

A NARRATIVA TRANSMIDIÁTICA DOS VINGADORES DA MARVEL COMICS: Análise dos filmes *Homem de Ferro* e *Homem de Ferro 2*

Diego Trettin (Brasil)¹ Larissa Schlögl (Brasil).²

Resumo

O presente artigo apresenta uma análise da narrativa transmidiática utilizada pela editora *Marvel Comics* na construção do universo cinematográfico nos filmes *Homem de Ferro* (2008) e *Homem de Ferro 2* (2010), com base nos quadrinhos dos personagens relacionados. Tem-se como objetivo apontar os benefícios da utilização da narrativa transmidiática para se comunicar com o público, assim como a necessidade desta convergência por meio dos diferentes formatos apresentados. Problematizamos a construção de um universo transmidiático, além da forma com que a obtenção de material relacionado aos personagens sustenta uma franquia cinematográfica. Para realizar o estudo, o método de pesquisa utilizado será um estudo de caso, com análise qualitativa de tipo exploratório. Será elaborada uma revisão bibliográfica referente à narrativa transmidiática, na qual os principais autores utilizados para contemplar o assunto são Henry Jenkins (2012) e Lev Manovich (2002).

Palavras-chave.

Transmídia. Cultura da convergência. Marvel Comics. Os Vingadores. Homem de Ferro.

Abstract.

This article presents an analysis of transmedia narrative used by Marvel Comics publisher in order to construct the film universe of the movies Iron Man (2008) and Iron Man 2 (2010), based on the comic related characters. It has to point out the benefits of using transmedia narrative to communicate with the public, as well as the need for this convergence through different formats presented. Problematize the construction of a transmedia universe, beyond the way in which obtaining material related to the characters sustains a film franchise. To conduct the study, the research method used is a case study with a qualitative exploratory analysis. A literature review will be prepared concerning the transmedia narrative in which the main authors used to contemplate the subject are Henry Jenkins (2012) and Lev Manovich (2002).

Keywords.

Trasmedia. Convergence culture. Marvel Comics. Avengers. Iron Man.

1. Introdução

A narrativa transmidiática é uma forma de contar histórias com o objetivo de ligar o público à informação como um todo, convergindo por meio de diversos meios em busca de mais trechos da história contada, ao acrescentar informações e mostrar partes do universo, com a finalidade de torná-lo mais convincente e compreensível. A transição da narrativa entre os meios de comunicação torna a história virtualizada, e na mídia digital mostra-se enciclopédica, ao fazer da conexão entre as mídias um gerador de acontecimentos imprevisíveis e espontâneos. Acontecimentos que podem ser interpretados, ressignificados e transmitidos de formas diferentes por parte dos indivíduos que interagem, reunindo-os em um trabalho cooperativo em que cada participante sustenta a atividade do próximo, fortificando a inteligência coletiva.

Ao verificarmos o uso frequente das narrativas transmidiáticas nas produções de entretenimento, o interesse principal deste estudo é realizar uma apresentação da narrativa transmidiática da franquia *Os Vingadores – Fase Um*³. Diante da extensão da abordagem, que abrange seis filmes – *Homem de Ferro* (2008), *O Incrível Hulk* (2008), *O Homem de Ferro 2* (2010), *Thor* (2011), *Capitão América: O Primeiro Vingador* (2011), *Os Vingadores* (2012), escolhemos como objeto de estudo deste artigo apenas dois filmes da franquia: *Homem de Ferro* (2008) e *Homem de Ferro 2* (2010). Muito embora, em determinados momentos, apresentaremos situações encontradas nos outros filmes.

A investigação será realizada por meio de um estudo de caso. A análise e levantamento detalhado de informações tem como suporte de um conjunto de ferramentas de uma abordagem exploratória, no qual pretende-se abordar o desenvolvimento de um conjunto de comportamentos de uma cultura que se apresenta em considerável evolução, a narrativa transmidiática. Para isto, fez-se a escolha de um objeto de estudo em específico, os dois filmes da franquia *Homem de Ferro*, reunindo informações detalhadas com o intuito de totalizar uma situação que encontra-se na franquia *Os Vingadores* da editora *Marvel Comics*, a partir das Histórias em Quadrinhos⁴.

Analisaremos os filmes *O Homem de Ferro* (2008) e *O Homem de Ferro 2* (2010), ao apontar o universo *Marvel* dos cinemas com o aporte das teorias da cultura da convergência, narrativa transmidiática e o comportamento do consumidor perante este material. Para abordar os temas propostos, os principais autores utilizados são Henry Jenkins (2012) e Lev Manovich (2002).

2. Era Digital

Parta contemplar a narrativa transmidiática, torna-se importante compreender a era digital dos meios de comunicação. Atualmente, boa parte conteúdo é distribuído por meio do ciberespaço ou rede, ou usa-os de apoio, devido ao crescimento contínuo da capacidade de armazenamento, manipulação e transmissão de conteúdo. Nas palavras de Lévy, o ciberespaço:

[...] é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 2009, p. 17).

O século XX teve destaque com o desenvolvimento dos meios de comunicação, e consequentemente, as mídias de massa proporcionaram percepções de novos lugares, visões e conteúdo. Já o século XXI, que tem como referência o surgimento do *IBM⁵ PC⁶*, que “multiplica essas tecnologias através da revolução digital”. (KRÜGER, 2011, p. 26). Tal revolução, baseada na rede de transmissão de dados dos computadores, possui enorme abrangência e permite que o usuário também se torne formador de conteúdo, ao compartilhar ideias e experiências, além de contribuir para manter laços sociais.

Considera-se que a interação entre as mídias de massa se destaca no decorrer dos anos mais discretamente, ao serem apresentados como referência as HQs, *videogames* e televisão. As HQs são como a adaptação de livros para um formato mais artístico, a partir do momento que se tem o texto com imagens para suporte, ao narrar histórias de aventura desde os anos 30. Nos anos 50 e 60, surgiu o *videogame* como a representação de uma história construída no decorrer do *game* pelo jogador, podendo ser comparado

ao cinema, como um filme interativo. E a televisão nos anos 20, tornou-se a reprodução visual dos programas de rádio como jornais e novelas. Com estas três representações da transição entre as mídias, pode-se constatar que não é de hoje que os meios interagem entre si, eles estão no cotidiano e fortificam-se gradualmente.

Seguindo esta linha de raciocínio, Manovich (2002) questiona o que são realmente as novas mídias. De acordo com o autor, estas se caracterizam por mídias voltadas ao formato digital, tais como o computador, multimídia, internet, jogos online e realidade virtual.

3. Narrativa Transmidiática

Henry Jenkins (2012) explica que uma narrativa transmidiática bem sucedida se apresenta quando a empresa lança a primeira parte da história, fragmentada, não redundante, e evita que se tenha uma conclusão rápida, para estimular o interesse do público. Logo após, ao manter a atenção do espectador, lança um material complementar como quadrinhos e curtas-metragens que saciam a fome de informações de fãs mais exaltados. Depois, a continuação da história geral, junto a isso jogos e mais material complementar com novos níveis de revelação e experiência, seguindo o *hype*⁷. Por fim, o desfecho da história junto a um formato que mantenha os fãs conectados e renove a franquia. O tempo de duração desta história é singularmente variável, pois depende da quantidade de disposição que o fã desempenhará para buscar conteúdo, ao tornar a história por concluída naquele ponto, ou não. Cada trecho novo oferecido é fundamentado no que veio anteriormente, enquanto novos pontos de acesso são oferecidos ao público.

Quanto aos meios utilizados, cada um deve encontrar seu lugar de forma que as qualidades individuais possam contribuir de maneira distinta, ao gerar a possibilidade de continuidade da história em outra mídia. Cada meio necessita de autonomia, sendo que o público não dependa de um meio para gostar do outro, fazendo com que cada mídia sustente um nicho diferente de público mais diversificado ou restrito. (JENKINS, 2012).

A narrativa transmidiática também visa maior retorno: além do pessoal, o financeiro. Seguindo o pensamento de Manovich (2002) referente aos novos meios: a narrativa transmídia deve encontrar seu lugar econômico ao substituir ou complementar o que já está disponível, e aceitação popular e, portanto, sucesso econômico, podem vir só por convencer os consumidores que esta nova mídia melhora a experiência das outras já existentes. Há fortes motivações econômicas por trás da narrativa transmídia com a convergência entre mídias e o grande fluxo de conteúdo pelas múltiplas plataformas.

Deve-se fazer a tecnologia trabalhar a favor disso, ao verificar que a indústria moderna do entretenimento é planejada com a ideia de construção e expansão de franquias, criando uma conexão entre o entretenimento e o marketing, por meio de fortes ligações emocionais e resultando em grandes vendas.

Fazer de um filme, um seriado ou uma *HQ* uma franquia não é uma novidade, visto a quantidade ilimitada de *action figures*⁸ de personagens ou aplicativos que saem junto aos lançamentos. O sistema de licenciamento pode gerar falhas, e resultar em uma má reputação das franquias. Estas falhas podem ser geradas: devido aos personagens, que acabam se tornando redundantes por não permitir a inserção de novo personagens ou desenvolver o enredo de acordo com o meio; à simples cópia de um meio ao outro, não traz novidades e apenas replica o que foi bem sucedido de início; ou a recriação contraditória ao não respeitar a consciência do que o público espera da história. Estes erros são geralmente consequentes de uma visão respeitosa ao lado econômico, que ofusca a visão artística. O público exige que cada mídia ofereça novas visões e experiências para investir nele, e sentir o domínio sobre a história que absorvem.

Hoje, as indústrias têm o caminho aberto para o que chamam de co-criação, ou seja, as empresas trabalham em colaboração desde o início, criam conteúdos adequados a cada um dos setores. Isso permite a geração de novas experiências e acesso à franquia, impulsionados pela mesma força criativa. Com isso a produção sai dos padrões que antes era fabricada com base no que já estava produzido, para uma forma mais aberta em que se explora a história ou personagem de acordo com o que se pode aproveitar de cada lado.

As mídias dependem da mesma ficção e uma expande a outra, não repetem o mesmo material, são orgânicas ao que tornou a primeira mídia atraente ao público. Pequenas “pontas soltas” já são propositalmente deixadas em um filme, com a finalidade de serem complementadas ou exploradas em outra mídia, detalhes que são notáveis aos fãs mais atentos. (JENKINS, 2012).

Ao analisar o histórico das obras de ficção que utilizam da narrativa transmidiática, podemos observar que geralmente se inicia no cinema ou em séries, devido à maior abrangência de público. Por isso, Jenkins (2012) cita frequentemente *Star Wars*, por ter grande destaque de audiência e forte envolvimento entre as mídias, e que por consequência inspirou outras obras transmidiáticas como *Matrix*, *O Exterminador do futuro*, *Os Vingadores*, e séries como *Heroes*, *Lost* e *Falling Skies*. Todos os exemplos apresentam séries, filmes, quadrinhos e *games*.

Para um universo ficcional ser construído, deve-se estabelecer um ambiente onde artistas, outros autores, e fãs possam explorá-lo e experimentá-lo. Dar consistência para que todas as partes possam ser englobadas, e flexibilidade para que possa ser concebido em diferentes estilos. Nenhuma obra vai conseguir reproduzir todos os elementos, mas esta obra em particular deve ser capaz de utilizar de elementos suficientes para que o público possa reconhecer que pertence ao mesmo universo ficcional.

A narrativa é algo comum na construção de universos, uma vez que são criados ambientes atraentes ao público, e o autor não consiga explorá-lo por completo em uma única obra ou mídia. O universo de uma obra é maior que ela mesma, leva em conta a contínua construção dela feita por fãs que a expandem em diversos caminhos diferentes. Antes era preciso elaborar uma boa história para que pudesse sustentar um filme. Com uma sequência, era preciso elaborar melhor um personagem, que pudesse se sustentar em diferentes histórias e sequências. Hoje, deve-se elaborar um universo que sustente diferentes personagens, em diversos filmes, por meio de diferentes mídias. (JENKINS, 2012).

Esta interpretação varia de acordo com as franquias: por um lado ela pode criar seu universo a partir da primeira obra, e suas sequências evoluem em histórias diferentes dentro do universo base; ou podem-se introduzir novos aspectos para cada sequência, pelos quais ao invés de apenas habitá-lo, ele seria mapeado com outras perspectivas.

Quando uma obra é inspirada ou gerada por uma mídia já conhecida, muitas vezes não há necessidade de fazer introdução a todos os personagens, por já serem conhecidos de outras fontes, e tal condição se dá mais facilmente a um público mais familiarizado com a *pop culture*. Por estarem em maior contato com determinadas imagens, já entram em um cinema ou assistem a um filme em casa já familiarizados com as identificações pré-existentes. Comum em filmes de super-heróis, que o público já conhece superficialmente suas características e poderes, sendo levada em consideração a narrativa.

Alguns críticos de cinema ao pensarem em termos estruturais, por meio da narrativa tradicional, afirmam que ela está em colapso. Porém Jenkins (2012) contradiz essa perspectiva, e não acredita que o público tenha perdido o gosto pela história, por ela estar sempre presente e o indivíduo estrutura, compreende e compartilha suas experiências.

Jenkins (2012) leva esta análise a um questionamento: até que ponto uma narrativa transmidiática pode se estender? Pois uma franquia, no decorrer do tempo começa a afunilar seu público para fãs mais assíduos, deixando o público de massa no decorrer do caminho. A resposta se dá por meio das referências inseridas em camadas dentro das mídias, e oferece oportunidades para diferentes comunidades do conhecimento: quanto mais a fundo se vai à busca, mais se descobre. Essa grande quantidade de alusões torna quase impossível um só indivíduo descobrir ou dominar o conteúdo, o que faz com que o envolvimento com outros usuários seja de benefício coletivo, e ele passa a absorver informações pelas quais as conclusões podem ser geradas por um todo.

Ao se levar em conta que por meio da narrativa transmídia a mente tem o domínio de acessar todo tipo de expressão cultural e processá-la, selecionar as mais válidas e

recombinar com outras já guardadas, as ferramentas de hipertexto e hiperlink torna-se o próprio indivíduo.

4. O Universo Cinematográfico da Marvel

O filme *Homem de Ferro*⁹ (2008), apresenta a história de Tony Stark, personagem herdeiro da *Stark Industries*, empresa de seu falecido pai que projeta e fornece armamentos militares ao exército dos EUA. Em uma de suas demonstrações de armamento no Afeganistão, Stark tem seu carro atacado e é gravemente ferido com estilhaços de um explosivo fabricado por sua própria empresa e utilizado pelos terroristas. Em cativeiro, ele sabe que acabará sendo morto, então projeta uma armadura que permite escapar dos terroristas em segurança. Stark consegue fugir, mas destrói sua armadura no caminho, então começa a trabalhar secretamente em uma armadura aprimorada. Na volta de uma missão, Tony *hackeia* os sistemas de computadores de sua companhia, e acaba descobrindo que quem estava por trás de seu sequestro era seu sócio. O Homem de Ferro consegue chegar a tempo de detê-lo antes de tentar apagar as informações para encobri-lo. Em uma conferência para imprensa no dia seguinte, Stark acaba por não aguentar mais omitir as histórias estranhas que aconteceram e revela ser o Homem de Ferro.

O filme *Homem de Ferro 2*¹⁰ (2010) apresenta a continuação da trajetória de Tony Stark, no qual um comitê insiste para que Tony entregue o projeto do Homem de Ferro ao exército americano para uso militar. Ele, por sua vez, recusa tornar o Homem de Ferro uma arma de ataque e humilha Justin Hammer, seu rival. Tony descobre que o metal paládio encontrado dentro do *arc reactor* de seu peito envenena seu sangue. Em Mônaco, Stark participa de uma corrida de F1, e durante ela acaba sendo atacado por Ivan Vanko, que utiliza de uma tecnologia de energia semelhante ao *arc reactor*, porém é derrotado e preso. Em busca de vingança, Justin Hammer, um grande inimigo de Tony, tira Ivan da prisão para aperfeiçoar as armaduras de combate que usará para superar as do Homem de Ferro. Stark parte então em busca de uma cura para seu envenenamento e descobre que seu pai tinha a ideia de criar um novo elemento em 1974, mas a tecnologia da época o limitava. Tony constrói um acelerador de partículas e

cria um novo elemento, ao substituir o paládio de seu peito e curando-o do envenenamento.

5. Análise do Objeto

Para a realização deste trabalho, considera-se que o início da narrativa transmidiática do universo de *O Homem de Ferro* e *O Homem de Ferro 2* deu-se nos cinemas por sua maior abrangência. Antecessores a isso, temos as HQs de origem do personagem, que apesar de serem analisadas pela história, não são consideradas parte da narrativa transmidiática por terem suas histórias tratadas de forma individual e, apenas mais tarde, adaptadas para outra mídia. Leva-se em conta a história das HQs por serem utilizadas como material de apoio para a conclusão da análise.

Os filmes produzidos são os mais explorados pela narrativa, tendo em vista a construção do universo por uma linha delimitada por eles, nas quais outras mídias se agregam ao caminho na construção do universo ficcional em discussão.

A narrativa transmidiática dos filmes em questão segue o padrão demonstrado por Jenkins (2012), ao apresentar que o começo da narrativa apresenta-se como uma introdução ao universo ficcional, desta forma, os filmes são a primeira referência por outras mídias ainda não serem utilizadas na construção da franquia. O longa-metragem produzido em 2008 mostra-se bastante singular se comparado ao produzido em 2010 com o aporte de outras mídias, método utilizado propositalmente para criar a curiosidade, chamar a atenção.

O desenvolvimento da narrativa se apresenta com grande quantidade de conteúdo se desenrolando, e pode-se notar que trechos importantes da história não se apresentam apenas nos cinemas. Isto possibilita manter o público conectado à marca por mais tempo e em meios variados, tornando a narrativa menos cansativa pelo fornecimento de um material diferenciado.

5.1 Análise Homem de Ferro

O filme *Homem de Ferro* teve como base para adaptação a HQ *Tales of Suspense #39* na história de nome *Iron Man is born!*, lançada em março de 1963 nos EUA pela editora *Marvel Comics*, criada por Stan Lee, Larry Lieber, Don Heck e Jack Kirby. No Brasil ela foi publicada pela primeira vez pela editora Abril na revista *Heróis da TV #100* em março de 1987. A história conta com um grande nível de fidelidade quanto ao enredo, mas sendo adaptados aos dias atuais: por exemplo, em 1963 os sequestradores vietnamitas devido à época em que o país se encontrava, em 2008 foram adaptados para terroristas afegãos.

Por trabalhar com a apresentação da narrativa de forma cronológica, o marco inicial serve como apresentação da personagem e introdução ao universo.

Como referenciado na narrativa transmídia por Jenkins (2012), a introdução ao universo de *Os Vingadores* no filme *Homem de Ferro* se mostra de forma muito discreta. Em certos pontos, se os personagens inseridos no filme forem analisados de forma independente, não aparenta que a narrativa está agregando as pequenas informações para um universo maior, as aparições não apresentam um desfecho completo à temática estabelecida, porém no desenvolver da história causa o interesse por tais aparições frequentes. Este é um ponto positivo quando a história não se apresenta de forma completa desde o início, por causar a curiosidade e criar expectativa ao que aparece inicialmente de forma questionável ou duvidosa.

No início do filme, é demonstrado constantemente que o foco das *Stark Industries* são armamentos para o exército americano. É repetido por Tony Stark que seu pai, Howard, trabalhava desde a Segunda Guerra ajudando os EUA a derrotar os nazistas. A história de *Homem de Ferro* conta como uma introdução ao histórico na evolução do personagem, um legado passado de pai para filho. É uma menção que faz ligação direta ao filme do *Capitão América: O Primeiro Vingador* (2011).

No decorrer do filme, o principal elo entre os filmes é o agente Coulson, com quatro inserções que fazem ligação ao futuro dos Vingadores. Na primeira (Figura 1),

apresenta-se e diz trabalhar na “Superintendência Humana para Intervenção, Espionagem, Logística e Dissuasão”¹¹. O nome é questionado por ser grande demais, e ele responde estarem trabalhando nisso. Seu objetivo é conversar com Tony Stark sobre os detalhes da fuga de seu cativo, a armadura. Em seguida (Figura 2), Coulson aparece em um evento, onde repete novamente o nome de onde trabalha, e faz Tony agendar um horário para discutirem sobre sua fuga. Pode-se notar que sua insistência no nome da agência e a necessidade de falar com Stark é constante no decorrer do filme.

Figura 1



Fonte: *Iron Man* (2008)

Figura 2



Fonte: *Iron Man* (2008)

A terceira inserção do personagem conta com partes mais significantes, onde já mostra Coulson trabalhando com outros agentes, e perícia com armamentos e dispositivos de alta tecnologia. Esta também conta com um *easter egg*¹² ao entrarem no estacionamento, no qual encontra-se a logomarca da agência onde trabalham reproduzida na parede (Figura 3), outra aparição da logo da S.H.I.E.L.D. são nos créditos finais (Figura 4). Em sua última aparição, Coulson demonstra que a agência onde trabalha tem grande controle sobre registros nacionais e internacionais, podendo modificá-los da forma como melhor lhe couber, o agente revela que o nome foi encurtado para S.H.I.E.L.D., e que terão notícias em breve.

Devemos observar na análise que os personagens relacionados à S.H.I.E.L.D., e a própria agência, aparecerão em todas as mídias apresentadas pela narrativa

transmidiática. Isso se deve ao fato de a agência estar relacionada diretamente à formação do grupo, sendo assim a referência que faz a ponte principal com o final da Fase Um, e logo após dá continuidade a ela. Com o tempo, o espectador se familiariza com a agência e cria afinidade ao decorrer das histórias, o que possibilita a marca a “criar obras com profundidade suficiente para justificar um empreendimento em tão larga escala”. (JENKINS, 2012, p.38).

Figura 3



Fonte: *Iron Man* (2008)

Figura 4



Fonte: *Iron Man* (2008)

A conclusão à narrativa do filme vem na cena pós-créditos, onde encontra-se o ponto principal de ligação entre as histórias do universo *Marvel* cinematográfico. Em sua conclusão, Nick Fury questiona Tony se ele acredita ser o único super-herói do mundo, diz que ele agora faz parte de um universo maior que não conhece, e veio para falar sobre a Iniciativa Vingadores.

5.2 Análise Homem de Ferro 2

A continuação de *Homem de Ferro* nos cinemas mostra-se com grande influência em um dos maiores marcos da história do personagem nas HQs, a saga *Demon in a Bottle*, publicada em *Invincible Iron Man #128*, lançada novembro de 1979 nos EUA pela

editora *Marvel Comics*, criada por David Michelinie e John Romita Jr.. No Brasil a história foi publicada pela primeira vez pela editora Panini, em maio de 2008.

A notável semelhança na adaptação é que, desta vez, o pior inimigo de Tony é ele mesmo. Estando à beira da morte no filme, passa sua empresa para sua secretária, perde uma armadura para o governo, tem problema com bebidas e ego elevado, acreditando ser imbatível. Na HQ o alcoolismo foi abordado como o principal ponto fraco, o fazendo perder tudo. Da mesma forma que abordado no filme, há semelhanças gráficas como quando se alcoolizou utilizando a armadura.

Conforme escrito por Jenkins (2012), a narrativa transmidiática não se constrói de apenas uma mídia, em 2011 a *Marvel* começou a propagar este universo para outros meios, possibilitando maior profundidade para o público conhecer a história e seus personagens. No filme há uma constante menção de seu passado, fazendo referência ao pai de Tony, Howard, onde no começo do filme é dito que Howard era o “pai da indústria militar”. Mais à frente, Stark também descobre que seu pai foi um dos membros fundadores da S.H.I.E.L.D..

A personagem Viúva Negra também é introduzida pela primeira vez no universo, inicialmente mostra-se disfarçada, mas durante o filme tem suas habilidades e perícia reveladas, como sua verdadeira profissão: agente da S.H.I.E.L.D.. Neste filme a agência se apresenta de forma mais direta, e agora seu nome encurtado para as iniciais é constantemente mencionado e o nível de envolvimento com a história torna-se maior, tendo sua interação com o personagem principal como algo necessário para o fechamento do enredo.

Após Tony ficar bêbado e brigar na noite anterior, Nick Fury se reúne com ele, ao mesmo tempo em que a identidade secreta de Viúva Negra é revelada. Nisso, Fury diz que tem problemas maiores para resolver na região sudeste que ficar lidando com Tony. Depois, o agente Coulson mostra-se com pressa, e diz à Stark que precisa ir para o Novo México, e quando o assunto é questionado o agente diz ser confidencial.

Como já citado, a introdução da história de certos personagens não se mostra necessária quando já são conhecidos pelo público, principalmente conhecedores da *pop culture*. (JENKINS, 2012). Que, no caso, foi o que aconteceu com a personagem Viúva Negra, não foi preciso mostrar suas origens por não se tratar de um personagem principal na trama, mas desde sua aparição em *Homem de Ferro 2* os detalhes de sua história e personalidade, são mostrados de forma discreta ou em diferentes mídias.

Quando Tony procura uma cura para seu envenenamento em meio às coisas antigas de seu pai, é visto próximo a um *blueprint*¹³ o mapa de onde a nave que Capitão América estava caiu. Enquanto Tony folheia o caderno de anotações de seu pai, ele para em uma página em específico (Figura 5), e ali é visto pela primeira vez na narrativa do universo o item de poder que seria o motivo principal de todo enredo de *Os Vingadores*, o Tesseract.

No final, enquanto Tony analisa a papelada fornecida pela S.H.I.E.L.D., na tela à sua frente é mostrada a mesma reportagem que envolveu o ataque de Hulk na Universidade de Culver (Figura 6). Logo depois, Nick Fury vem conversar com Tony, onde este diz que o Homem de Ferro está aceito como membro oficial para Iniciativa Vingadores, porém Tony Stark é contratado apenas como consultor.

Figura 5



Fonte: *Iron Man 2* (2010)

Figura 6



Fonte: *Iron Man 2* (2010)

A cena de ligação mostra o agente Coulson chegando ao Novo México, e próximo a uma enorme cratera ele faz uma ligação, dizendo que encontraram algo. O último *close* mostra na visão de dentro da cratera, o martelo de Thor (Figura 7).

Apesar das referências aos outros filmes como *Capitão América: O Primeiro Vingador* e *Thor*, mais uma vez é feita a menção direta ao grupo Vingadores, o ponto principal e de conclusão da narrativa. Por maiores que sejam as referências a outros filmes, *Homem de Ferro 2* é uma sequência da introdução ao universo em *Homem de Ferro*, o que possibilita ser trabalhado de forma autônoma. Ressaltando que “cada acesso à franquia deve ser autônomo”, mas “cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo”. (JENKINS, 2012, p. 138). E isto se caracteriza como uma narrativa transmidiática.

Figura 7



Fonte: *Iron Man 2* (2010)

6. Considerações

A pesquisa apresentada teve como objetivo analisar a narrativa transmidiática dos Vingadores, da editora *Marvel Comics*, por meio dos filmes *Homem de Ferro* e *Homem de Ferro 2*. O estudo aplicado teve como alicerce a convergência de um formato destinado a um público de nicho – os quadrinhos no meio impresso – a adaptação do mesmo para diferentes mídias de maior alcance de público por meio da transmídia.

A análise da narrativa permitiu constatar que a *Marvel Comics* acompanha o desenvolvimento de seu público. Ao iniciar a franquia cinematográfica, a marca se mostra disposta a sair do perfil empregado aos fãs de quadrinhos de nicho, para uma mídia de público mais abrangente, da mesma forma que seu universo, após o término da franquia manteve-se conectado a esse mesmo público por meio da série.

Mesmo tratando-se de uma adaptação, em comparação as origens dos personagens, podem-se notar o respeito a seus fãs de longa data, a fidelidade de suas histórias que por maior que seja a necessidade de adaptar-se em tempos de um público de visão mais crítica, pode-se ver que a essência não foi perdida. Da mesma forma que ao iniciar uma narrativa transmidiática pelos cinemas, manteve o aspecto de editora de quadrinhos, lançando trechos importantes da história por meio das HQs impressas e virtuais.

Essa miscelânea de informações distribuídas por meio da narrativa transmidiática mostrou-se positiva tanto a marca quanto aos próprios quadrinhos. A franquia consegue se comunicar com todo tipo de público, dos fãs antigos aos potenciais da era digital. O retorno econômico também motiva a editora a dar continuidade a sua narrativa, tendo em *Os Vingadores* a fase de introdução de um vasto universo que está por vir. Como apontado, a narrativa transmidiática também colabora para o consumo de quadrinhos, além da procura maior pelos personagens, o consumo dos periódicos aumenta cada vez mais com o decorrer da franquia, e o desenvolvimento do universo com novos heróis sendo introduzidos.

A marca mostra-se com um universo de grande abrangência introduzido atualmente, levando o público potencial ao consumo de o que lhe é mostrado, ou do que a editora já proporcionou durante todos esses anos. Conclui-se que o formato impresso não se extinguirá, por maiores que sejam as evoluções tecnológicas, a necessidade real será a marca adaptar-se ao seu público, trazê-lo ao formato. Pode-se considerar que o objetivo inicial da *Marvel Comics* não é vender HQs, é vender histórias, e experiências ao seu público.

Referências.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo : Aleph, 2012. 380 p, il.

KRÜGER, Leila Gisele. **Identidade visual nos suportes impresso e digital**: UNIMED noroeste/RS, um estudo de caso. 2011. Disponível em: <http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3499> Acesso em: 25 de Agosto de 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo : Editora 34, 1999. 269p.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge : MIT Press, 2002. 400 p.

IRON MAN 2. Direção de Jon Favreau. Paramount, 2010. DVD (124 min.).

IRON MAN. Direção de Jon Favreau. Paramount, 2008. DVD (126 min.).

MARVEL. **Tales of Suspense #39**. 2008. Disponível em: <http://marvel.com/comics/issue/11280/tales_of_suspense_1959_39> Acesso em: 5 de Outubro de 2014.

MARVEL. **Invincible Iron Man #128**. 2007. Disponível em: <http://marvel.com/comics/issue/9359/iron_man_1968_128> Acesso em: 5 de Outubro de 2014.

Notas

1. Graduado em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda. FURB (Universidade Regional de Blumenau - Santa Catarina/ Brasil). E-mail: mew_house@hotmail.com
2. Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (Curitiba/Brasil). Professora de Redação Publicitária Audiovisual e Produção Eletrônica em Publicidade na FURB (Universidade Regional de Blumenau - Santa Catarina/ Brasil) E-mail: larissa.schlogl@gmail.com
3. A Fase Um da franquia *Os Vingadores* abrange todos os filmes que surgiram até o lançamento do filme *Os Vingadores*. Os filmes que surgiram depois abrangem a outra fase.
4. Histórias em Quadrinhos, também conhecidas como HQ, sigla que utilizaremos no desenvolvimento do trabalho. Cabe ressaltar que, apesar do objeto de estudo estar relacionado diretamente aos filmes da franquia, estes foram inicialmente baseados nas Histórias em Quadrinhos da editora *Marvel Comics*.
5. *International Business Machines* é uma empresa americana voltada a estudos na área de informática.
6. Abreviação de *personal computer* (computador pessoal, tradução nossa).
7. *Hype* é a promoção extrema de uma pessoa, ideia, produto.

8. (“Figura de ação”, tradução nossa) É uma figura em PVC ou ABS de um personagem, frequentemente de filmes, de *videogames*, quadrinhos ou de programas de televisão.
9. O filme *Iron Man* (Homem de Ferro), de 2008, tem Jon Favreau na direção e roteiro de Mark Fergus, Hawk Ostby, Art Marcum e Matt Holloway. Os Estúdios responsáveis são *Marvel Studios* e *Fairview Entertainment*. A distribuição é realizada pela *Paramount Pictures*.
10. O filme *Iron Man 2* (Homem de Ferro 2), de 2010, tem Jon Favreau na direção e roteiro de Justin Theroux. Os Estúdios responsáveis são *Marvel Studios* e *Fairview Entertainment*. A distribuição é realizada pela *Paramount Pictures*.
11. Agência que será, posteriormente, conhecida por S.H.I.E.L.D.
12. (Ovo de páscoa, tradução nossa) São pequenos detalhes ou brincadeiras no filme apresentados de forma discreta e por vezes necessitam de grande atenção para serem realmente notados.
13. (Impressão azul, tradução nossa) Suporte utilizado para desenho técnico de arquitetura.