



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO CONSUMO
BACHARELADO DE CIÊNCIAS DO CONSUMO**

GIOVANNE ALLAN RODRIGUES DE ARAÚJO

**A INFLUÊNCIA DAS PRODUÇÕES CINEMATOGRAFICAS DA MARVEL DE -
2008 ATÉ 2019 (SAGA DO INFINITO) - NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DA
SOCIEDADE ATUAL: UM ESTUDO SOBRE O CONSUMO DE JOGOS COMO
PROCESSO TRANSMIDIÁTICO.**

Recife,
2024

GIOVANNE ALLAN RODRIGUES DE ARAÚJO

**A INFLUÊNCIA DAS PRODUÇÕES CINEMATOGRAFICAS DA MARVEL DE -
2008 ATÉ 2019 (SAGA DO INFINITO) - NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DA
SOCIEDADE ATUAL: UM ESTUDO SOBRE O CONSUMO DE JOGOS COMO
PROCESSO TRANSMIDIÁTICO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências do Consumo da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como parte das exigências para obtenção do título de Bacharel em Ciências do Consumo.

Orientador: Prof. Dr. Éder Lira de Souza Leão

Recife,
2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Sistema Integrado de Bibliotecas
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

A663i

Araújo, Giovanne Allan Rodrigues

A INFLUÊNCIA DAS PRODUÇÕES CINEMATOGRAFICAS DA MARVEL DE - 2008 ATÉ 2019 (SAGA DO INFINITO) - NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DA SOCIEDADE ATUAL: UM ESTUDO SOBRE O CONSUMO DE JOGOS COMO PROCESSO TRANSMIDIÁTICO. / Giovanne Allan Rodrigues Araújo. - 2024.

50 f.

Orientador: Eder Lira de Souza Leao.

Inclui referências.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, , Recife, 2024.

1. Marvel . 2. Jogos . 3. Cinema. 4. Consumo. 5. PS4. I. Leao, Eder Lira de Souza, orient. II. Título

CDD

GIOVANNE ALLAN RODRIGUES DE ARAÚJO

**A INFLUÊNCIA DAS PRODUÇÕES CINEMATOGRAFICAS DA MARVEL DE -
2008 ATÉ 2019 (SAGA DO INFINITO) - NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DA
SOCIEDADE ATUAL: UM ESTUDO SOBRE O CONSUMO DE JOGOS COMO
PROCESSO TRANSMIDIÁTICO.**

BANCA EXAMINADORA

Banca Examinadora

Orientador Prof. Dr. Éder Lira de Souza Leão
Departamento de Ciências do Consumo/UFRPE

Examinador(a): Profa. Dra. Carolina Cavalcanti Falcão
Departamento de Ciências do Consumo/UFRPE

Examinador(a): Profa. Dra. Michelle Rayssa Pereira de Melo
Departamento de Ciências do Consumo/UFRPE

Recife
2024

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, a minha mãe Gervania Araújo Guimarães, como mãe solo lutou para que eu chegasse aqui e a Maria Isadora Almeida de Oliveira, que sempre será minha estrela guia e minha confidente eterna. Dedico as duas mulheres da minha vida e a todas as Marias da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me dado resiliência nessa jornada, a minha mãe, Gervania, aos meus familiares como minha irmã Juliana Rodrigues que serviu como inspiração e exemplo de amor e cuidado, ao meu irmão Felipe Luis que esteve ao meu lado nessa trajetória também me incentivando a continuar, meus amigos do ensino médio para vida que me ajudaram nessa jornada sempre me dando conselhos, obrigado, Ingrid Sayonara, Patrycks William, Guthemberg Santos e Cassyo Costa. Aos meus amigos da UFRPE que trabalharam ao meu lado durante esses anos e sempre juntos, ultrapassando nossos limites e nos tornando cada vez mais seres melhores e profissionais melhores. Obrigado, Leyliane Marques, Evelyne Cunha, João Lima, Morgana Silva, Melyssa Santos, Artur Lucas e Luciene Fernandes. Agradeço ao meu Orientador Éder Lira de Souza Leão pela paciência e comprometimento com meu trabalho, obrigado por ser um excelente profissional e uma inspiração. Obrigado Carolina Falcão por me ajudar neste trabalho e por ser uma excelente professora. Agradecimentos a professora Michelle Rayssa e a professora Fátima Santiago que será sempre lembrada como uma excepcional profissional da educação. A todos da UFRPE e coordenação de Ciências do Consumo, muito obrigado!

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal conhecer o modelo de indústria cultural atual que influencia os consumidores jovens e adultos a consumir determinado produto derivado das produções cinematográficas da Marvel (2008 - 2019) levando em consideração de como esse modelo influencia no consumo de jogos digitais licenciáveis como modelo multimídia. Ao entender o que leva o consumidor a busca de determinados jogos utilizando a narrativa transmídia e o livro da cultura de convergência de Henry Jenkins, para embasamento teórico e metodológico, onde foi utilizado revisões bibliográficas de temas com intersecção ao trabalho. Foi utilizado como base inicial o conceito de indústria cultural, desenvolvido por Adorno e Horkheimer em 1944, se refere à ideia de produção em massa, comum nas fábricas e indústrias, que passou a ser adaptada à produção artística. Será mostrado inicialmente por meio de sites a respeito da venda e consumo desses jogos relevantes que são correlacionados com o tempo de lançamento dos filmes em paralelo, sites como IGN, KOTAKU e ADRENALINE além do fórum oficial da Marvel Studios no REDDIT. Sites de conteúdo acadêmico também foram utilizados, sendo eles; SciELO, CAPES, Scopus e Google acadêmico. Teve como resultado, mostrar a importância e influência dos meios de mídia e da indústria cultural no modelo de consumo familiar das gerações X e Y.

Palavras-chave: Marvel; Jogos; cinema; Consumo; Blockbuster; PS4.

ABSTRACT

The main objective of this study is to understand the current model of cultural industry that influences young and adult consumers to consume certain products derived from Marvel cinematic productions (2008 - 2019), taking into consideration how this model impacts the consumption of licensable digital games as a multimedia model. By understanding what drives consumers to seek out certain games using transmedia narrative and Henry Jenkins' concept of convergence culture as theoretical and methodological frameworks, the study utilized bibliographic reviews of topics intersecting with the work. The initial basis was the concept of cultural industry, developed by Adorno and Horkheimer in 1944, referring to the idea of mass production, common in factories and industries, which has been adapted to artistic production. Initially, it will be demonstrated through websites regarding the sale and consumption of relevant games correlated with the release time of films concurrently, such as IGN, KOTAKU, and ADRENALINE, as well as the official Marvel Studios forum on REDDIT. Academic content sites were also utilized, including SciELO, CAPES, Scopus, and Google Scholar. The study resulted in demonstrating the importance and influence of media channels and cultural industry on the consumption model of X and Y generations.

Keywords: Marvel; Games; Cinema; Consumption; Blockbuster; PS4.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: A SAGA DO INFINITO E SUAS FASES.....	12
FIGURA 2: A JORNADA DO HERÓI.....	18
FIGURA 3: HIERARQUIA MARVEL E PRINCIPAIS SUBSIDIÁRIAS.....	22
FIGURA 4: QUAIS SÃO AS FONTES USADAS NA METODOLOGIA?.....	28
FIGURA 5: POST FEITO PELA COMUNIDADE OFICIAL DA MARVEL STUDIOS NO REDDIT SOBRE O LANÇAMENTO DO TRAJE ARANHA DE FERRO.....	30
FIGURA 6: FRAME DE DIVULGAÇÃO TIRADO DO YOUTUBE DURANTE A DIVULGAÇÃO DO TRAJE ARANHA DE FERRO E O FILME: VINGADORES: GUERRA INFINITA.....	31
FIGURA 7: COMENTÁRIOS NO POST DO REDDIT A RESPEITO DO TRAJE ARANHA DE FERRO.....	32
FIGURA 8: TRAJE ARANHA DE FERRO INSPIRADO NO FILME VINGADORES: GUERRA INFINITA.....	33
FIGURA 9: POST NO REDDIT A RESPEITO DO ENCERRAMENTO DAS VENDAS DO JOGO EM PLATAFORMAS DIGITAIS.....	34
FIGURA 10: TRAJES DO FILME VINGADORES ULTIMATO (AVENGER ENDGAME) NO JOGO MARVEL’S AVENGERS.....	35
FIGURA 11: DISCURSO DO REDDIT DE UM USUÁRIO A RESPEITO DE UM COMENTÁRIO FEITO SOBRE O ENCERRAMENTO DO JOGO.....	36
FIGURA 12: DISCURSO DO REDDIT DE UM USUÁRIO A RESPEITO DE UM COMENTÁRIO FEITO SOBRE O ENCERRAMENTO DO JOGO.....	37

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
JUSTIFICATIVA / PROBLEMATIZAÇÃO.....	10
OBJETIVOS.....	13
1. REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
1.1 VELHA E NOVA HOLLYWOOD: PROCESSOS DE PRODUÇÃO DE FILMES.....	18
1.2 A HISTÓRIA DOS JOGOS NO CONTEXTO DENTRO E FORA DO DIGITAL.....	22
2. METODOLOGIA.....	25
3. RESULTADOS.....	27
3.1 TRAJE ARANHA DE FERRO NO JOGO: MARVEL'S SPIDER MAN, 2018 - PS4 E SUA DISCUSSÃO E REPERCUSSÃO EM POST NO REDDIT.....	27
3.2 A REPERCUSSÃO DO JOGO MARVEL'S AVENGERS E DISCUSSÕES NO REDDIT E ADRENALINE SOBRE O SEU "FIM".....	31
3.3 EVENTOS PROMOCIONAIS DE JOGOS E FILMES PARA A CULTURA GEEK E O PAPEL DOS INFLUENCERS NA PROMOÇÃO DESSES MEIOS.....	35
3.4 EXPANSÃO AUDIOVISUAL A PARTIR DE FILMES.....	37
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
REFERÊNCIAS.....	43

INTRODUÇÃO

Para que possamos entender a importância deste trabalho, foi feito um apanhado histórico em relação ao modelo de Indústria Cultural que foi desenvolvido por Adorno e Horkheimer em 1944, se refere à ideia de produção em massa, comum nas fábricas e indústrias, que passou a ser adaptada à produção artística. Dessa maneira, músicas, filmes, espetáculos e outras obras, são desenvolvidos sob a lógica de produção em massa. Há um pensamento dominante que passa a influenciar o modo como os artistas produzem e como os telespectadores consomem a cultura.

Segundo os autores citados acima, o **objetivo da indústria cultural** é o lucro e manutenção do pensamento dominante, levando a um comportamento questionável para o campo de pesquisa no contexto da época vigente. Durante a época em que esses questionamentos foram levantados, tanto Adorno quanto Horkheimer tiveram que se refugiar, pois viviam num modelo histórico de regimes totalitários como o nazismo.

Os autores acreditam que a Indústria Cultural trata as pessoas como simples consumidores, acríticos, que são definidos a partir dos produtos consumidos, incluindo a produção artística, sejam elas filmes, séries, músicas e licenciáveis. Esses questionamentos foram necessários para entender o modelo de cinema que será abordado neste trabalho.

Assim o cinema teve um papel importante na década de 70 quando surgiram os primeiros filmes considerados Blockbusters¹ de sucesso da cultura pop, termo utilizado para descrever filmes de grande sucesso de bilheteria. O termo surgiu na década de 40 por outras razões que não eram ligadas diretamente aos filmes, esse termo surgiu devido ao impacto dessas produções de forma massiva na sociedade, produção essa, feita para a massa como Adorno e Horkheimer entendiam no modelo de indústria cultural.

O termo surgiu na década de 40 por causa das bombas chamadas de blockbuster utilizadas na segunda guerra mundial, bombas que popularmente recebiam o nome de “arrasa quarteirão”, por isso os filmes que tinham tamanho impacto nas relações de consumo e no modelo capitalista da época e nas décadas seguintes, recebiam esse nome.

Os Blockbusters mais famosos citados as franquias como: Star Wars (1977 - 2018), Jurassic Park (1993 - 2018), Indiana Jones (1981 - 2023), Titanic (1993), Rei Leão (1994),

¹ O termo surgiu na década de 40 por causa das bombas chamadas de blockbuster utilizadas na segunda guerra mundial, bombas que popularmente recebiam o nome de “arrasa quarteirão”, por isso os filmes que tinham tamanho impacto nas relações de consumo e no modelo capitalista da época e nas décadas seguintes, recebiam esse nome.

Harry Potter (2001 - 2011) e Senhor dos Anéis (2001 - 2003). Sendo estas as maiores referências em blockbusters da história,² que influenciaram inúmeras outras produções cinematográficas, graças ao impacto que eles causaram na indústria cinematográfica, até hoje tentam reproduzir o mesmo efeito e o elemento surpresa nas produções atuais. Em relação ao elemento surpresa, o termo utilizado é associado ao André Bazin, crítico de cinema e teórico francês.

Segundo críticos como Tarantino (2016) um filme de excelência cinematográfica é feito, quando um filme possui elementos em harmonia que são caracterizados com excelência segundo os críticos, surpreende tanto os críticos quanto aqueles que vão assistir e são considerados a massa, tal elemento surpresa é a maior tentativa nas indústrias cinematográficas em reproduzir. Acabam por tentar criar fórmulas narrativas que por sua vez podem ser consideradas maçantes e repetitivas, fugindo completamente do elemento surpresa.

Adorno e Horkheimer acreditavam que a produção de um blockbuster não se limita apenas ao sucesso estrondoso das produções cinematográficas, as produtoras desses filmes visavam o lucro além do mercado de produtos, por isso a maioria dos blockbusters famosos possuem ganchos para suas continuações, no intuito de vender o próximo filme com a promessa de retorno com novidades tanto nas telas quanto em outros produtos licenciáveis, temos como exemplo os jogo lançado em 1982 da franquia Star Wars, chamado de “Star Wars: The Empire Strikes Back” desenvolvida pela empresa **Parker Brothers**, programado pelo **Rex Bradford**.³ Este também é o título do segundo filme da franquia, lançado em 1980 do jogo criado para o Atari 2600.⁴ Mas qual a importância e relevância de mencionar esse jogo relacionando ao filme em contexto com as produções cinematográficas da Marvel e seus jogos?

Podemos notar que a Marvel no século XXI só reproduz um modelo que já fora apresentado anteriormente na época dos grandes blockbusters, exemplos serão demonstrados mais à frente no decorrer deste trabalho. Voltando para o “Star Wars: The Empire Strikes Back” segundo o portal Adrenaline e Warpzone, por se tratar de um jogo do início dos anos 80, a motivação principal do game não é acompanhar a história. Tanto que temos apenas o combate espacial no game, sem maiores referências ao filme, mais sim a pontuação, em uma época no qual os melhores jogadores eram os que conseguiam sobreviver o máximo de tempo

² Apanhado autoral feito através de sucessos de maiores bilheterias acumuladas.

³ Programador de videogame conhecido por **Rex Bradford** é conhecido pelo seu trabalho em Star Wars: The Empire Strikes Back (1982) e Star Wars: Jedi Arena (1983).

⁴ Um videogame projetado por Jay Miner e lançado em 11 de setembro de 1977 nos Estados Unidos e em 1983 no Brasil. Sendo descontinuado oficialmente em 1992.

possível no game. Segundo Wojahn, Ellen (1 de fevereiro de 2003) ⁵ o jogo chegou a vender 1 milhão de cópias.

Modelos de produções cinematográficas e todo processo midiático deste trabalho são baseados e um estilo de narrativa proposta por Joseph Campbell (1949) a respeito da jornada do herói que se baseia em:

A Jornada do Herói, também denominada monomito, em linhas gerais, refere-se a um padrão de eventos que se pode identificar nos mitos antigos e que, mesmo hoje, servem de fundamento para a concepção e organização sequencial de novas histórias em que a figura do herói se destaque. Joseph Campbell, reconhecido mitógrafo norte-americano do século XX, a partir de seus estudos sobre os mitos religiosos das civilizações antigas, foi quem propôs essa categoria de entendimento dos mitos. **(Santos; Reis; e Brito - A jornada do herói na história em quadrinhos Marvels (1949), p. 34)**

Esse modelo servirá como exemplo de inúmeras produções de mídia, sendo elas audiovisuais ou não, é uma espécie de “receita” muito utilizada, é extremamente importante para apresentação deste trabalho e como afeta a construção de narrativas do modelo de indústria cultural atual da Marvel durante a saga do infinito.

JUSTIFICATIVA / PROBLEMATIZAÇÃO

Levando em consideração a expansão das produções cinematográficas da Marvel durante a Saga do Infinito (2008 - 2019), a Marvel viu no mercado da indústria cultural oportunidades para serem exploradas além da tela, os jogos são um ferramentas muito importante na história das relações de consumo, quando correlacionadas ao fenômeno de transmídia, onde as mídias se conectam e influenciam umas às outras, os jogos se tornaram mais acessíveis e começaram a ser produzidos em massa e correlacionados aos filmes, na maioria das vezes referenciado aos filmes mas com narrativas únicas, com características visuais semelhantes e até idênticas às produções cinematográficas, no intuito de criar a conexão com o consumidor.

De acordo com a consultoria Accenture (2021), o valor estimado do mercado global de jogos digitais gira em torno de 300 bilhões de dólares e movimentam mais de 2 bilhões de

⁵ <https://books.google.com/books?id=3aszv5J3wXcC&pg=PA134&lpg=PA134#v=onepage&q&f=false> pág. 134

pessoas, isso faz com que a importância desse fenômeno seja estudada em toda sua complexidade e tamanho.

Poderíamos dizer que é um mercado em ascensão em constante evolução de magnitude global, causando grandes impactos e influências socioeconômicas e culturais. Em relação ao modelo cinematográfico da Marvel, o que leva o consumidor a adquirir jogos mesmo sabendo que as narrativas serão diferentes das produções? É avisado previamente ao consumidor um resumo ou sinopse (é um texto essencialmente expositivo que apresenta, de forma resumida, o conteúdo de um produto cultural) da história, que mostra diferenças narrativas dos filmes, porém utilizam de meios visuais como Skins⁶ (Roupa ou mudança na aparência dos personagens do jogo que não agregam na história e nem no modelo de jogo, apenas um modelo estético que não influencia na mecânica do jogo na maioria das vezes, com algumas exceções como o jogo Spider-Man PS4).

O Spider-Man PS4 lançado em 2018, desenvolvido pela *insomniac games* e publicado inicialmente e exclusivamente pela Sony em seu videogame, o PlayStation 4, posteriormente lançado para os computadores do sistema Microsoft Windows. Possuía um sistema diferenciado de suas “skins”, onde a maioria possuía habilidades especiais dentro do jogo, que se tornaria um diferencial na mecânica do jogo. Skins lançadas em paralelo com os filmes do Homem-Aranha que participavam da saga do infinito, algumas tinham habilidades e outras não, sendo referências diretas aos filmes.

O apelo visual foi o ponto forte ao aplicar dentro dos jogos, essas “Skins”, esse tipo de fenômeno merece uma atenção para identificar o padrão, levando em consideração que o lançamento dessas Skins dentro do jogo, ocorreram após seu lançamento, como “skins” surpresa, durante o lançamento de tais filmes; Homem-Aranha: de volta ao lar (2017) dirigido por Jon Watts, tiveram duas skins no jogo. Homem-Aranha: longe de casa (2019) dirigido por Jon Watts que pode dizer que é o último filme da fase 3, encerrando a Saga do Infinito, tiveram três skins no jogo. Temos também o filme após a saga do infinito que também tiveram duas skins, porém estando fora da Saga do Infinito e skins exclusivas para o PS4, novo modelo de videogame da Sony e um relançamento do jogo com novos gráficos. Teve o intuito de faturar novamente com o jogo pelo fato do sucesso dele anteriormente com o modelo antigo de videogame.

⁶ Skins nada mais são do que as chamadas roupas virtuais, também conhecidas como NFTs. Sua finalidade é puramente estética e atrai bastante interesse de todo o público. Sobretudo porque criam pontes e até mesmo easter eggs. Isto é, fazem referências a outros personagens importantes.

Tudo isso não seria possível se não tivesse o auxílio do apelo dos fãs, é provável que o impacto fosse até menor, se não tivesse auxílio das produções cinematográficas, tal fenômeno tem importância e relevância na área do consumo, o conceito de transmídia se torna evidente quando os meios de comunicação se relacionam entre si e impulsionando o consumo tanto dos filmes quanto dos jogos. Também se faz intersecção com o modelo de indústria cultural atual que tem tal influência no modelo de mídia, seja na produção cinematográfica quanto nos videogames, graças a sua produção em massa. A figura 1 mostra todos os filmes separados em diferentes fases.

Figura 1: A SAGA DO INFINITO E SUAS FASES



Fonte: Reddit, “Toda a Saga Infinity (sem o logotipo oficial)” 2019

Podemos perceber aqui a diferença entre a quantidade de produções cinematográficas nas diferentes fases, sendo a fase 3 a maior com mais filmes e com impressão de maior investimento.

OBJETIVOS

Objetivo: Conhecer o modelo de indústria cultural atual que influencia os consumidores brasileiros a consumir jogos inspirados das produções cinematográficas da Marvel - Saga do Infinito.

Objetivos específicos:

- Compreender a importância dessas produções para a conexão que as pessoas possuem que levam eles a consumirem conteúdos desse tipo de mídia em específico da Marvel durante os anos de (2008 - 2019).
- Compreender o fenômeno “fan culture” termo traduzido para “cultura de fãs” tal fenômeno que foi se desenvolvendo ao longo do tempo mas que acompanha a história desde a liberdade que se tem a demonstrar admiração por obras artísticas ou artistas. Seja no cinema, literatura, música, televisão entre outras formas de entretenimento.
- Distinguir as diferentes percepções a respeito dos consumidores e da influência direta e conexão das produções se faz necessário para compreender o modelo de indústria cultural atual.
- Compreender o processo transmidiático e o processo de convergência de mídias.
- Distinguir as diferentes percepções a respeito dos consumidores e da influência direta e conexão das produções.
- Compreender o perfil de jogadores/consumidores que são público alvo.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

No livro “Cultura de Convergência”, de Henry Jenkins (2009), aborda a teoria transmidiática, um sistema que é usado na comunicação e na narrativa para contar histórias por diferentes plataformas de comunicação, como este trabalho possui o intuito de fazer a intersecção entre os filmes do universo cinematográfico da Marvel durante a Saga do Infinito

em paralelo com os jogos que foram lançados durante o período (2008 - 2019), muitos autores contribuíram para o desenvolvimento da pesquisa.

É importante essa teoria, porque ela permite que os criadores de conteúdo, dos filmes e jogos, alcancem um público mais amplo que vai além da cultura do fã. É de fato um sistema de comunicação complexo que envolve os espectadores em vários níveis e conhecimento a respeito de tal mídia, já que nem sempre quem consome o universo dos filmes, consome o universo dos jogos. A Marvel é um grande exemplo de como essa teoria funciona na prática, quando se utiliza suas histórias para produção de filmes, séries, quadrinhos e jogos.

Segundo Jenkins (2009) a narrativa transmidiática, refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias, uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de “caçadores” e “coletores”, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão on-line, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica.

Jenkins (2009) afirma também que uma história transmídia desenrola-se através 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. A redundância acaba com o interesse do fã e provoca o fracasso da franquia. Oferecer novos níveis de revelação e experiência renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor. Portanto há uma lógica econômica de uma indústria de entretenimento integrada horizontalmente, isto é, uma indústria onde uma única empresa pode ter raízes em vários diferentes setores de mídia, dita o fluxo de conteúdos pelas mídias. Mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes.

Filmes e televisão provavelmente têm os públicos mais diversificados; quadrinhos e games, os mais restritos. 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.

Outra teoria que não poderia faltar é a da Indústria Cultural que foi desenvolvida por Adorno e Horkheimer em 1944, se refere à ideia de produção em massa, comum nas fábricas e indústrias, que passou a ser adaptada à produção artística. Dessa maneira, músicas, filmes, espetáculos e outras obras, são desenvolvidos sob a lógica de produção em massa. Há um pensamento dominante que passa a influenciar o modo como os artistas produzem e como os telespectadores consomem a cultura. Segundo os autores, o **objetivo da indústria cultural** é o lucro e manutenção do pensamento dominante. Seguindo esta ideia para o desenvolvimento do trabalho é viável que seja utilizada esta teoria logo que o modelo de indústria cultural atual predominante tem grande influência nas relações de consumo mundial, em especial, a Marvel e suas produções.

Um texto publicado em 1947, “A Dialética do Iluminismo” de Adorno e Horkheimer. Para ambos (1985), a indústria cultural permanece a indústria da diversão, a sua permanência deve-se em grande parte ao controle sobre os consumidores que como um todo, mantém os mercados. Quanto ao cinema, este é em sua essência uma indústria, ele não precisa mais se apresentar como arte, mas como um carro-chefe da indústria cultural ao qual não se concede o estatuto de arte autêntica. Essa crítica se contextualiza na forma como a indústria cultural se comporta no século XXI, os filmes por muitos críticos como **Quentin Tarantino** que fez críticas a filmes de super-heróis da **Marvel** e da **DC** em entrevista ao jornal Los Angeles Times. O cineasta está em turnê para divulgar seu novo livro, *Cinema Speculation* (2022), e afirmou que não tem interesse em trabalhar com o gênero. No livro, o artista comenta que os diretores mal podem esperar para que passe a "fase" de filmes de super-heróis. Tarantino não foi o único a criticar o estilo de produção cinematográfica da indústria cultural relacionada a filmes de super herói, em 2019, **Martin Scorsese** afirmou que os filmes da Marvel “não são cinema”. Ele afirmou, segundo a *EMPIRE* (2019) “Eu não vejo (*os filmes*). Eu tentei, sabe? Mas aquilo não é cinema. Honestamente, o mais próximo que consigo pensar deles, por mais bem feitos que sejam, com os atores fazendo o melhor que podem sob as circunstâncias, são os parques temáticos”.

Muitos críticos acreditam que o conceito de cinema está alinhado à arte e para eles a arte é muito mais que o aspecto visual, mas sim um roteiro complexo, cheio de reviravoltas e peso com contextualização histórica. Afirmam que filmes de super herói possuem uma

fórmula feita e padronizada para que agrade uma parcela da população ou como Adorno e Horkheimer afirmam, “a massa”.

Claro que nem sempre Adorno e Horkheimer andavam com as ideias alinhadas, Horkheimer tinha uma visão mais voltada para os aspectos sociais e socioeconômicos enquanto Adorno estava mais voltado para manifestações artísticas e musicais, cinematográficas entre outras. Horkheimer defendia que era necessário uma transformação na sociedade mais ampla para que se fosse possível, superar as limitações impostas pelo modelo de indústria cultural. Ambos tinham uma preocupação em abordar a padronização e a comercialização da cultura, como isso era representado e transformado.

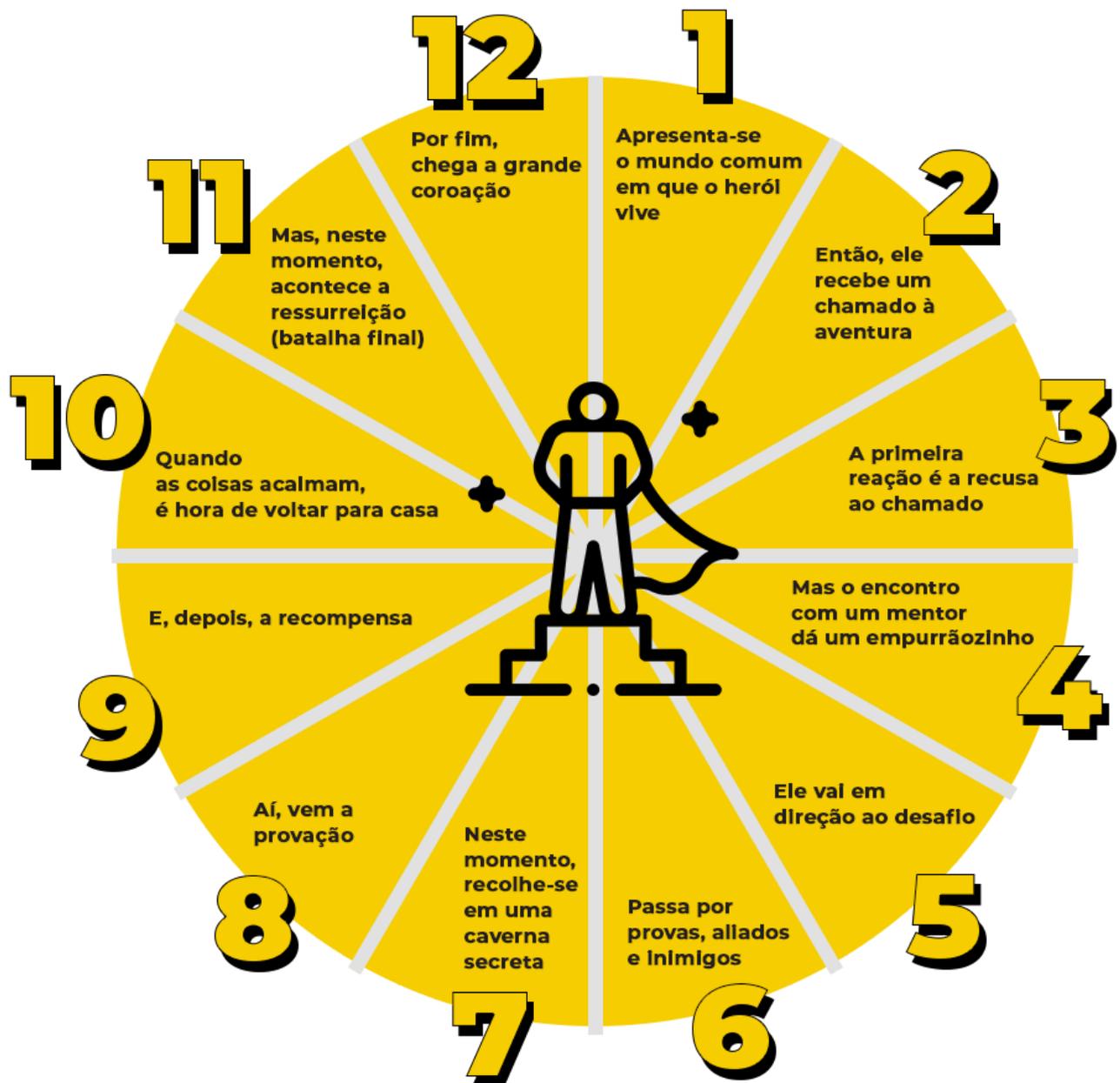
Adorno se preocupava muito como arte era utilizada como ferramenta da roda capitalista, a arte era transformada e se tornava algo superficial, isso nos conceitos de arte para ele, a arte não deveria ser diminuída ou ser transformada por fatores externos, ela deveria representar a si mesma sem força de mercado, sem ser utilizada como tal ferramenta.

Horkheimer tinha uma visão sobre como isso impactava socialmente, culturalmente e economicamente, ele via a cultura de massa como parte de um sistema mais amplo de dominação e alienação. As pessoas não tinham noção do que realmente era ser representado artisticamente ou ser utilizado como ferramenta da roda capitalista.

Para este trabalho, isso se torna importante quando mostramos que muitas das ideias levantadas por Adorno e Horkheimer em 1944, se concretizam nos dias atuais, como a indústria cultural tem uma influência significativa nas relações de consumo da sociedade brasileira. Os modelos iniciais de indústria cultural e suas críticas são utilizadas hoje, como para a criação de uma obra cinematográfica (filmes da Marvel) ou literária (histórias em quadrinhos da Marvel) que é reaproveitada em muitos meios de mídia para comercialização, que no caso desta pesquisa, são os jogos digitais.

Também conhecida como monomito, é a **estrutura de contar histórias mais utilizada no mundo**. O conceito surgiu em 1949, no icônico livro "O herói de mil faces" do antropólogo Joseph Campbell. Segundo Vivian Peres (2022), como podemos ver na figura 2.

Figura 2: A JORNADA DO HERÓI



Fonte: Interteia. “Comunicação com storytelling: torne a jornada do herói parte da estratégia” (2022)

O autor percebeu que uma estrutura padrão era utilizada em mitos e lendas desde que o mundo é mundo. Por sua relevância, a jornada passou a ser a menina dos olhos de

roteiristas, romancistas e outros profissionais da área. Em Hollywood, é possível identificar essa estrutura em filmes que vão de Shrek a Clube da Luta, passando por Rocky, Karatê Kid e Harry Potter. Podemos notar que a Marvel costuma utilizar isso desde a década de 40 em seus quadrinhos, essa fórmula se tornou mais massificada no contexto do universo cinematográfico como uma “fórmula Marvel” que segue o conceito da Jornada do Herói. Podemos perceber isso em todo processo intermediário do Homem-Aranha, seja nos quadrinhos quanto nos filmes e jogos.

Para resumir a Jornada do Herói, ela gira em torno de uma personagem que parte de seu mundo comum para viver aventuras em outros universos e passar por grandes proações. A estrutura identifica 12 etapas básicas, que podem ser mais simplificadas em determinadas narrativas ou completamente utilizadas em outras. São basicamente três grandes atos: o primeiro é a chamada para ação, quando o herói tem que sair da sua zona de conforto; o segundo traz a preparação para agir e as primeiras provas às quais o herói se submete e o terceiro é a batalha final. É um padrão seguido mesmo que não necessariamente as 12 etapas mas nos atos em si.

1.1 VELHA E NOVA HOLLYWOOD: PROCESSOS DE PRODUÇÃO DE FILMES

Existiram duas épocas do cinema em Hollywood que merecem destaque nesse trabalho, épocas que explicam qual o motivo de hoje termos tantos licenciáveis de uma produção cinematográfica. Isso começa com a forma de produção dos filmes, desde a construção do roteiro e formato de produção que podemos denominar de velha Hollywood e nova Hollywood.

Na velha Hollywood, segundo Martel, Frédéric (2010); conhecida também como a era de ouro dos cinemas que ficavam entre 1920 e 1940, Hollywood era um sistema centralizado e verticalizado, isso significa que os estúdios eram responsáveis pelo processo integral da produção dos filmes, desde a criação e revisão dos roteiros até as distribuições das salas de cinema. Os produtores, técnicos, roteiristas, realizadores e atores eram assalariados e com contratos de longo prazo. Reforçando a ideia concreta que todos participavam de uma linha de produção já que o cinema era antes de tudo, uma indústria, a indústria cultural.

Com o desmoronamento que sobreveio em 1948, quando a Suprema Corte dos Estados Unidos proibiu a concentração, os estúdios perderam o monopólio, suas salas de cinema (obrigatoriamente vendidas), e foram obrigados a limitar-se à produção. A partir de meados da década de 1950, o sistema industrial e centralizado de Hollywood desapareceu,

evoluindo para um modelo mais fluido. Essa concentração é todo o processo monopolizado de controle dos estúdios que iam além dos filmes.

Esse processo contribuiu para que o início da nova Hollywood começasse, pode se assim dizer que foi o primeiro passo para a transformação da construção dos filmes que temos hoje como grandes franquias. Na nova Hollywood o processo se torna mais longo e menos simplificado do que antes, mas com a ideia de tornar as produções mais independentes. Um filme é financiado por um estúdio que dá o “green light”⁷ podemos traduzir para luz verde, referência aos semáforos de trânsito indicando que o filme pode ser produzido e passar pelos outros processos de criação, isso não significa que o filme será produzido de fato, mas é o primeiro passo.

“O produto é entregue, sob permanente controle de agências de talentos remuneradas com um percentual sobre todas as transações, a milhares de produtoras, start-ups técnicas, pequenas e médias empresas especializadas em escolha de elenco, pós-produção, efeitos especiais e criação de “trailers” promocionais. O filme é terceirizado a empresas especializadas na Ásia, artesãos de Los Angeles, agências de comunicação globalizadas e companhias especializadas na distribuição de filmes em determinados países. Todos são independentes, mas ligados por contrato, num sistema infinitamente mais complexo que os estúdios de outros tempos. Estima-se que 115 mil empresas, em sua maioria pequenas e médias, com menos de dez pessoas, participam hoje da economia americana do cinema e da televisão, e que a estas estão diretamente ligados 770 mil assalariados e, indiretamente, 1,7 milhão de empregos. A nova Hollywood, onde todo mundo é independente, é o oposto da velha Hollywood, onde todo mundo era dependente.” **Mainstream - Frédéric Martel (2010, p. 311).**

Isso significa que o processo de produção passou de uma construção feita apenas pelos estúdios e foi se terceirizando, cada filme é uma produção autônoma, a construção passa por inúmeros processos mas o principal foco a ser detalhado, é que o roteirista é contratado apenas para aquela produção e não como antes onde eram assalariados para várias produções. Para administrar o processo em seu conjunto, geralmente é criada uma produtora efêmera, entidade jurídica própria. Isso significa que essa produtora será específica para essa produção mas irá responder a qualquer processo jurídico caso seja necessário, durante o sistema de produção e após. Tal contrato com produtor é chamado de Work for hire (WFH)⁸. Por um lado, o contrato estabelece que a pessoa não é assalariada em caráter permanente, o contrato WFH também estipula, como antes de 1948, a cessão dos direitos autorais da obra, do produtor ao estúdio.

⁷ No contexto das indústrias do **cinema** e da televisão, a luz verde é para aprovar formalmente o financiamento da **produção**.

⁸ Também conhecido como trabalho por encomenda, é um termo utilizado no campo do direito autoral para descrever uma situação em que uma pessoa ou empresa contrata outra para criar uma obra intelectual.

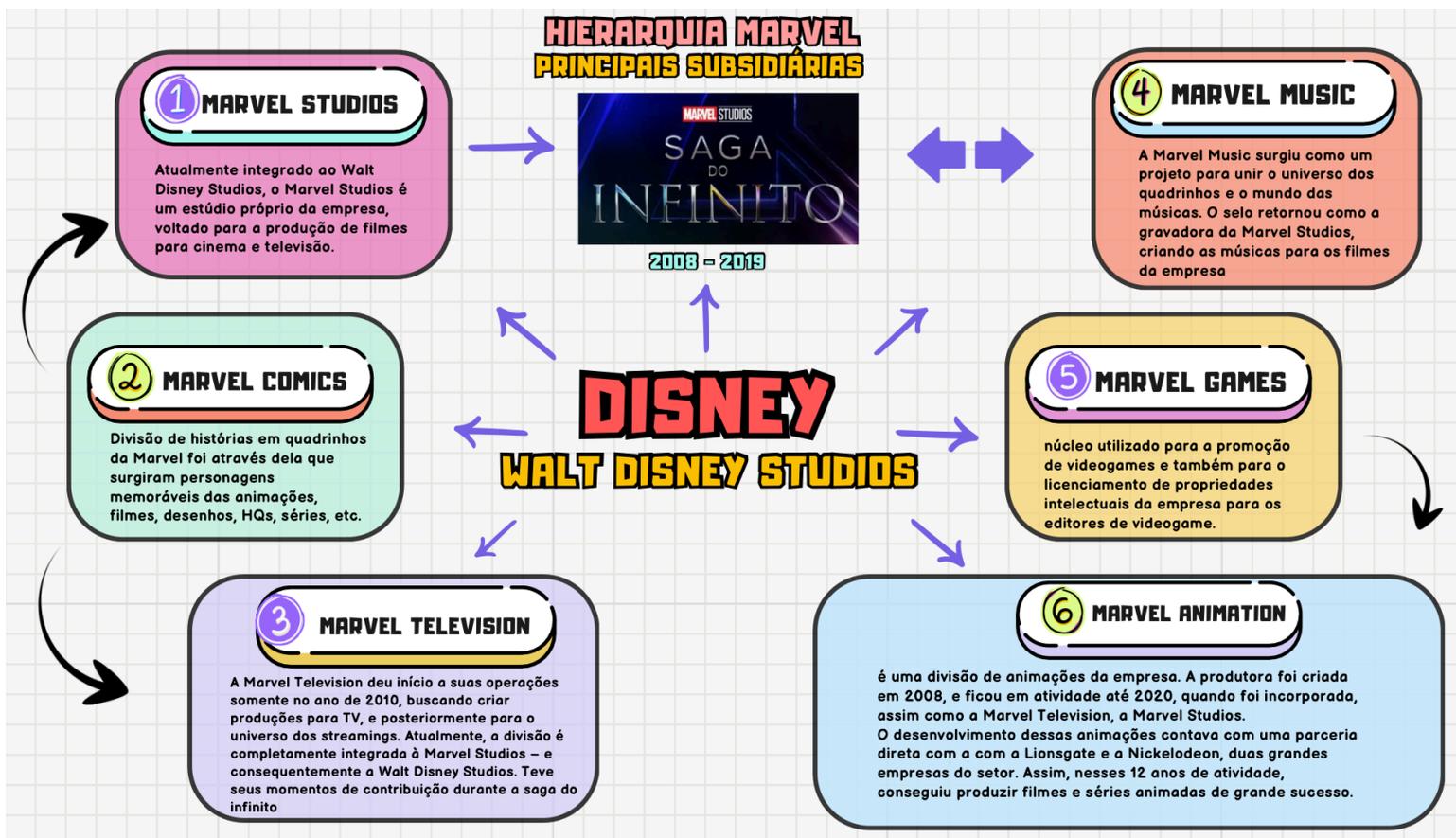
A produtora e o próprio produtor, às vezes chamado “line producer”, assina então novos contratos, sempre de acordo com o esquema “work for hire”, com o diretor, os atores e centenas de pessoas e empresas que contribuirão para a realização do filme — que por sua vez também cedem os copyrights⁹ ao estúdio. A conta da produtora é então abastecida pela produtora-mãe a que pertence o estúdio. “Grosso modo, nós somos um banco”, resume France Seghers. Na verdade, o papel do estúdio é ao mesmo tempo um pouco menor e um pouco maior que o de um simples banco. Como no caso das instituições financeiras, uma parte considerável do dinheiro de que o estúdio dispõe sequer lhe pertence. É constituída pelos valores depositados antecipadamente por dezenas de produtores, pelas pré-vendas de direitos para a televisão, pelos acordos com fabricantes de vídeo games, os acordos antecipados com as companhias de aviação e cadeias de hotel, no caso dos filmes que vão exibir, para não falar das subvenções oficiais dos estados para beneficiar as filmagens em território americano (e elas existem em todos os estados, somando-se ainda os volumosos créditos e reduções fiscais que constituem as formas de subvenção pública mais frequentes no setor cinematográfico americano). **Mainstream - Frédéric Martel. (2010, p. 311).**

Podemos dizer que os produtos licenciados nesse caso se tornam uma forma de apoio bilateral na produção e no sistema de indústria cultural aqui vista, sendo assim boa parte do financiamento vindo desses licenciáveis que no presente trabalho se trata de fabricantes de vídeo games. Os filmes precisam dos licenciáveis para ajudar no custo da produção que será fornecido às produtoras e os licenciáveis precisam do sucesso dos filmes para que o investimento tenha sucesso para ambas as partes. Tal processo impacta diretamente no consumidor como o foco de todo sistema industrial cultural. Se o marketing envolto aos trailers, forem de sucesso e todo o sistema conseguir divulgar o filme antes da fase final de produção e edição, isso já dá uma projeção de como o filme será recebido pelo público.

Na figura 3 veremos a hierarquia e importância das principais subsidiárias da Marvel.

⁹ O copyright é a maneira mais recomendada de proteger os produtos, ideias e serviços de uma empresa. Com ele, é possível evitar pirataria e processar aqueles que copiam materiais de outras pessoas para ganhar dinheiro. Assim, oferece segurança aos produtores de conteúdo e ajuda a profissionalizar o mercado.

FIGURA 3: HIERARQUIA MARVEL E PRINCIPAIS SUBSIDIÁRIAS



Fonte: Elaborado a partir do Pro Digital Pop “subsidiárias da Marvel” (2023)

As subsidiárias da Marvel controladas pela Walt Disney Studios, tem funções que trabalham entre si e algumas que contribuíram durante a saga do infinito, não existem mais, porém, sem essas subsidiárias alguns projetos não seriam possíveis e nem reformulações no projeto estratégico do universo cinematográfico da Marvel. Os filmes são adaptações dos quadrinhos, assim como os programas de televisão, tendo em vista que os programas e séries também se baseiam nos filmes, existe uma ligação entre elas.

Jogos e animações estão ligados a ponto de interesses de narrativas de personagens, como exemplo do Homem-Aranha, algumas animações inspiraram jogos e jogos impulsionaram animações a se tornarem grandiosas a visão do público, a Marvel Games ao ceder os copyrights para empresas que irão produzir jogos, sabe que interligando com a Marvel Animation com autorização principal da Walt Disney Studios e Marvel Studios, as

produções de jogos impulsionariam as animações da mesma forma que as animações impulsionam os jogos e os filmes. É um organismo interligado e bem planejado pela Disney.

Boa parte das empresas produtoras de jogos fazem um investimento assim como as produtoras dos filmes, esse investimento para ser medido se obteve sucesso só pode ser medido depois de uma produção cinematográfica. Será dado um exemplo que não envolva a Marvel Studios.

O jogo *cyberpunk 2077*, tinha uma proposta de renovar o mercado de jogos com um estilo novo de jogo que surpreenderia graficamente e na mecânica do jogo nunca vista antes, esse investimento feito pela CD PROJEKT RED¹⁰, era extremamente alto e durou cerca de mais de 7 anos a produção do jogo. Com a pressão dos jogadores mesmo a empresa afirmando que o jogo ainda precisaria de mais tempo para produção e que para alcançar essa inovação, ainda não existia peças de hardware¹¹ no mercado para efetivar a criação deles do papel para as telas de computadores e consoles.

O jogo foi anunciado em 2013 e o seu lançamento em 2020, tal lançamento que foi feito de forma apressada causando um prejuízo para a CD PROJEKT RED, já que o jogo ainda não estava completamente finalizado e estava cheio de bugs¹² (defeitos no jogo). Depois de várias tentativas de corrigir o jogo ao longo dos anos e ter ele sendo retirado das lojas por ordem judicial veio algo que ajudou a CD PROJEKT RED, a conseguir resgatar o jogo que estava basicamente esgotado no quesito de falta de jogadores no mundo digital e nenhum consumidor queria pagar caro por um jogo cheio de problemas.

Em 2022 a Netflix em parceria com a CD PROJEKT RED E TIGGER STUDIOS, criaram uma produção animada em estilo anime¹³, uma série com a temática e história paralela ao logo, não contava mesma história do jogo mas se passava no mesmo mundo, a série teve uma excelente repercussão, o que fez a CD PROJEKT RED, investir em atualizações no jogo incluindo cosméticos e momentos da história da série dentro do jogo que fez com que os jogadores voltassem a consumir o *Cyberpunk 2077*, a empresa do jogo conseguiu arrumar uma boa parte dos defeitos e até implementar mecânicas novas dando vida novamente ao jogo, não chegaram ao objetivo inicial mas conseguiram dar um impulso graças à produção cinematográfica, mostrando o lado bilateral das produções de séries e filmes e dos

¹⁰ É uma desenvolvedora e publicadora de jogos eletrônicos polonesa sediada em Varsóvia, Mazóvia. A companhia foi fundada em maio de 1994 por Marcin Iwiński e Michał Kiciński.

¹¹ **Hardware** é todo componente físico, interno ou externo do seu computador, videogame ou celular, que determina do que um dispositivo é capaz e como você pode usá-lo.

¹² É um erro ou falha que ocorre num sistema ou programa de computador, resultando num comportamento incorreto, inesperado ou fora do que tenha sido pretendido pelo desenvolvedor.

¹³ Anime ou animê (como é dito no Brasil) é o nome dado para o tipo de desenho animado produzido no Japão ou por produtores japoneses.

jogos. O jogo voltou a ser comprado pelos consumidores e está em constante evolução até a presente data de Dezembro de 2023 segundo a STEAM¹⁴ (2023).

1.2 A HISTÓRIA DOS JOGOS NO CONTEXTO DENTRO E FORA DO DIGITAL

Segundo o site Mercado Online Digital (2019), a definição de jogo eletrônico é que funciona através de um código programado para interagir com quem comanda um periférico, como os joysticks, mouse, teclado e claro, o touchscreen da tela do smartphone ou tablet. Tais periféricos realizam comandos que obrigam o código programado a realizar uma função, como pular, abaixar, correr, atirar, lutar e muitas outras ordens. Hoje conseguimos fazer muitas outras funções além dessas, mas a premissa continua sendo a mesma. Segundo o livro, HOMO LUDENS, Johan Huizinga (2000), ele apresenta uma definição do que é um jogo, o jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da “vida cotidiana”. Assim definida, a noção parece capaz de abranger tudo aquilo a que chamamos “jogo” entre os animais, as crianças e os adultos: jogos de força e de destreza, jogos de sorte, de adivinhação, exibições de todo o gênero. Pareceu-nos que a categoria de jogo fosse suscetível de ser considerada um dos elementos espirituais básicos da vida. Nesse quesito podemos perceber que os jogos digitais se encaixam nesse contexto de diferenciação cotidiana e também na questão de conexão e imersão na mesma medida.

Ainda afirmando no livro a abstração de um conceito geral de jogo penetrou uma cultura muito mais cedo e de maneira mais completa do que outra, com o curioso resultado de haver línguas extremamente desenvolvidas que conservaram o uso de palavras inteiramente diferentes para as diferentes formas de jogo, tendo esta multiplicidade de termos entravado a agregação de todas as formas em um termo único. Este caso pode ser comparado ao de em várias das chamadas línguas primitivas existirem palavras para designar as diferentes espécies de uma categoria, como por exemplo “enguia” e “lúcio”, sem que haja palavra para designar a

¹⁴ O Steam é uma plataforma de distribuição de jogos digitais para computadores (Windows, macOS e Linux). Foi uma das primeiras de seu gênero a ser lançada e permite que consumidores comprem ou ativem jogos dentro do serviço. Possui um programa cliente, que deve ser instalado no computador, para que os jogos possam ser executados, mantendo tudo atualizado. Além de loja digital, funciona também como rede social. Steam foi lançado em 2002 pela Valve Corporation, uma desenvolvedora de jogos fundada por Gabe Newell e Mike Harrington, dois ex-programadores da Microsoft (Newell é o presidente da companhia desde sempre).

categoria geral “peixe”. Nesse quesito a afirmação se divide em que é importante a categorização de um mesmo termo, os jogos podem ser de várias formas, sejam jogos esportivos, sejam jogos de guerra como nos antigos coliseus romanos, mas o que importa é que a origem da palavra fragmentou-se em diversas formas de jogos, nesse trabalho os jogos a serem mencionados são os jogos digitais. Existe uma história longa a respeito da criação desses jogos e como eles chegaram ao que são hoje e como um modelo transmidiático se tornou tão importante extrapolando as barreiras do jogar e se tornando o pertencer de uma sociedade do consumo.

Segundo um artigo da PUC-Rio (Leonardo Leite, 2006) “Introdução à história dos jogos eletrônicos”, um dos capítulos fala de como a geração atual impacta no consumo e geração de capital no mercado dos jogos, que por sua vez é extremamente valorizado financeiramente. Atualmente, o mercado de jogos eletrônicos é um negócio cujas otimistas projeções estimam seu valor em US\$25 bilhões. Em 2004, as vendas nos Estados Unidos chegaram a US\$9,9 bilhões, ultrapassando inclusive os lucros de sua indústria cinematográfica. A Sony é a líder isolada na guerra pela conquista do mercado de consoles, faturando mais do dobro das concorrentes juntas. Enquanto ela fatura US\$18,7 milhões com a venda de consoles, a Nintendo fatura US\$5,7 milhões e a Microsoft US\$4,4 milhões. Os números em relação aos lucros das empresas é ainda mais expressivo, tendo a Sony e a Nintendo faturando US\$4 bilhões cada e a Microsoft e Electronic Arts US\$2 bilhões. Esse contexto se baseia dos anos 90 até os anos 2000 seguindo até 2010 (Leite, 2006). Mas nem sempre foi assim, ainda no artigo para que esse fenômeno acontecesse houve um declínio, tal declínio no estilo de jogos arcade, aqueles estilos de jogos em máquinas grandes instaladas em um único lugar, que fora superado pela forma midiática a ser mencionada a seguir.

A indústria começou a entrar em declínio em meados de 1982 após subitamente parar de crescer. Os primeiros afetados foram os empreendedores que instalaram jogos em restaurantes, mercados e hotéis de luxo. Muitas empresas na época construíram enormes instalações para receber as máquinas de jogos, na esperança que fossem florescer, mas com a falta de público, elas foram as primeiras afetadas pela crise. Com o sumiço de grandes salas de arcades, os menores conseguiam se sustentar com frequência. Muitos donos compravam novos equipamentos para se manterem e aguardarem o reerguer do mercado, mas isso nunca aconteceu. O negócio de jogos eletrônicos operados à base de moedas continuou a decair durante os próximos quinze anos. Em meados de 1982, mesmo com o declínio da indústria de jogos, eles já se mostravam entranhados na cultura norte-americana. Jogos eletrônicos eram citados por vídeo-jóqueis na MTV (Music Television), a Walt Disney Pictures lançou o filme

'Tron', onde o protagonista salva o mundo entrando em um computador e vence um programa maligno em uma série de batalhas semelhantes às encontradas em jogos eletrônicos. Jogos arcade eram constantemente vistos em segundo plano nos filmes. Os consumidores inclusive nem precisavam mais ir a lojas para comprarem seus jogos, eles podiam comprá-los dentro de casa através de encomendas pelo telefone ou até através de modems e televisão à cabo. A forma para tentar sair desse declínio foi apelo audiovisual das produções cinematográficas, apelo transmidiático que teve como foco remeter aos videogames para enredo de uma construção que viria a ser utilizada com muita frequência futuramente.

2. METODOLOGIA

A metodologia a ser aplicada será a qualitativa. A metodologia de pesquisa qualitativa nada mais é do que um compilado de informações baseadas na observação de comportamentos naturais, discursos, respostas abertas para uma posterior interpretação e significados de modo científico. Gil (2008) explica que as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

Serão utilizados para isso análise descritiva de artigos científicos que possuem intersecção com o tema, autores que também ajudam a defender a justificativa de pesquisa, muitos destes trabalhos estão disponíveis em plataformas como Scopus, Scielo, Google Scholar para base em textos acadêmicos, sites como IGN, KOTAKU, ADRENALINE, OMELETE entre outros, que possuem inúmeras informações à respeito da área de games e filmes, vão contribuir bastante para o tema. Scopus, possui vários textos e artigos acadêmicos que podem ser utilizados para essa pesquisa onde foram encontrados alguns artigos que se correlacionam e utilizam das mesmas teorias desse projeto. O Scielo também possui um compilado de trabalhos que fazem intersecção com o tema, muitos deles serão colocados nas referências. O Google Scholar é o mais utilizado pelo fato de ter uma organização mais ampla em relação à procura desses trabalhos acadêmicos, ele possui um vasto campo de busca e vai ser de grande importância para este trabalho.

O tipo de pesquisa é descritiva e exploratória, levando em consideração que os procedimentos que pretende se serem utilizados são de pesquisa de campo, foi estudado, um levantamento bibliográfico e documental pois foi preciso dados precisos datados dos anos de 2008-2019, dados que podemos encontrar em sites como o próprio OMELETE, pois foi criado nos anos 2000 e se mantém atualizado até hoje, possui uma relevância e coerência em suas reportagens e artigos publicados. Eles possuem uma cápsula do tempo onde estão lá as primeiras críticas de filmes de heróis publicadas online e os momentos transformadores, como a escalção de Heath Ledger como Coringa, a volta do Homem-Aranha para a Marvel e mais.

Dados que vão orientar no direcionamento da pesquisa, mostrando a influência dessa produção de um modelo de indústria cultural capaz de auxiliar na criação de jogos que não necessariamente possuem a mesma premissa narrativa dos filmes, mas com elementos visuais característicos similares que não incluem visual dos atores e sim dos personagens, para que provoque a sensação de conexão do jogador e a busca por uma nova narrativa independente

da construção do jogo. Nisso podemos utilizar o site IGN, ADRENALINE e REDDIT, que possuem uma vasta área de pesquisa e feedbacks dos usuários na história dos games como fóruns e críticas compiladas de jogadores e fãs das produções cinematográficas da Marvel.

As buscas pelos resultados serão feitas nos fóruns de jogos online como do site ADRENALINE, GGAMES e REDDIT, sites com comunidades onde consumidores ativos de tais conteúdos, sendo jogos e filmes interagem entre si, dando feedbacks, abrindo discussões a respeito do universo cinematográfico da Marvel Studios, durante a Saga do Infinito e jogos correlacionado a esse período. A escolha dessa metodologia se deu pelo fato da época a ser analisada, como fóruns antigos que armazenam comentários durante anos mesmo se o usuário excluir a conta. Muitos dos discursos condizem no contexto do estudo, principalmente em relação a correlação filmes e jogos, cultura do fã e o processo transmidiático como um todo. A importância dessa metodologia é a conexão direta com o consumidor e seus comentários, o que ajuda no período de tempo onde se passa à pesquisa. Veremos na figura 4 as fontes e suas importâncias para esta pesquisa.

FIGURA 4: QUAIS SÃO AS FONTES USADAS NA METODOLOGIA?



Fonte: Realizado a partir dos sites KOTAKU, ADRENALINE, REDDIT, OMELETE E IGN

A figura 4, mostra um resumo do que cada fonte de dados representa e como elas estão inteiramente conectadas com o viés deste trabalho, correlacionando os filmes e jogos no foco central.

Apresentação dos próximos capítulos: Os próximos capítulos são a respeito do referencial teórico que irá abordar conceitos da indústria cultural, a teoria transmidiática, que refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias, uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo.

Será abordado o modelo de produção cinematográfico ao longo do tempo em um capítulo específico que irá falar que existiam duas épocas do cinema em Hollywood que merecem destaque nesse trabalho, épocas que explicam qual o motivo de hoje termos tantos licenciáveis de uma produção cinematográfica, épocas que mudam a perspectiva de como hoje temos um modelo massivo de produção em massa da indústria cultural.

O conceito de variados tipos de jogos, tanto no digital quanto fora dele, também será importante para que se possa compreender a evolução e a perspectiva a respeito do jogo e o jogar. Será mostrado como o jogo é no processo transmidiático, como ele interfere e sua importância.

Os resultados encontrados mostrarão que, vão reafirmar o objetivo desse trabalho em compreender o fenômeno da indústria cultural e como o consumidor é envolvido nessa atmosfera e como ele reage a diferentes formas de processo multimidiático, como se dá esse processo e como ele termina quando não se dá a devida atenção ao feedback dos consumidores. Jogos serão abordados e comentários também, mas lembrando que não serão todos os jogos lançados durante a saga do infinito, apenas os mais relevantes que foram considerados de grande importância para a pesquisa e para a época de seu lançamento. E por fim teremos as considerações finais deste trabalho, com todo o apanhado e discussão final em vista de uma análise detalhada de tudo que foi coletado, discutido e debatido ao decorrer do trabalho.

3. RESULTADOS

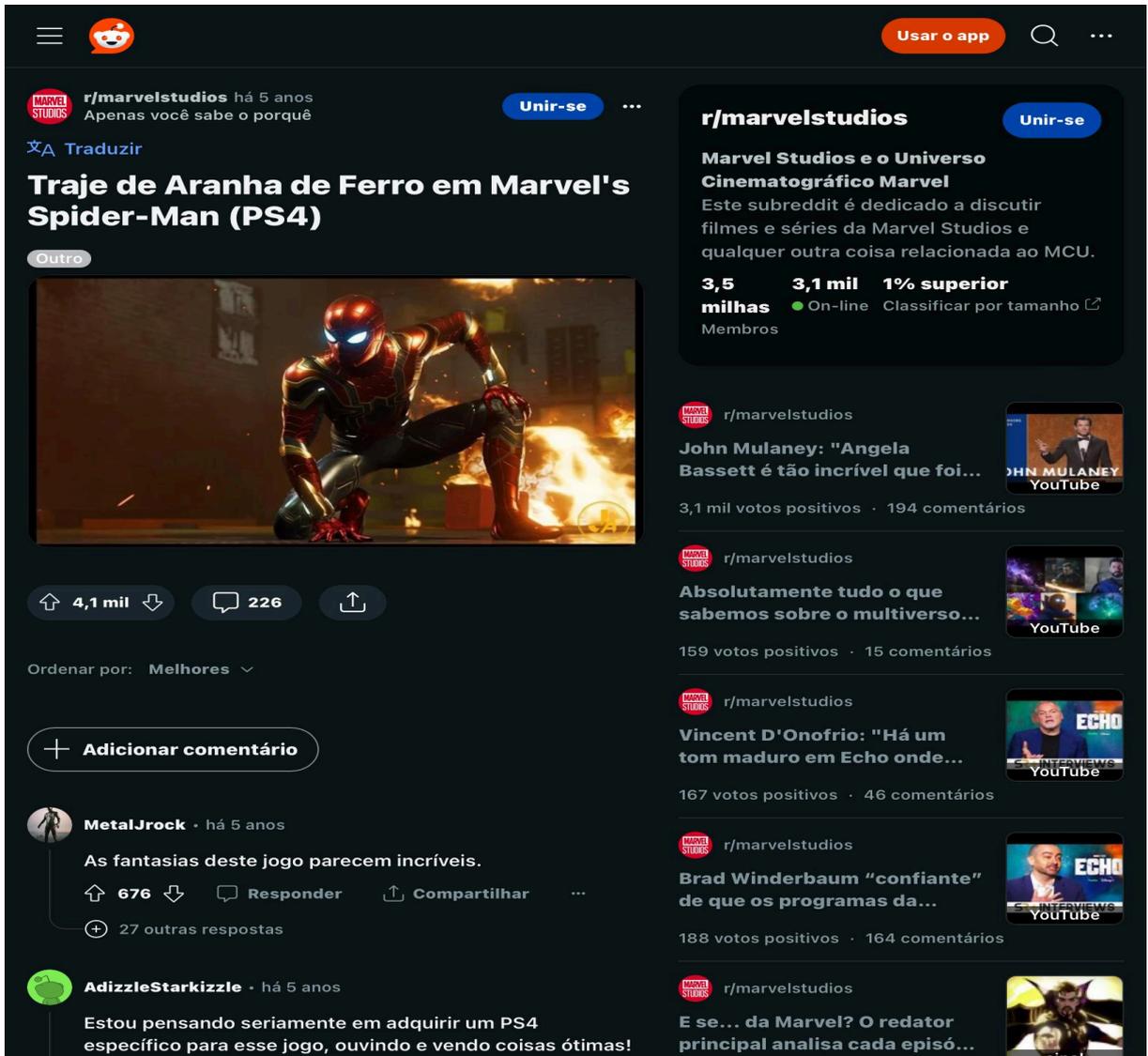
Em um achado no Reddit que é uma rede social de fóruns onde os usuários podem votar no conteúdo. É comum que quem acessa o Reddit interaja enviando links para conteúdo externo à comunidade, promovendo votações sobre quais histórias e discussões são mais importantes. Na comunidade da r/marvelstudios que contém hoje um total de 3,5 milhões de membros sendo uma comunidade oficial da Marvel Studios dentro do Reddit. O funcionamento do Reddit se dá de forma com que existem grupos e nesses grupos dentro da rede tópicos são levantados, alguns grupos são abertos ao público para levantar os tópicos e outros como no caso da comunidade oficial da Marvel Studios, o conteúdo é escolhido de forma profissional, pela direção de marketing da própria Marvel Studios especializada em redes sociais.

É importante destacar que nem todos os jogos derivados de filmes serão analisados, apenas os relevantes para o interesse da pesquisa. Pela razão de muitos jogos não terem feito sucesso, marketing ruim, péssimo desempenho com os consumidores e apenas um desses jogos que teve um desempenho mediano a ruim para os consumidores será analisado. O ponto de perspectiva é de um jogo que fez muito sucesso e foi inspiração para outros inclusive para o cinema e vice e versa e de um jogo que teve um desempenho ruim e foi retirado de todas as lojas digitais onde se pode comprar jogos online sem precisar da mídia física (DVD).

3.1 TRAJE ARANHA DE FERRO NO JOGO: MARVEL'S SPIDER MAN, 2018 - PS4 E SUA DISCUSSÃO E REPERCUSSÃO EM POST NO REDDIT

Foi levantado uma discussão sobre o lançamento da estreia de um visual dentro do jogo Marvel's Spider-Man PS4, lançado em 7 de setembro de 2018, onde o Spider-Man receberia o visual do Aranha de Ferro do universo cinematográfico da Marvel, presente nos filmes Vingadores Guerra Infinita lançado em 26 de Abril de 2018. Em primeira mão podemos notar que o anúncio foi feito em 25 de Abril de 2018 na pré estreia do filme 5 meses antes da estreia do jogo, teve o intuito de vender tanto o jogo quanto anunciar o filme, podemos notar pelos comentários dos usuários do Reddit nesse post:

FIGURA 5: POST FEITO PELA COMUNIDADE OFICIAL DA MARVEL STUDIOS NO REDDIT SOBRE O LANÇAMENTO DO TRAJE ARANHA DE FERRO



Fonte: Reddit, "Iron Spider Suit in Marvel's Spider-Man (PS4)", 2018.

15

O anúncio foi feito em 26 de abril de 2018 e afirmando que o traje seria inspirado pelo filme, Vingadores Guerra Infinita. Visto na imagem a seguir:

¹⁵ https://www.reddit.com/r/marvelstudios/comments/9dftz8/iron_spider_suit_in_marvels_spiderman_ps4/

FIGURA 6: FRAME DE DIVULGAÇÃO TIRADO DO YOUTUBE DURANTE A DIVULGAÇÃO DO TRAJE ARANHA DE FERRO E O FILME: VINGADORES: GUERRA INFINITA



Fonte: Vídeo, YouTube, “Iron Spider Comes to Marvel’s Spider-Man on PS4”, 2018.

Os comentários seguem a linha de raciocínio como: “preciso imediatamente de um PS4 para jogar esse jogo” e também muitos comentários a respeito do filme, esperando que no jogo tenha o diálogo do filme onde ele diz “tem cheiro de carro novo” ao usar o uniforme. Muitos comentários fazem referências ao filme, principalmente sobre falas específicas, detalhes específicos que podemos notar. Esse é só um exemplo, levando em consideração que foram lançados 3 trajes juntos, 2 do filme Homem-Aranha de Volta ao Lar. Lançado em 6 de julho de 2017, no caso, 1 ano antes do jogo.

FIGURA 7: COMENTÁRIOS NO POST DO REDDIT A RESPEITO DO TRAJE ARANHA DE FERRO



Fonte: Reddit, "Iron Spider Suit in Marvel's Spider-Man (PS4)", 2018.

Mesmo os consumidores desses jogos sabendo que a narrativa do jogo difere da narrativa do filme, esperam além do visual, uma referência na história do jogo. Um comentário a respeito se a história do jogo seria canônica aos filmes, mas o que significaria esse canônico aos filmes? Canônico nesse contexto é utilizado para afirmar que uma história pertence ao universo dos filmes, histórias de outros tipos de mídia, como, revistas em quadrinhos e jogos digitais. Histórias que se passam na mesma linha do tempo e realidade. O que não é o caso do jogo, já que se passa em um universo paralelo ao dos filmes. Os visuais dentro do jogo exercem funções apenas de agradar os fãs, divulgar os filmes e aumentar as vendas das cópias do jogo, já que é uma relação bilateral. Os visuais não interferem ou têm contexto narrativo na história do jogo. Ver na figura 7 a relação apresentada para os consumidores a respeito do traje Iron-Spider.

FIGURA 8: TRAJE ARANHA DE FERRO INSPIRADO NO FILME VINGADORES: GUERRA INFINITA



Fonte: Vídeo, YouTube, “Iron Spider Comes to Marvel’s Spider-Man on PS4”, 2018.

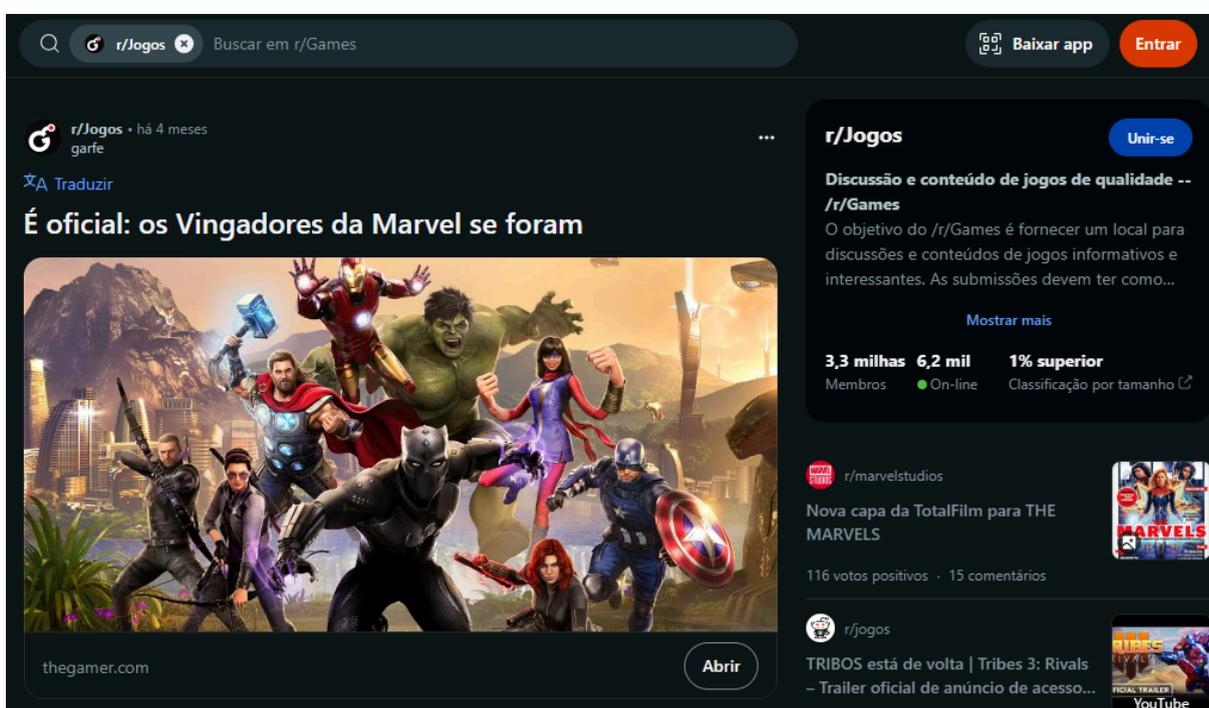
Temos o visual oficial apresentado como capa do vídeo retirada diretamente do jogo afirmando que é um traje inspirado do filme, com o selo da Marvel e da PlayStation, numa pose a fim de mostrar a fidelidade do traje no jogo com o filme no melhor dos gráficos e polimentos possíveis, tornando extremamente atrativo para o consumidor.

3.2 A REPERCUSSÃO DO JOGO MARVEL’S AVENGERS E DISCUSSÕES NO REDDIT E ADRENALINE SOBRE O SEU “FIM”.

O jogo Marvel Avengers lançado em 14 de agosto de 2020, foi uma promessa para todos os fãs da saga vingadores, mesmo sabendo que a história fora apresentada de forma inédita e nada derivada dos filmes, os jogadores estavam muito animados pela possibilidade de jogar com todos os Vingadores juntos. O jogo seria pago, logo muitos jogadores compraram na pré-venda já que nos eventos de videogames como a E3 o jogo fora apresentado com gráficos realistas e uma gameplay agradável e supostamente inovadora para a época de lançamento. A desenvolvedora Crystal Dynamics e Square Enix tinha uma responsabilidade enorme para o lançamento desse jogo e uma perspectiva de sucesso, levando

em consideração o lançamento do jogo do Marvel's Spider-Man para PS4 em 2018, que foi lançado pela Insomniac Games e foi considerado um sucesso. Não se esperava menos de um jogo com um título tão forte quanto o nome Vingadores. É levado em consideração a linha cronológica do lançamento dos filmes, claro que a escolha de lançamento do jogo não foi feita de forma aleatória, Os Vingadores estavam na boca dos consumidores e seus personagens até aqueles restritos aos quadrinhos que foram adaptados para o cinema, começaram a se tornar conhecidos pelo público. Personagens que posteriormente foram apresentados nesse mesmo jogo.

FIGURA 9: POST NO REDDIT A RESPEITO DO ENCERRAMENTO DAS VENDAS DO JOGO EM PLATAFORMAS DIGITAIS.



Fonte: Reddit, “É oficial: os Vingadores da Marvel se foram”, 2023.

Segundo o canal Adrenaline que é um fórum de notícias sobre jogos eletrônicos. Postado por Felipe Gugelmin em 02/10/2023, no mesmo mês em que o post do Reddit foi enviado. Ele afirma que Lançado em setembro de 2020, Marvel's Avengers encerrou oficialmente seu ciclo de existência no último sábado (30). Desde esse dia, o game desenvolvido pela Crystal Dynamics **não pode mais ser adquirido em nenhuma plataforma digital**, embora ainda seja possível encontrar cópias físicas dele com certa facilidade. Com a decisão, somente quem já havia adquirido digitalmente a aventura para o Xbox, PlayStation ou PC **poderá continuar jogando-a daqui em diante**. No entanto, não haverá mais nenhuma espécie de conteúdo inédito. Os motivos que levaram a perda desse jogo nas lojas. Um dos motivos pela

perspectiva dos jogadores em comentários no Reddit e da própria empresa, o jogo não conseguiu cativar os jogadores e desde a monetização ao design como serviço, não conseguiu vender o suficiente para ser considerado uma boa aposta por parte da Square Enix. Mesmo com descontos, expansões gratuitas e atualizações com melhorias, Marvel's Avengers não conseguiu reverter a imagem que gerou nos primeiros meses. É levado em consideração que a Square Enix tentou e colocou visuais no jogo baseados inteiramente nos filmes da Marvel da Saga do Infinito. Todos os visuais de todos os filmes sem exceção foram colocados no jogo, como uma estratégia de trazer consumidores à plataforma e jogar simultaneamente.

Esse jogo fora considerado extremamente repetitivo e sem nenhuma inovação durante os 3 anos que ele ficou disponível. Até hoje é permitido que jogadores consigam se unir a outros em partidas cooperativas de mais de 3 jogadores, porém a busca é tão demorada por falta de jogadores. Segundo um post no site GAMEVICIO, em 2021 o jogo conseguiu a façanha de ZERO jogadores simultâneos na STEAM, que é a plataforma onde o jogo é vendido e a conexão de multi-jogadores é estabelecida. Isso se tornou um alerta gigantesco para a desenvolvedora.

FIGURA 10: TRAJES DO FILME VINGADORES ULTIMATO (AVENGER ENDGAME) NO JOGO MARVEL'S AVENGERS



Fonte: Reddit, “Finalmente consegui todas as skins do mcu”, 2021.

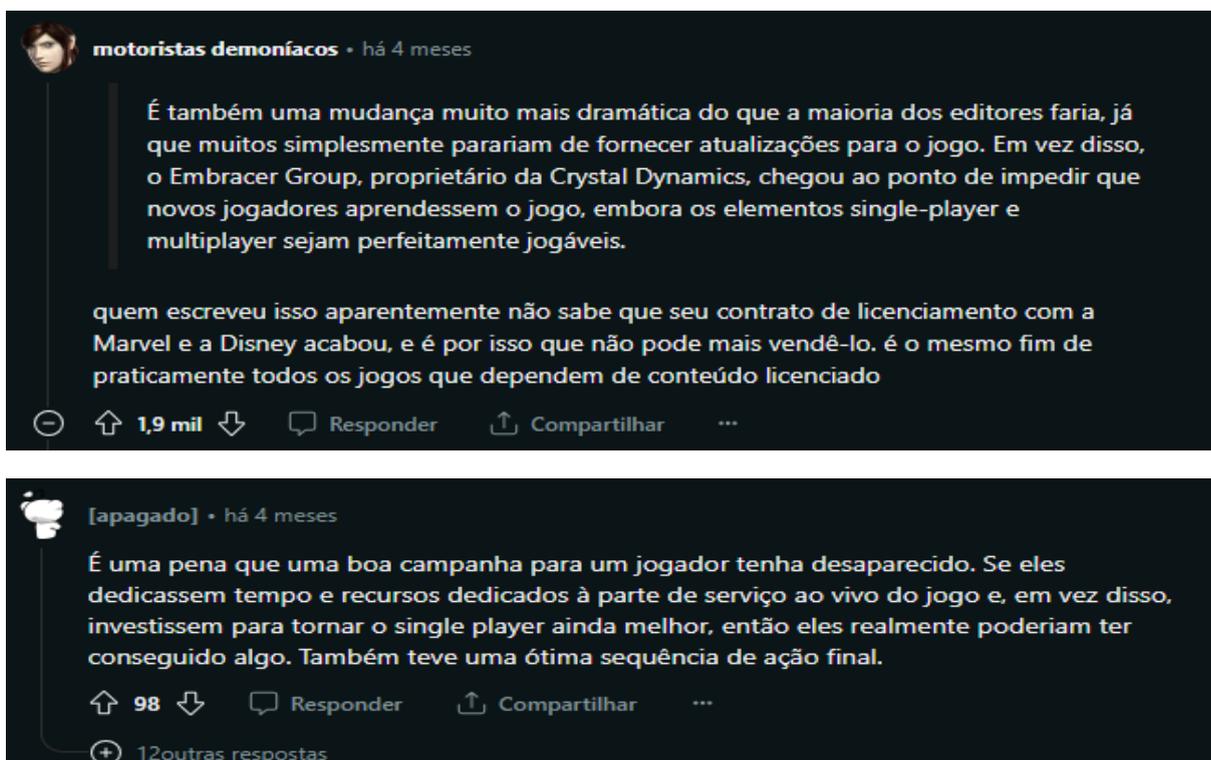
¹⁶

¹⁶ https://www.reddit.com/r/MarvelsAvengersGaming/comments/p054zz/finally_got_all_the_mcu_skins/

O que chegou a acontecer depois que o jogo saiu das lojas digitais? As skins continuaram a ser vendidas e monetizadas dentro do jogo, mesmo você comprando o jogo, enquanto ele estava disponível para venda online, os visuais dos filmes precisavam ser comprados de forma interna, você teria que pagar por moedas específicas do jogo para trocar pelos visuais. Mas com o encerramento da venda do jogo em plataformas digitais, todos os visuais foram liberados de forma "gratuita" incluídas com o jogo para quem já havia comprado, quem chegou a gastar dinheiro na época para adquirir os visuais não foi reembolsado.

É importante que nem sempre a conexão com os filmes seja um fator necessário para manter um jogo com um enorme título funcionando de forma integral. Se a história não for bem desenvolvida mesmo com narrativas diferentes, se não houver devida atenção no feedback dos usuários que foi o grande erro da Square Enix, em relação a bugs (falhas dentro do jogo), o jogo não vai conseguir se manter estável. Foi prometido aos jogadores uma experiência de imersão a qual não foi cumprida. Fazendo com que a desenvolvedora perca o direito licenciável dos personagens do jogo, sendo incapaz de produzir novos conteúdos e tendo que encerrar suas vendas.

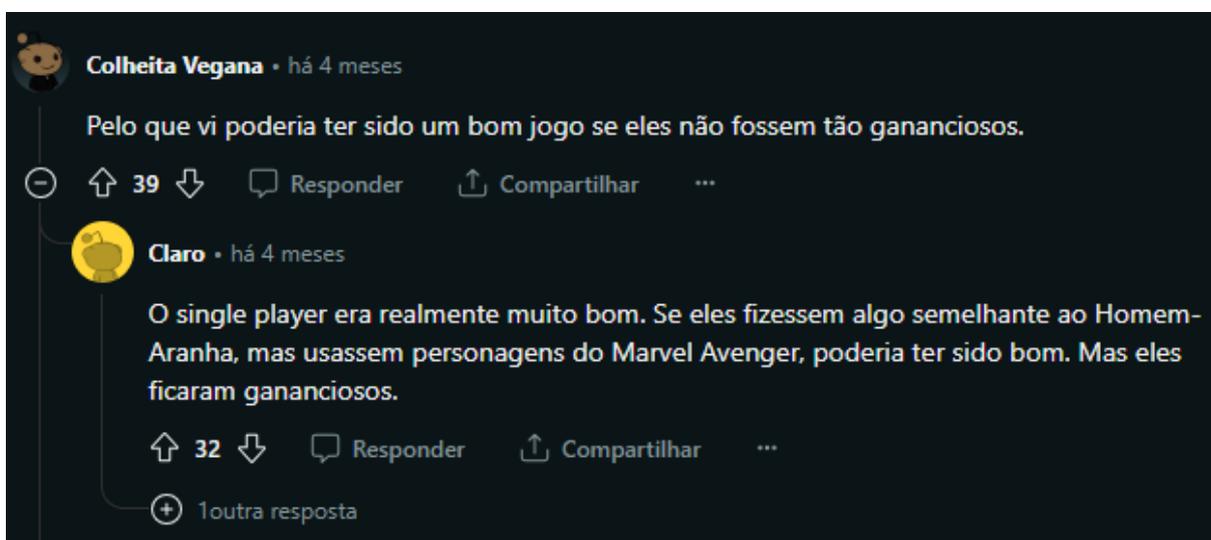
FIGURA 11: DISCURSO DO REDDIT DE UM USUÁRIO A RESPEITO DE UM COMENTÁRIO FEITO SOBRE O ENCERRAMENTO DO JOGO



Fonte: Reddit “É oficial: os Vingadores da Marvel se foram”, 2023.

O comentário crítica a forma que os desenvolvedores focaram em prosseguir com o jogo, no lugar de desenvolver o jogo para uma pessoa com uma boa narrativa, correção de erros e uma reformulada no modelo de jogo, foi focado a forma de multi jogadores online, o que fez que o jogo perdesse jogadores, pois se o enredo principal era incapaz de “prender” os jogadores, uma gameplay cooperativa no intuito de vender trajes e sem nenhum formato competitivo não foi eficaz.

FIGURA 12: DISCURSO DO REDDIT DE UM USUÁRIO A RESPEITO DE UM COMENTÁRIO FEITO SOBRE O ENCERRAMENTO DO JOGO



Fonte: Reddit “É oficial: os Vingadores da Marvel se foram”, 2023.

Mais uma vez os comentários são voltados para o estilo de jogo de apenas um jogador, nesse caso a opinião diverge afirmando que a o estilo era bom mas mal incorporado, o perfil ganancioso da desenvolvedora é a respeito dos cosméticos e visuais dentro do jogo, onde foi o foco do jogo antes de se preocupar com o feedback dos usuários e correção no estilo de jogo.

3.3 EVENTOS PROMOCIONAIS DE JOGOS E FILMES PARA A CULTURA GEEK E O PAPEL DOS INFLUENCERS NA PROMOÇÃO DESSES MEIOS.

Ao longo de toda saga do infinito, houveram inúmeras edições de jogos de eventos promovidos para divulgação de jogos, filmes, séries, animações, quadrinhos e todos os meios de mídia voltado para a cultura geek, sendo os mais famosos a Comic Con Experience e Comic Con de San Diego, a comic Con surgiu por volta de 1970 com uma pequena

quantidade de pessoas no intuito de uma pequena reunião de fãs de quadrinhos e se transformou em um evento de grande escala, englobando hoje em dia, promoções de outros meios de mídia mas sempre derivados dos quadrinhos e cultura pop. Existem dois tipos de Comic Con, uma no Brasil e outra é, San Diego na Califórnia.

Segundo o site band.com.br, Assim como no Brasil, a San Diego Comic Con também acontece em um centro de convenções, só que o evento na Califórnia é realizado em julho. A cidade costuma ser dominada pelo espírito geek e é palco para o encontro de fãs de todo o mundo e para lançamentos do ano. Do inglês, ‘comic’ significa quadrinhos, e ‘con’ é a abreviação de ‘convention’ ou convenção.

A Comic Con Experience, criada em 2014, e conhecida pela sigla CCXP, é hoje a maior Comic Con do mundo! Além de toda a programação, que também acontece no evento americano, a versão brasileira conta com ativações grandes de marcas de streaming como Apple Tv, Netflix, Disney Plus (responsável pela Marvel), Prime Video e Globoplay. Em 2023 os ingressos para a CCXP podem custar até R\$ 3.500,00.

Isso mostra que muitos dos fãs estão dispostos a pagar esse valor para ter toda a experiência, desde conteúdos exclusivos para quem pagou valores de categoria premium, como trailers inéditos, de filmes, séries e jogos. Ainda segundo o site Band.com.br, A CCXP bateu seu próprio recorde, obtido em 2019, ao divulgar que 280.474 pessoas estiveram presentes na edição de 2022, números que reforçam porque esse é o principal festival da cultura geek e pop do mercado. Ao longo de seis dias de evento, o público contou com mais de 246 horas de entretenimento.

A experiência também foi gigante para quem não conseguiu estar lá presencialmente. Foram mais de 3,9 milhões de visualizações das transmissões ao vivo dos palcos. Esse eventos também contam com a presença de atores famosos de filmes que ajudam na divulgação e proporcionam ao consumidor uma imersão incrível, fazendo com que muitos, não pensem duas vezes ao consumir todos os licenciáveis dentro do evento, aliás, jogos também são vendidos em eventos como esse, como brinquedos, figure actions, roupas, pôsteres, quadrinhos e artes licenciáveis.

Um evento importante voltado para a indústria de jogos eletrônicos, foi a E3, que obteve seu encerramento em 2023. Segundo o site “Grande Gamer”, A **Electronic Entertainment Expo** ou **E3** como é chamada popularmente, é a maior e mais importante feira de jogos do mundo. Com mais de 20 anos de existência, a feira realizou seu primeiro evento em **11 Maio de 1995**, no **Los Angeles Convention Center**, que fica na cidade de **Los Angeles**, no estado da **Califórnia, Estados Unidos**. Desde então a feira continua acontecendo

até hoje no Los Angeles Convention Center com exceção no ano de **2007**, que aconteceu em **Santa Mônica** também no estado da Califórnia.

A feira geralmente acontece entre os meses de maio e junho, e tem 3 dias de duração; durante os 3 dias de feira as maiores empresas da indústria dos games fazem grandes conferências para anunciar seus novos jogos, consoles e serviços, que serão lançados naquele ano ou nos anos seguintes. Na feira as empresas também criam estandes para expor suas novidades aos visitantes, como é de se esperar quanto mais poderosa é a empresa, maior e mais belo será o estande.

Jogos que foram mencionados nesse estudo até o presente momento, foram anunciados durante a E3 de 2018 e E3 de 2020, Para termos uma noção de quão grandioso era o evento, segundo o site TECMUNDO, De acordo com a organização da E3 de 2018, 69.200 pessoas passaram no Centro de Convenções de Los Angeles, visitando 200 estandes, sendo 80 deles de empresas que tiveram presença no evento pela primeira vez. Mais de 3.250 produtos, entre jogos e acessórios foram demonstrados de alguma forma durante a feira, além de brinquedos e outros itens exclusivos da E3.

Uma das pontes de conexão entre as empresas e o público digital eram os influenciadores de jogos digitais, sendo alguns deles brasileiros a serem mencionados. Gustavo Sanches Matsufugi, mais conhecido como Davy Jones, é um youtuber brasileiro, conhecido pelo seu canal Gameplayrj. O canal dele possui atualmente um total de 8,33 milhões de seguidores, como um influenciador voltado para jogos digitais e eventos de jogos, se tornou ponte durante os anos da E3, passando informações em tempo real para os seus seguidores e usuários, essa tal conexão tinha uma combinação de fatores.

O primeiro fator é que muitos não consumidores não conseguiam ir para Los Angeles, logo ele se tornava a ponte para o merchandising dos jogos e anúncios exclusivos do evento, dando suas primeiras impressões que influenciavam os consumidores numa possível aquisição de produtos, sendo esses jogos digitais. Esteve presente na E3 de 2016 onde foi anunciado o jogo do Marvel's Spider-Man e fez comentários positivos e negativos a respeito do jogo. Ele falou que esse jogo tem um potencial promissor e pela primeira vez em anos seria um jogo do Homem-Aranha interessante e muito bom, porém não gostou muito do visual inédito, do Homem-Aranha, mais uma vez visual inédito da narrativa interferindo no feedback dos usuários, a imagem atrelada ao Homem-Aranha não remetia a aranha branca em seu peito, algo que fora apresentado nessa nova narrativa.

3. 4 EXPANSÃO AUDIOVISUAL A PARTIR DE FILMES.

Henry Jenkins (2008) Durante o discurso do livro: “Cultura da Convergência” a relação entre os videogames e os meios de comunicação como livros, histórias em quadrinhos, animações, licenciados e brinquedos por exemplo. Cada vez mais, os magnatas do cinema consideram os games não apenas um meio de colocar o logotipo da franquia em algum produto acessório, mas um meio de expandir a experiência narrativa. Esses produtores e diretores de cinema haviam crescido como gamers e tinham suas próprias ideias sobre o cruzamento criativo entre as mídias; sabiam quem eram os designers mais criativos e incluíram a colaboração deles em seus contratos. Queriam usar os games para explorar ideias que não caberiam em filmes de duas horas.

Essa expansão se dá de forma que dependente da geração, pode ser apresentada além dos jogos, leitores de livros podem não estar alinhados aos preceitos dos gamers, mas os leitores de quadrinhos podem estar alinhados às produções cinematográficas referentes aos quadrinhos e também aos jogos, essa expansão é quase que inevitável para os magnatas, pois todos os meios possíveis de comunicação audiovisual seria utilizado como ferramenta.

Os meios poderiam ser a partir de **livros**, como existem alguns livros baseados em histórias em quadrinhos, jogos e filmes; **animações** que por muitas vezes são baseadas em histórias em quadrinhos e até em games, como o caso de jogos antecederem animações; **Quadrinhos**, acontecem por muitas vezes quadrinhos que são lançados derivados de jogos como o caso Marvel’s Spider-Man que gerou quadrinhos baseados nos jogos; **séries e eventos** audiovisuais também são um forma desse modelo de expansão. Existem inúmeras formas de se expandir o mercado de filmes para outros meios audiovisuais.

Mas o que poderia diferenciar a necessidade dessa expansão e como ela seria eficaz? Bem, como um modelos audiovisuais, elas são voltadas para o público de diferentes gerações, como por exemplo se uma camisa do Homem-Aranha estiver sido criada e lançada, a pessoa que comprar vai comprar por razões diversas, sendo elas de uma geração X que pode comprar por estar relacionada a nostalgia referente aos quadrinhos ou games enquanto uma pessoa da geração Y podem comprar para se inserir no universo geek atual, por inserção a moda e modelo visual geek.

“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. Ser amante, mãe ou professor ocorre em plataformas múltiplas.[23] Às vezes, colocamos nossos filhos na cama à noite e outras vezes nos comunicamos com eles por mensagem instantânea, do outro lado do globo. **Cultura de convergência Henry Jenkins (2008) pág. 156**”

Esses modelos audiovisuais no processo transmidiático, interferem em muitas gerações e são formas estratégicas bem desenvolvidas que são capazes de inter passarem gerações, gerando lucro independente da geração X, Y ou Z, já que os pais podem comprar pros seus filhos como forma de nostalgia e para os filhos não significarem nada a princípio mas logo depois de um certo tempo, ter um significado diferente como o pertencimento a um universo nerd, por exemplo.

Temos o caso do filme Spider-Man Homecoming (2017), esse filme foi utilizado como uma forma de mostrar que as licenças vendidas do Homem-Aranha para a Sony Pictures que antigamente pertenciam a Marvel antes da aquisição dela pela Disney, teria uma parceria e que esse Homecoming significa de volta ao lar, foram criadas inúmeras expectativas e como visto anteriormente o modelo audiovisual do filme foi se expandindo até para o jogos como o caso do Marvel's Spider-Man (2018), com visuais do próprio filme dentro do jogo.

Por qual razão se é atrelado a história do Homem-Aranha a tantos modelos audiovisuais? O Homem-Aranha diferente dos Vingadores que são um grupo, é um modelo audiovisual mais fácil de vender e com mais uma gama de fãs surpreendentemente empenhados em adquirir todos os audiovisuais e licenciáveis do “teioso” ou “miranha” como carinhosamente é chamado pelos fãs, enquanto a geração X costuma utilizar mais o “teioso” a geração Y costuma usar mais o “miranha”, essa forma de conexão é uma forte promoção do modelo capital do personagem.

É notório, que o Homem-Aranha possui inúmeros modelos audiovisuais que inter passam gerações, desde quadrinhos, jogos que por sua vez sendo o foco deste trabalho, o Homem-Aranha possui mais jogos relativamente conhecidos pelas gerações de diferentes estilos e liberdades criativas. Animações do Homem-Aranha que são conhecidas que ajudaram na produção de filmes e na produção de quadrinhos e quadrinhos que ajudaram na produção de animações, quadrinhos que influenciaram os jogos.

O motivo do Homem-Aranha ser o mais utilizado como exemplo intermediário neste trabalho, é que sua gama de produções licenciáveis são tantas que chega a ser o maior modelo

referencial para um trabalho voltado para o processo multimidiático, o mais querida entre diferentes gerações de fãs, isso dado pelas projeções de do site CNN Brasil (2022) De acordo com a plataforma de entretenimento online Zavvi, o web slinger (lançador de teia) possui uma média de 5 milhões de pesquisas por mês. Em conversa com a CNN, o escritor-intérprete e fã de quadrinhos **Reece Connolly** descreve o Homem-Aranha – seu super-herói favorito – como “um herói em sua forma mais simples de usar o que lhe foi dado para ajudar as pessoas”.

O Homem-Aranha possui uma vida cheia de problemas na escola e com sua família, apresenta cenários que muitos fãs experimentaram em suas próprias vidas. Isso é o motivo de muitos se conectarem com esse personagem, a noção de pertencimento mesmo em um cenário de ficção científica, isso faz com que ele seja o querido nos jogos pela narrativa do personagem de pertencimento e desconexão da realidade ao mesmo tempo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É fato que durante aproximadamente a década que durou a Saga do Infinito da Marvel (2008-2019), foi desempenhado um papel onde houve uma mudança nas relações de consumo da sociedade, não tanto na fase 1 mas uma mudança significativa na fase 2 e 3 segundo OMELETE (2016), uma mudança relacionada diretamente a essa saga. Levando em conta o contexto de um processo de convergência de mídias, os filmes acabam por transcender os limites tradicionais do cinema, provocando discussões que perduram até hoje, principalmente a “fórmula Marvel” que é completamente baseada na jornada do herói e no processo intermediário, os filmes acabam estabelecendo como fenômenos culturais que influenciam aspectos do cotidiano.

Enquanto ao processo intermediário do universo cinematográfico e o universo dos jogos, é importante destacar como o modelo que foi moldado a forma como cada consumidor interage com os tipos de mídias, é notório que durante o processo de popularização da saga do infinito, houveram inúmeros perfis de consumidores, sejam de jogos, de livros, HQ's, séries, filmes, colecionáveis e etc dos licenciáveis presentes, mas o perfil a ser destacado é o dos jogadores, a cultura do fã e do gamer neste estudo é comprovada como um alvo para indústria cultural como ferramenta, o processo multimidiático, os fãs são engajados e com uma base sólida a conceitos narrativos específicos como no caso do Homem-Aranha, acabam por ser exigentes a uma boa narrativa e a referências que dependem da geração, na geração X (1965 - 1981) muitos preferem referências aos quadrinhos, enquanto na geração Y (1981 - 1985) e geração Z (1995 - 2010) referências aos filmes acabam sendo de maior agrado nos jogos, a geração Z acaba sendo mais exigente em relação aos produtos no final, podendo promover boicotes, denúncias, feedbacks negativos, uma grande movimentação negativa em relação aos produtos que não agradariam tais consumidores.

A expansão da narrativa para multitelas é necessariamente massiva, não se limita ao entretenimento cinematográfico, como se estendeu ao consumo de jogos mesmo a narrativa sendo diferente, os jogos são pontes de conexões que fazem com que os consumidores tomem ações diferentes, provocando em feedbacks e aumento no consumo de um sistema narrativo inicial de um universo expansivo, cria se uma experiência multimidiática única. Claro que não se pode esquecer do modelo da nova Hollywood e a venda de copyrights para isso se tornar possível, essa reformulação foi essencial para que todo esse processo acontecesse e fosse incorporado a cultura de convergência. Os jogadores buscam pertencimento e imersão e isso é uma ferramenta proporcionada pelos jogos, ferramenta que gera um lucro que chega a ser maior do que a bilheteria de um único filme, sendo as cópias muito mais vendidas de forma contínua segundo ADRENALINE (2019).

A Marvel Games e Marvel Studios ao estabelecer parcerias com desenvolvedoras, resultaram em grandes jogos mencionados como marcos da cultura pop como o caso Marvel's Spider-Man, como visto antes o motivo do personagem ser o mais utilizado no processo multimidiático, o de mais uma vez pertencimento e ao mesmo tempo desconexão da realidade. As skins dentro dos jogos extrapolam a adaptação com diferente narrativa mas com uma conexão direta aos filmes, levando a geração tanto X quanto Y a consumirem mais os jogos, levando ao sucesso estrondoso da venda de cópias e mudanças no comportamento social, levando em consideração que skins inspiradas em quadrinhos voltados para geração X e trajes inspirados nos filmes voltados para geração Y, cria uma intersecção bem estratégica para o sucesso do game. Já que a mudança do traje do Homem-Aranha no jogo, o traje base foi um tiro no escuro, seriam as skins o plano de contingência que funcionou.

A interconexão entre cinema e o mercado de jogos não se expande somente no alcance das histórias, levando em consideração que existem narrativas diferentes, com semelhanças para que o consumidor não tenha algo repetitivo e promovendo a liberdade criativa das desenvolvedoras, amplia o impacto comercial e cultural, isso faz com que a linha tênue de abordagens multimidiáticas seja transcendida até o seu limite, quebrando abordagens padrões e promovendo o alto consumo de jogos.

Por fim, notamos que a influência da Marvel durante a Saga do Infinito influenciou em diversos estilos de mídia e principalmente os jogos, mudando os aspectos do consumo de consumidores de diferentes gerações. O consumo de jogos acaba por ser uma chave importante para esse fenômeno, fazendo com que os consumidores participem ativamente na construção do universo expandido, essa conexão entre filmes e jogos só nos mostra como o processo de convergência está tão imerso na sociedade que mostra uma evolução na forma de

consumir entretenimento, mostra como fenômenos culturais redefinem a dinâmica entre consumidores e criadores no modelo social vigente e posteriores.

Este trabalho serve como modelo inicial de diferentes discussões a respeito do processo multimidiático em relação ao consumidor, levando em consideração as ferramentas que são utilizadas para diferentes perfis de consumidores, artigos podem ser produzidos a respeito do conflito de gerações em meio a processos multimidiáticos da nova saga do multiverso ou o processo multimidiático interferindo no consumo cotidiano a partir de redes sociais durante a saga do multiverso, Como a cultura do fã é vista a partir de diferentes gerações em relação ao consumo de licenciáveis no modelo de convergência midiática. Inúmeros trabalhos poderiam ser derivados desse, um universo infinito.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BARROCAS, Gabriel. **O que é a E3**, 9 jun. 2023. Disponível em: <https://www.grandegamer.com/saiba-o-que-e-a-e3/>. Acesso em: 26 fev 2024.

CAILLOIS, Roger. **Os jogos e os homens: a máscara da vertigem**. Lisboa: Cotovia, 1990.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FOLHA DE S.PAULO. **Indústria de jogos é mais rentável do que as de cinema e música juntas; veja comparação**. Folha de S.Paulo, Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/nerdices/2020/06/industria-de-jogos-e-mais-rentavel-do-que-as-de-cinema-e-musica-juntas-veja-comparacao.shtml>> Acesso em: 26. Fev.. 2024

FONSECA, Higor. **Iniciativa Vingadores: Franquias Cinematográficas e o Desdobramento em Consumo na Era da Resignificação do Nerd**. Orientador: Cristiano Henrique Santos. Rio de Janeiro, 2019. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda)- Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. EDITORA PERSPECTIVA S.A. São Paulo — SP. 4* edição — reimpressão. 2000

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação** / Henry Jenkins ; tradução Susana Alexandria. – 2a ed. – São Paulo : Aleph, 2009.

KAHLIK, Hafsa. CNN. **Por que o Homem-Aranha continua sendo um dos super-heróis mais populares**. 29. Abr. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/por-que-o-homem-aranha-continua-sendo-um-d-os-super-herois-mais-populares/>. Acesso em 26. Fev. 2024.

LUIZ, André. E3 2018: **Organização revela número de visitantes e data da próxima edição**. 18. Jun. 2018. Disponível em:

<https://www.tecmundo.com.br/voxel/195099-e3-2018-organizacao-revela-numero-visitantes-d-ata-proxima-edicao.htm>. Acesso em 26. Fev. 2024.

MARTEL , Frédéric. **Mainstream: A guerra global das mídias e das culturas**. 1. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. 490 p. v. 1. ISBN 978-85-200-1179-9.

MIYAZAWA, Pablo. Primeiras Impressões: **Marvel's Spider-Man é o game dos sonhos... dos fãs recentes do herói**. 22. Ago. 2018. Disponível em:
<https://br.ign.com/spider-man-ps4-2/64880/feature/primeiras-impressoes-marvels-spider-man-e-o-game-dos-sonhos-dos-fas-recentes-do-heroi>. Acesso em 26. Fev. 2024.

PERES, Vivian. Comunicação com storytelling: **torne a jornada do herói parte da estratégia**. 2022. Acesso em:
<https://www.interteiacomunicacao.com.br/comunicacao-com-storytelling-jornada-do-heroi>
Acesso em: 29. fev. 2024

PINHEIRO, Cristiano. **Apontamentos para uma aproximação entre jogos digitais e comunicação**. Tese de Doutorado, Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2007.

REDAÇÃO , Band. **Quais são as diferenças entre a CCXP no Brasil e a tradicional de San Diego?** Band.com.br: REDAÇÃO, 24 fev. 2024. Disponível em:
<https://www.band.uol.com.br/entretenimento/quais-sao-as-diferencas-entre-a-ccxp-no-brasil-e-a-tradicional-de-san-diego-16650800>. Acesso em: 24 fev. 2024.

REDDIT, Marvel Studios. **Iron Spider Suit in Marvel's Spider-Man (PS4)**, 2018.
Disponível em:
https://www.reddit.com/r/marvelstudios/comments/9dftz8/iron_spider_suit_in_marvels_spide_rman_ps4. Acesso em 26. Fev. 2024

SANTAELLA, Lucia; FEITOZA, Mirna (Orgs.) **Mapa do jogo: a diversidade cultural dos games**. São Paulo, Cegange Learning, 2009.

SELEPRIN, Maiquel José. **O mito na sociedade atual**. Disponível em:
http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/FILOSOFIA/Artigos/O_mito_na_sociedade_atual.pdf. Acesso em: 26. Fev. 2024

THEODOR w. Adorno, **Indústria cultural**. Editora Unesp; 1ª edição, 2020, 286 p.