevil_(TV_series)). Acesso em: 11 nov. 2018.



## **APÊNDICE A – SERIADOS TELEVISIVOS CITADOS**

### Seriados televisivos citados

Formato: Título original (título nacional, quando houver). Criadore(es). Ano de estreia. Ano de término(quando houver). Canal de exibição. País de produção.

- *Daredevil* (Demolidor). Criado por Drew Goddard. 2015, *Netflix*, EUA.
- *Jessica Jones*. Criado por Melissa Rosenberg. 2015, *Netflix*, EUA.
- *Luke Cage*. Criado por Cheo Hodari Coker. 2016 - 2018, *Netflix*, EUA.
- *Iron Fist* (Punho de Ferro). Criado por Scott Buck. 2017-2018, *Netflix*, EUA.
- *The Punisher* (O Justiceiro). Criado por Steve Lightfoot. 2017, *Netflix*, EUA.
- *The Defenders* (Os Defensores). Criado por Douglas Petrie, Marco Ramirez. 2017, *Netflix*, EUA.

## **APÊNDICE B – PRÉ-PROJETO**

**UNIVERSIDADE TIRADENTES**  
**PRÓ-REITORIA ADJUNTA DE GRADUAÇÃO PRESENCIAL**  
**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**ANNELISA FEITOZA RODRIGUES**

**NARRATIVA TRANSMÍDIA EM *DEMOLIDOR*: A EXPANSÃO DO UNIVERSO  
*MARVEL* POR MEIO DA *NETFLIX***

**ARACAJU-SE**  
**2018**

ANNELISA FEITOZA RODRIGUES

NARRATIVA TRANSMÍDIA EM DEMOLIDOR: A EXPANSÃO DO UNIVERSO  
*MARVEL* POR MEIO DA *NETFLIX*

Pré-Projeto de Pesquisa apresentado à Universidade Tiradentes como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação Publicidade e Propaganda.

ORIENTADOR  
Prof. Mário Eugênio Paula de Lima

ARACAJU-SE  
2018

## SUMÁRIO

<b>1 Tema</b> .....	4
1.1 Delimitação do tema .....	4
<b>2 Introdução</b> .....	5
<b>3 Objetivos Da Pesquisa</b> .....	7
3.1 Objetivo Geral .....	7
<b>3.2 Objetivos Específicos</b> .....	7
<b>4 Questões Norteadoras</b> .....	8
<b>5 Estado Da Arte (Fundamentação Teórica)</b> .....	9
<b>6 Procedimentos Metodológicos</b> .....	14
<b>7 Cronograma De Execução Da Pesquisa</b> .....	15
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	16

## 1 Tema

Narrativa Transmídia

### 1.1 Delimitação do tema

De que forma a Narrativa Transmídia auxilia na expansão do universo *Marvel* por meio da *Netflix*.

## 2 Introdução

Contar histórias é algo que os humanos fazem desde o início dos tempos, seja para passar conhecimento ou como forma de entretenimento, essa prática sempre esteve presente no cotidiano. A publicidade se apropria dessa dispositivo para causar envolvimento com os consumidores, prendendo dessa forma sua atenção. Xavier (2015, p. 11) fornece três conceituações de *storytelling*, sendo o que ele chama de definição pragmática uma “tecnarte de elaborar e encadear cenas, dando-lhes um sentido envolvente que capte a atenção das pessoas e enseje a assimilação de uma ideia central. ”

O termo *transmedia storytelling*, traduzido para o português como Narrativa Transmídia, conceituado por Jenkins (2009), descreve a necessidade que o mercado teve em estar ao alcance do seu público na era da cultura da convergência, dividindo suas histórias pelas mídias nas quais este esteja presente. O escritor ressalta que “histórias são fundamentais em todas as culturas humanas, o principal meio pelo qual estruturamos, compartilhamos e compreendemos nossas experiências comuns” (JENKINS, 2009, p. 170).

No livro *Marvel Comics: a história secreta* (2013), Sean Howe conta que quando Martin Goodman lançou a *Marvel Comics* n. 1 em 31 de agosto de 1939, ele não imaginou o tamanho que a Timely Comics, nome anterior da *Marvel*, teria no século XXI. Recheada de nomes de sucesso como *X-Men*, *Homem-Aranha*, *Quarteto Fantástico*, *Capitão América*, entre outros, seria difícil manter a *Marvel* apenas na área das revistas em quadrinhos. Apesar de fracassos constantes, em 2008, com o primeiro filme de *Iron Man*, a *Marvel* conseguiu emplacar no cinema. A *Marvel* Entertainment, após ser vendida para a Walt Disney Company em 2009 por 4 bilhões de dólares, ganhou mais força no mercado, além de ser uma das grandes produtoras de conteúdo nos quadrinhos, passou a ter grande representatividade dentro do mercado de heróis no cinema, tomando a dianteira em qualidade de produção de conteúdo para a mídia dentro desse segmento.

Levando essa necessidade de quase ser onipresente no mercado, com a *Marvel* não seria diferente, e assim como demais empresas do entretenimento, ela passou a procurar mais expansão. As múltiplas plataformas de mídia espalharam seus consumidores. Atualmente, por serem muito mais exigentes com relação ao que recebem de conteúdo e como recebem, esses consumidores não mais querem ir até



as empresas para ter o que precisam. Essa relação deixou de ser unilateral, fazendo com que as empresas passem a ir até a mídia que seu consumidor está inserido, se mostrando assim, disponível a eles.

A análise do tema é importante para observar os rumos que grandes empresas estão tomando para se adequar a convergência das mídias. Afinal, estar aonde se precisa estar é essencial para se conseguir permanecer como escolha de seus consumidores. O que o marketing chama de *Top Of Mind*, e *Lovemarks* é onde toda marca quer estar: no coração e na mente de seus consumidores, ou a depender do nível de engajamento, seus fãs.

[...] estamos descobrindo novas estruturas narrativas, que criam complexidade ao expandirem a extensão das possibilidades narrativas, em vez de seguirem um único caminho, com começo, meio e fim. (JENKINS, 2009, p.170)

Para a indústria de Hollywood, a Narrativa Transmídia se tornou uma prática altamente rentável ao espalhar conteúdos por meio de mídias diversas para atrair públicos diferentes, aumentando o alcance do conteúdo, por consequência direta, obtendo mais lucro por meio da quantidade de pessoas conquistadas nas diversas plataformas. Apesar de ser frequentemente utilizada, nem sempre se consegue a formação de narrativa transmidiática de fato, e sim a criação de franquias.

Para que haja essa expansão, requer grandes investimentos, aumentando assim a quantidade de gastos que o detentor desse conteúdo terá para concluir essa narrativa com sucesso. Não só dinheiro é preciso para uma boa narrativa, o conteúdo da história tem que ser bom o suficiente para auto sustentar. O universo precisa ser bem construído para que o público não perca o interesse. O conteúdo disperso pelas mídias não pode ser repetido, pois isso também causa desinteresse. Cada mídia precisa carregar ineditismo, tanto para atrair quem já conhece o conteúdo, quanto para seus novos consumidores.

### **3 Objetivos Da Pesquisa**

#### **3.1 Objetivo Geral**

Compreender a aplicação da Narrativa Transmídia entre o seriado da *Marvel - O Demolidor* produzido pela *Netflix* em seu episódio “No círculo”, da primeira temporada do ano de 2015 e os quadrinhos *Demolidor: o homem sem medo* (2009).

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Entender como a Narrativa Transmídia pode ser aplicada para engajamento;
- Identificar os conceitos da cultura de convergência;
- Descrever o uso da Narrativa Transmídia no primeiro episódio da primeira temporada da série *O Demolidor* e sua extensão a partir dos quadrinhos *Demolidor: o homem sem medo* (2009);

#### **4 Questões Norteadoras**

1. O que é Narrativa Transmídia?
2. Seria a Narrativa Transmídia um método eficaz na expansão do universo dos quadrinhos para uma série?
3. O novo perfil do consumidor modificou o modelo de produção do conteúdo para o mercado do entretenimento?

## 5 Estado Da Arte (Fundamentação Teórica)

As pessoas vivem para se comunicar. Comunicação faz parte das inter-relações humanas, é uma necessidade psicológica. Partilham assim o quem são, como são, o que querem, de onde vêm, para onde vão, como vão, com quem vão, por onde. Viver em sociedade é estar em constante comunicação com tudo e todos que estão à sua volta, sejam eles conhecidos ou não, por vezes, a comunicação nem mesmo é intencional, apenas automática.

Entende-se sobre processo de comunicação:

[...] a mensagem pode ser transmitida por meio de símbolos, tais como palavras, escritas, desenhos e assim por diante, ou a troca de comportamentos, tais como gestos, contato visual, linguagem corporal e outros atos não-verbais. Em muitos casos estão presentes os dois, tanto os símbolos quanto os comportamentos. A chave é o entendimento desses símbolos e comportamentos. (PORTAL EDUCAÇÃO, 2018, n.p.)

Presentemente, a partir da evolução dos meios, o modo de comunicar mudou. A comunicação atual parte, principalmente, por meio de dispositivos eletrônicos. Estar *on-line*, conectado, em rede, é tão importante quanto tomar banho, comer, se vestir como gosta. Usa-se o Instagram para mostrar aonde se foi, o Twitter para falar o que fez, o Facebook para discutir em grupo o que havia no local, o TripAdvisor para falar se o lugar era bom mesmo. Jenkins (2009) acredita que esse comportamento estimula a convergência.

À medida que o Ciberespaço amplia a esfera das interações sociais, torna-se ainda mais importante poder falar sobre pessoas que conhecemos por meio da mídia do que sobre pessoas de nossa comunidade local, que não são conhecidas por todos os participantes de uma conversa on-line. (JENKINS, 2009. p.124)

Estimular a convergência parece ser essencial para o futuro das relações consumidor-produtor de conteúdo. A liberdade da rede fornece a quem consome, acesso aos conteúdos, liberdade para manipular esses recursos à vontade. Estando em rede, tudo é de todos. Uma vez produzido, seu produtor não tem mais controle do produto. Apesar de isso ocorrer, é uma característica importante desse relacionamento.

A convergência não envolve apenas materiais e serviços produzidos comercialmente, circulando por circuitos regulados e previsíveis. Não envolve apenas as reuniões entre empresas de telefonia celular e produtoras de cinema para decidirem quando e onde vamos assistir à estreia de um filme. A convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias. Entretenimento não é a

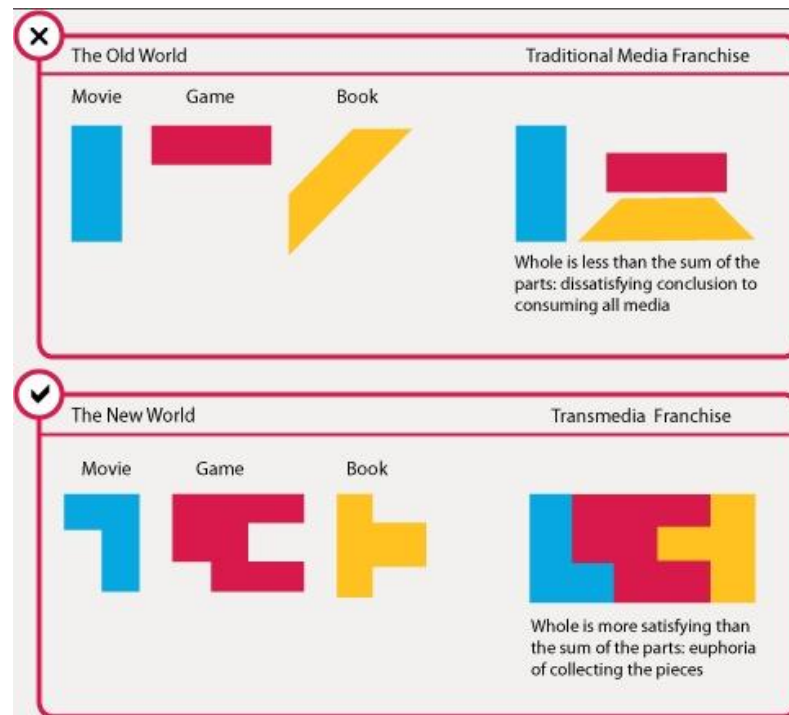
única coisa que flui pelas múltiplas plataformas de mídia. Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia. [...] (JENKINS, 2009, p. 45)

Sendo o *storytelling* utilizado pela Criação para atingir o envolvimento de seus consumidores, e é basicamente isso que a indústria busca em todos os setores, é fácil dizer que empresas buscam a conquista máxima da Narrativa Transmídia, a composição de um universo que se aproxime da perfeição em termos de engajamento e auto sustentação.

[...] uma história transmídia desenrola-se por meio de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de Narrativa Transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. [...] (JENKINS, 2009, p. 138)

Na imagem a seguir, é possível ver a diferenciação entre uma franquia de mídia tradicional e uma franquia transmídia. Na primeira, o todo é menos que a soma das partes, levando insatisfação para quem tenta consumir. No geral, essa franquia é *crossmedia*, não havendo uma experiência completa, o conteúdo apenas é distribuído por diferentes plataformas. Tudo é igual, não há distinção quanto ao conteúdo. Já a parte inferior da imagem, mostra que a franquia transmídia se complementa, uma mídia atrelada a outra traz novas informações, completando assim o quadro e gerando maior satisfação ao consumidor ávido por informações.

Figura 1 Demonstração de franquias tradicionais e transmídia



Fonte: Conducttr (2018)

Jenkins (2011) conta que a maior parte do conteúdo transmídia possui uma ou mais funções que caracterizam a construção do universo. Essas funções são:

- Oferece plano de fundo, a história tem substância;
- Mapa do mundo, geralmente o universo é extenso e complexo, podendo ser separado sem perda de sentido;
- Oferece ao consumidor perspectiva de outros personagens em ação;
- Aprofunda o engajamento de sua audiência.

Ainda sobre a construção de universo, Jenkins (2009) fala que ele precisa ser enciclopédico, sendo rico em informações para que possa ser estudado e dominado por consumidores dedicados. Isso é, sem dúvidas, um problema que a *Marvel* não possui. Segundo o site da companhia, eles contam com em torno de 8 mil personagens. Essa quantidade de história não deve implicar em problemas para construção de universo, nem profundidade de mapa.

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. (JENKINS, 2009, p. 162)

Para justificar essas expansões de plataforma, pode-se adaptar o conceito da Cauda Longa para esse caso. Sendo as adaptações de heróis mais conhecidos colocadas na lógica como a cabeça, os heróis menos conhecidos se tornariam a cauda. Essa cauda é um nicho de mercado negligenciado, que possui potencial de crescimento, mas para isso, precisa de investimento. Caso a viabilidade econômica impeça esse plano de que sejam feitos filmes desses títulos, a empresa detentora dos direitos, nesse caso, a Disney, analisa um destino para isso.

[...] a curva de demanda por produtos atinge seu auge na cabeça (topo), com maior demanda, enquanto sua cauda alongada representa a menor demanda. Em diversos setores da economia, há nichos com alto potencial de exploração: produtos de baixa demanda pelos consumidores ou com baixo volume de vendas, mas que correspondem a uma parcela significativa do mercado se analisados em conjunto (a totalidade da cauda). Ou seja, a cauda é um mercado em potencial, com muita chance de crescimento. (SAGEONE, 2018, n.p.).

The Walt Disney Company (2017) é detentora da emissora de tevê American Broadcasting Company, mais conhecida como ABC. Por meio do meio, ela levou três títulos para a televisão. *Agents of S.H.I.E.L.D.*, *Agent Carter* e *the Inhumans*. Dois desses títulos possuem ligação direta com os filmes principais da *Marvel*, sendo considerados *spin-offs*. *Agents Of S.H.I.E.L.D.* é a organização que trata dos assuntos relacionados a heróis e atividades mutantes, *Agent Carter* foi protagonizado por Peggy Carter, eterno amor de Steve Rogers, o Capitão América. Já *Inhumans* é uma série de um grupo de heróis que não fazem parte dos principais heróis e nunca foi citado nos filmes da *Marvel* antes. É um nicho novo que foi explorado pela ABC mesmo, a série estreou no dia 29 de setembro de 2017, segundo IMDb (2018).

Infelizmente pra Disney, a ABC não consegue ser único veículo necessário para expansão. A ABC atende a um público em específico que muitos dos títulos da *Marvel Comics* não conseguem se encaixar como parte aceitável para isso. Essas séries estariam fadadas ao fracasso, seja pela restrição de horário que sofreriam graças à classificação indicativa, ou simplesmente por não ser rentáveis economicamente – séries com muitos efeitos especiais possuem gastos altos com computação gráfica, o que acabaria tornando tudo completamente inviável. Sendo o caso da série *Agent Carter*, seu cancelamento prematuro no final de sua segunda temporada, informação releveleda por Golberg (2017). Apesar de aclamada pela

crítica, os níveis de audiência baixos levaram ao fim antes mesmo desta possuir uma conclusão, ficando assim, inacabada.

Para distribuição desses conteúdos, existem também as plataformas de streaming de conteúdo, que se trata de um sistema que permite ao assinante escolher entre uma lista de títulos, sejam filmes, séries ou documentário, para assistir *online*, que é o exemplo da *Netflix*. A *Netflix* (2018) é uma empresa que fundada em 1997 com o intuito de fornecer filmes em DVD para aluguel *online*. Em 2007, ela iniciou sua transmissão de conteúdo *online*, hoje é uma das plataformas do gênero mais bem-sucedidas, com criação própria de conteúdo e presença em mais de 190 países, citado na área de informações corporativas no site *Marvel.com* de acordo com o próprio site.

A vantagem que a *Netflix* traz também é a de fornecer conteúdo personalizado, de transmissão específica. Freire (2011) explica os conceitos nos quais as empresas se encaixam. Enquanto a ABC cobre a área de *broadcasting*, que é a transmissão de massa, a *Netflix* fornece o *narrowcasting*, que atende exigências específicas de um grupo.

Os irmãos Wachowski, por exemplo, viram a cocriação como um veículo para expandir o potencial mercado global, trazendo colaboradores cuja presença evocava formas distintas de cultura popular de outras partes do mundo (JENKINS, 2009, p. 157).

Como Jenkins (2009) falou, a cocriação é uma das opções que as empresas possuem para conseguir alcançar seus objetivos. Na cocriação, a Disney também encontrou vantagens. Smith (2017) deu mais detalhes sobre a parceria da empresa com a *Netflix*, que cedeu os direitos de personagens, fazendo com que fosse possível o andamento do projeto que resultaria nas séries *Demolidor*, *Jessica Jones*, *Luke Cage*, *Punhos de Ferro*, *Os Defensores* e *O Justiceiro*, essa ainda para estrear. Dessa forma, ela permitiu que seu universo entrasse em expansão em mais uma plataforma que alcança quase todo o globo, economicamente viável para ela, pois os custos de produção não mais estariam a seu cargo, não deixando de ganhar em publicidade por meio.

[..] há fortes motivações econômicas por trás da Narrativa Transmídia. A convergência das mídias torna inevitável o fluxo de conteúdos pelas múltiplas plataformas de mídia. (JENKINS, 2009, p. 148)

Resta concluir se todos esses esforços afirma o objetivo inicial de se compor uma Narrativa Transmídia com profundidade.



## 6 Procedimentos Metodológicos

A metodologia escolhida foi hipotético-dedutiva para originar uma pesquisa sobre a Narrativa Transmídia envolvida nos objetos de exploração. Gil (2006) se refere à definição de delineamento das pesquisas como um passo importante para que se estabeleça o caráter científico ao trabalho a ser escrito, e ainda trata que o elemento que mais importa para que o mesmo seja identificado é a maneira que se dá a coleta dos dados. Propõe-se que a coleta de dados nesta pesquisa ocorra por meio do levantamento bibliográfico e por meio da pesquisa exploratória.

Por pesquisa bibliográfica, Gil (2006, p. 65) explica que é necessário que seja:

[...] desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas.

Já com relação à pesquisa exploratória, Gil (2006, p. 43) ressalta, que é desenvolvida com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

. Para que sejam alcançados os resultados desejados, será realizada uma análise comparativa entre o primeiro episódio, No Círculo (Into The Ring), da primeira temporada da série da *Netflix* O Demolidor (Daredevil) transmitido em 2015, e o quadrinho Demolidor: o homem sem medo (2009). De acordo com Pradanov e Freitas (2013) esse método tem por principal objetivo verificar semelhanças e explicar diferenças, proposta que se enquadra na forma de análise que se busca nessa pesquisa.

Os autores ainda ressaltam que “o método comparativo, ao ocupar-se das explicações de fenômenos, permite analisar o dado concreto, deduzindo elementos constantes, abstratos ou gerais nele presentes” (PRODANOV; FREITAS 2013, p. 38). A proposta de análise aqui apresentada ocorrerá em 02 etapas na primeira serão levantadas as similaridades e as diferenças entre a Série e a História em Quadrinho considerando os aspectos relacionados à construção e caracterização de personagens, elementos narrativos e cronológicos da história e os pontos de acesso para o multiverso *Marvel*. E na segunda etapa serão identificados nos dois objetos os conceitos que Jenkins (2009) apresenta como intrínsecos na Narrativa Transmídia.

## 7 Cronograma De Execução Da Pesquisa

ATIVIDADE	SEMESTRE 2018/2				
	AGOSTO	SET	OUT	NOV	DEZ
Análise e adequações pré-projeto		X			
Revisão da literatura		X	X		
Coleta dos dados		X	X		
Análise dos dados				X	
...					
Apresentação a banca de qualificação					X

## REFERÊNCIAS

ARNAUT, Rodrigo Dias. **Era Transmídia**. Revista GEMInIS. ano 2. n. 2. 2011. Disponível em < <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/93> > Acesso em: 14 de setembro de 2017

BARDIN, Laurance. **Análise de Conteúdo**. Brasil: Edições 70, 2016.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

FREIRE, Maria Teresa Marins. **Broadcast e Narrowcast** - Rev. Estud. Comun., Curitiba, v. 12, n. 27, p. 7-8, jan./abr. 2011. Disponível em < <https://www2.pucpr.br/reol/index.php/comunicacao?dd99=pdf&dd1=5710> > Acesso em: 14 de setembro de 2017

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2006.

GOLDBERG, Lesley. **'Agent Carter' Canceled at ABC; 'Marvel's Most Wanted' Not Moving Forward**. 2017. Disponível em: < <http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/agent-carter-canceled-at-abc-893499> > Acesso em: 25 de setembro de 2017

HOWE, Sean. **Marvel Comics: a história secreta**. São Paulo: LeYa, 2013.

IMDb. **Demolidor**. 2018. Disponível em < [https://www.imdb.com/title/tt3322312/?ref=tt\\_ov\\_inf](https://www.imdb.com/title/tt3322312/?ref=tt_ov_inf) > Acesso em: 11 de setembro de 2018

\_\_\_\_\_. **Inhumans**. 2018. Disponível em < <https://www.imdb.com/title/tt4154858/> > Acesso em: 14 de setembro de 2018.

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

\_\_\_\_\_. **Transmedia 202: Further Reflections**. 2011. Disponível em < [http://henryjenkins.org/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html) > Acesso em: 14 de setembro de 2017

MARVEL. **Marvel TV**. 2017. Disponível em: < <http://Marvel.com/tv> > Acesso em: 25 de setembro de 2017

\_\_\_\_\_. **About**. 2017. Disponível em < <http://Marvel.com/corporate/about> > Acesso em: 14 de setembro de 2017

MULLER, Frank; ROMITA JR, John. **Demolidor: o homem sem medo**. São Paulo: Panini, 2009.

NETFIX. **About Netflix**. 2018. Disponível em: < [https://media.Netflix.com/pt\\_br/about-Netflix](https://media.Netflix.com/pt_br/about-Netflix) > Acesso em: 14 de setembro de 2017

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SAGEONE. **A cauda longa** - Disponível em <  
<http://br.sageone.com/2015/01/23/entenda-cauda-longa-de-uma-vez-por-todas/>>  
Acesso em: 14 de setembro de 2017

PORTAL EDUCAÇÃO. **O processo de comunicação**. Disponível em  
<<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/o-processo-de-comunicacao/36775>> Acesso em: 14 de setembro de 2018

SMITH, Reiss. **Marvel Netflix series timeline**: Order to watch and release date schedule. 2017. Disponível em: <<http://www.express.co.uk/showbiz/tv-radio/765282/Marvel-Netflix-timeline-Daredevil-Jessica-Jones-Luke-Cage-Iron-Fist-Defenders-release-date>> Acesso em: 25 de setembro de 2017

THE WALT DISNEY CO. **Our businesses**. 2017. Disponível em  
<<https://thewaltdisneycompany.com/about/#our-businesses>> Acesso em: 14 de setembro de 2017

XAVIER, Adilson. **Storytelling**: histórias que deixam marcas. 2. ed. Rio de Janeiro: Best Business, 2015.

PORTAL EDUCAÇÃO. **O processo de comunicação**. 2018. Disponível em  
<<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/o-processo-de-comunicacao/36775>> Acesso em: 14 de setembro de 2018