

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA**

LAÍS MARIA FERMINO DE SOUZA

**EXPANSÃO DA MARCA POR MEIO DO *CROSSOVER*: Estudo de Caso
das séries Marvel produzidas para a plataforma Netflix**

**BAURU
2018**

LAÍS MARIA FERMINO DE SOUZA

**EXPANSÃO DA MARCA POR MEIO DO CROSSOVER: Estudo de Caso
das séries Marvel produzidas para a plataforma Netflix**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Mestre em Mídia e Tecnologia, sob a orientação do Prof^a. Dr^a. Letícia Passos Affini.

BAURU
2018

Souza, Laís Maria Fermino.

Expansão da marca por meio do crossover: Estudo de
Caso das séries Marvel para a plataforma Netflix /
Laís Maria Fermino de Souza, 2018
129 f.

Orientadora: Letícia Passos Affini

Dissertação (Mestrado)- Universidade Estadual
Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação, Bauru, 2018

Linguagem Audiovisual. 2. Crossover. 3. Marca. 4.
Marvel. 5. Netflix. I. Universidade Estadual Paulista.
Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II.
Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE LAÍS MARIA FERMINO DE SOUZA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

Às 19 dias do mês de março do ano de 2018, às 10:00 horas, no(a) Sala de Reuniões da Seção Técnica de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. LETICIA PASSOS AFFINI - Orientador(a) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Profa. Dra. REGINA CÉLIA BAPTISTA BELLUZZO do(a) Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia / Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação - UNESP/ Campus de Bauru e Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação / Faculdade de Filosofia e Ciências - UNESP/ Campus de Marília, Profa. Dra. GLAUCIA ENEIDA DAVINO do(a) Centro de Comunicação e Letras - CCL / UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de LAÍS MARIA FERMINO DE SOUZA, intitulada **EXPANSÃO DA MARCA POR MEIO DO CROSSOVER: Estudo de Caso das séries Marvel produzidas para a plataforma Netflix**. Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: _____

aprovada da _____. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Leticia Affini
Profa. Dra. LETICIA PASSOS AFFINI

Regina Belluzzo
Profa. Dra. REGINA CÉLIA BAPTISTA BELLUZZO

Glauca Davino
Profa. Dra. GLAUCIA ENEIDA DAVINO

AGRADECIMENTOS

Agradeço veementemente a todos que acompanharam essa longa jornada de estudos, conhecimento, dificuldades e amadurecimento. A minha família, orientadora, amigos, colegas de trabalho, parceiros e entes queridos que de alguma forma me estimularam a persistir. Obrigada Unesp, docentes, discentes, funcionários e todos aqueles que estão envolvidos com a faculdade e o Programa de Mestrado e a banca da defesa.

SOUZA, L.M. F. **Expansão da marca por meio do *crossover***: Estudo de Caso das séries Marvel produzidas para a plataforma Netflix, 2018, 129 f. Trabalho de Conclusão (Mestrado Mídia e Tecnologia) - FAAC - UNESP, sob a orientação da Prof^a. Dr^a Letícia Passos Affini, Bauru, 2018.

RESUMO

A Marvel utiliza o *crossover*, elemento característico da narrativa complexa, em seu universo transmídia e articula suas personagens em grandes arcos narrativos. Para atingir um maior número de consumidores, o Universo Cinematográfico Marvel (UCM) compõe-se de filmes, séries para a televisão e Netflix e *webisodes*. Nesse sentido, o objetivo geral da pesquisa é observar como a marca Marvel amplia seu universo ficcional por meio das séries e pela utilização de elementos *crossovers*. Estabeleceu-se, então, a seguinte pergunta de pesquisa: como a articulação dos elementos *crossover* consolida e expande o Universo Marvel? Iniciou-se o estudo por meio da revisão bibliográfica, junto aos autores Andrea Semprini, Henry Jenkins, Carlos Scolari e Jason Mittell. Determinou-se como objeto de pesquisa as séries “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro” e como metodologia da pesquisa o estudo de caso de Robert K. Yin. Para estruturar o trabalho e analisar as obras escolhidas, foram utilizados os conceitos de “causalidade, tempo, e espaço”, desenvolvidos por David Bordwell e Kristin Thompson. Para a melhor assimilação dos resultados, os conceitos dos autores foram adaptados nas categorias “personagem, ação e espaço”, as quais possibilitam estabelecer o “elemento *crossover*”. Realizou-se a desconstrução de 65 (sesenta e cinco) episódios, contendo, cada uma das obras analisadas, 13 (treze) episódios. Observou-se durante o estudo a possibilidade de se estabelecer diferentes tipos de elementos *crossovers*. A fim de distingui-los, foram criadas quatro categorias: *crossover* de personagem, *crossover* de espaço, *crossover* de ação e *crossover* de objeto. As categorias descritas acima foram subdivididas em elementos *crossovers* internos, ou seja, encontradas dentro das quatro séries realizadas para a Netflix; elementos *crossovers* externos, referentes às obras do Universo Cinematográfico Marvel para cinema, televisão, curta-metragem e *webisodes*; e elementos *crossovers* internos e externos, os quais englobam tanto as séries Netflix como as obras do Universo Cinematográfico Marvel. Como resultado da desconstrução dos 65 (sessenta e cinco) episódios, foram encontrados 215 (duzentos e quinze) elementos *crossovers*. Considera-se que esses elementos, apontados na desconstrução das produções, integram personagens, espaços e ações de diferentes

narrativas e propiciam imersão, o denominado *drill* dentro do Universo Marvel. Desse modo, o consumidor dos produtos Marvel para a Netflix está apto a detectar as áreas de intersecção e ampliar, de modo exponencial, a compreensão do universo ficcional. Com tudo, a Marvel torna-se exemplo de convergência entre narrativas ao ousar e fazer uso ferrenho da tecnologia e de estratégias audiovisuais a seu favor. Essa postura da empresa não só fideliza e cativa públicos, como também lança a marca como uma potência mercadológica no ramo do entretenimento.

Palavras-chave: Linguagem Audiovisual. Crossover. Marca. Marvel. Netflix.

SOUZA, L.M. F. **Expansão da marca por meio do crossover**: Estudo de Caso das séries Marvel produzidas para a plataforma Netflix, 2018, 129 f. Trabalho de Conclusão (Mestrado Mídia e Tecnologia) - FAAC - UNESP, sob a orientação da Prof^a. Dr^a Letícia Passos Affini, Bauru, 2018.

ABSTRACT

Marvel uses the crossover, characteristic element of the complex narrative, in its transmedia universe and articulates its characters in wide narrative arcs. To reach a larger number of consumers, the Marvel Cinematographic Universe (MCU) consists of movies, television and Netflix series and webisodes. In this sense, the overall objective of the study is to observe how the Marvel brand expands its fictional universe through the Netflix series and the use of crossover elements. The following research question was then established: how does the articulation of the crossover elements consolidate and expand the Marvel Universe? The study was initiated by the authors Andrea Semprini, Henry Jenkins, Carlos Scolari and Jason Mittell. The "Daredevil", "Jessica Jones", "Luke Cage" and "Iron Fist" series were determined as the research object and as a research methodology the case study of Robert K. Yin. In order to structure the work and analyze the chosen objects, the concepts of "causality, time and space" developed by David Bordwell and Kristin Thompson were used. For the better assimilation of the results, the concepts of the authors were adapted in the categories "character, action and space", which made possible the establishment of the "crossover element." Sixty-five episodes were deconstructed, each containing one of the series analyzed, 13 (thirteen) episodes. To examine the crossover in the series, we started with the definition "character crossover" pointed out in the studies of Guerrero-Pico and Scolari. Throughout the analysis, it was possible to establish different types of crossovers, in addition to the already established "character crossover". Thus, in order to distinguish them, were added to the study three more categories: space crossover, action crossover and object crossover. The classical and created categories, described above, were subdivided into internal crossover elements, that is, found within the four series realized for Netflix; external crossover elements, referring to the works of the Marvel Cinematographic Universe for cinema, television, short film and webisodes; and internal and external crossover elements, which encompass both the Netflix series and the works of the Marvel Cinematographic Universe. At the end of the study, the crossover matrix category was added to classify the crossover elements of greater relevance in the narrative, that is, that appear three or more times within the

same analyzed episode. As a result of the deconstruction of the 65 (sixty-five) episodes, we found 215 (two hundred and fifteen) crossover elements, sum of the crossover and crossover matrices found in the five series analyzed. It is considered that these elements, pointed out in the deconstruction of the productions, integrate characters, spaces and actions of different narratives and provide immersion, drill, within the Marvel Cinematographic Universe. In this way, the consumer of Marvel products for Netflix is able to detect the areas of intersection and magnify, in an exponential way, the understanding of the fictional universe. With everything, Marvel becomes an example of convergence between narratives when daring and making use of technology and audiovisual strategies in their favor. This position of the company not only engage loyalty and captive public, but also launches the brand as a marketing power in the entertainment business.

Keywords: Audiovisual Language. Crossover. Brand. Marvel. Netflix.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Produções audiovisuais Marvel (2008 – 2017).....	19
Quadro 2 – Sujeitos da pesquisa.....	44
Quadro 3 – Categorias para análise <i>crossover</i>	47
Quadro 4 - Categorias <i>crossovers</i> encontradas.....	48
Quadro 5 – Siglas das categorias <i>crossovers</i> encontradas.....	49
Quadro 6 - Exemplo de desconstrução, indicando na coluna <i>crossover</i> , as siglas determinadas no Quadro 5.....	50
Quadro 7 - Exemplo de desconstrução, indicando na coluna <i>crossover</i> o nome “matriz” e a siglas determinadas no Quadro 5.....	51
Quadro 8 – Desconstrução “Demolidor – 1º Temporada” por meio das categorias <i>crossovers</i> estabelecidas.....	52
Quadro 9 - Quantidade de <i>crossovers</i> por episódio em “Demolidor – 1ª Temporada”.....	56
Quadro 10 - Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por episódio em “Demolidor – 1ª Temporada”.....	57
Quadro 11 – Quantidade de <i>crossovers</i> por categoria em “Demolidor – 1ª Temporada”.....	57
Quadro 12 - Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por categoria em “Demolidor – 1ª Temporada”.....	58
Quadro 13 - <i>Crossovers</i> totais em “Demolidor – 1ª Temporada”.....	58
Quadro 14 - Desconstrução “Jessica Jones- 1ª Temporada” por meio das categorias <i>crossovers</i> estabelecidas.....	58
Quadro 15 - Quantidade de <i>crossovers</i> por episódio em “Jessica Jones – 1ª Temporada”.....	64
Quadro 16 – Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por episódio em “Jessica Jones – 1ª Temporada”.....	64
Quadro 17 - Quantidade de <i>crossovers</i> por categoria em “Jessica Jones – 1ª Temporada”.....	65
Quadro 18 - Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por categoria em “Jessica Jones – 1ª Temporada”.....	65
Quadro 19 - <i>Crossovers</i> totais em “Jessica Jones - 1ª Temporada”.....	65

Quadro 20 – Desconstrução de “Demolidor- 2ª temporada” por meio das categorias <i>crossovers</i> estabelecidas.....	66
Quadro 21 - Quantidade de <i>crossovers</i> por episódio em “Demolidor – 2ª Temporada”	80
Quadro 22- Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por episódio em “Demolidor – 2ª Temporada”	80
Quadro 23 - Quantidade de <i>crossovers</i> por categoria em “Demolidor – 2ª Temporada”	81
Quadro 24 - Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por categoria em “Demolidor – 2ª Temporada”	81
Quadro 25 - <i>Crossovers</i> totais em “Demolidor – 2ª Temporada”	82
Quadro 26 – Desconstrução de “Luke Cage - 1ª Temporada” por meio das categorias <i>crossovers</i> estabelecidas.....	82
Quadro 27 - Quantidade de <i>crossovers</i> por episódio em “Luke Cage - 1ª Temporada”	98
Quadro 28 - Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por episódio em “Luke Cage - 1ª Temporada”	98
Quadro 29 - Quantidade de <i>crossovers</i> por categoria em “Luke Cage - 1ª Temporada”	99
Quadro 30 - Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por categoria em “Luke Cage - 1ª Temporada”	100
Quadro 31 - <i>Crossovers</i> totais em “Luke Cage - 1ª Temporada”	100
Quadro 32 – Desconstrução de “Punho de Ferro - 1ª Temporada” por meio das categorias <i>crossovers</i> estabelecidas.....	100
Quadro 33 - Quantidade de <i>crossovers</i> por episódio em “Punho de Ferro - 1ª Temporada”	108
Quadro 34 - Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por episódio em “Punho de Ferro - 1ª Temporada”	109
Quadro 35 - Quantidade de <i>crossovers</i> por categoria em “Punho de Ferro – 1ª Temporada”	110
Quadro 36 - Quantidade de matrizes <i>crossovers</i> por categoria em “Punho de Ferro - 1ª Temporada”	110
Quadro 37 - <i>Crossovers</i> totais em “Punho de Ferro – 1ª Temporada”	110
Quadro 38 – <i>Crossovers</i> totais das séries analisadas.....	111

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UM – Universo Marvel

UCM – Universo Cinematográfico Marvel

CPI – *Crossover* de personagem interno

CPE – *Crossover* de personagem externo

CPIE – *Crossover* de personagem interno e externo

CEI – *Crossover* de espaço interno

CEE – *Crossover* de espaço externo

CEE – *Crossover* de espaço interno e externo

CAI – *Crossover* de ação interno

CAE – *Crossover* de ação externo

CAIE – *Crossover* de ação interno e externo

COI – *Crossover* de objeto interno

COE – *Crossover* de objeto externo

COIE – *Crossover* de objeto interno e externo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 APRESENTAÇÃO	14
2.1 Conceituando a Marvel: evolução das narrativas quadrinísticas	14
2.2 Marvel: de editora a produtora audiovisual	16
2.3 Netflix: história e desenvolvimento	21
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	26
3.1 Expandindo o conteúdo Marvel: a narrativa transmídia complexa	26
3.1.1 Cultura de séries: engajamento Netflix e entre fãs	30
3.1.2 Características das obras Marvel na Netflix	33
3.2 Estratégias de marca no contexto contemporâneo	35
3.2.1 Aspectos simbólicos da marca	36
3.2.2 O projeto Marvel	37
4 PLANO METODOLÓGICO	41
4.1 Tipos de pesquisa	41
4.1.1 Fontes de pesquisa	42
4.2 Estudo de caso	43
4.3 Definição do universo	43
4.3.1 Caracterização do universo	44
4.4 Procedimentos de coleta de dados	45
4.5 Coleta de dados	48
5 RESULTADOS	52
5.1 Demolidor – 1ª Temporada	52
5.2 Jessica Jones – 1ª Temporada	58
5.3 Demolidor – 2ª Temporada	66
5.4 Luke Cage – 1ª Temporada	82
5.5 Punho de Ferro – 1ª Temporada	100
5.6 Resultado geral	111
6 DISCUSSÃO E ANÁLISE	112
6.1 Demolidor – 1ª Temporada	112
6.2 Jessica Jones – 1ª Temporada	113
6.3 Demolidor – 2ª Temporada	115
6.4 Luke Cage – 1ª Temporada	116
6.5 Punho de Ferro – 1ª Temporada	118
6.6 Considerações gerais de todas as séries	120
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	123
7.1 Estudos futuros	127
REFERÊNCIAS	128

1 INTRODUÇÃO

Produzidas para o serviço de *streaming* Netflix, as séries “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro”, possibilitam imersão do consumidor no universo ficcional Marvel, como também ofertam novas experiências, por meio de narrativas complexas, compostas por elementos que estimulam a fruição cultural. Sendo assim, a pesquisa busca responder: Como a articulação dos elementos *crossover* consolidam e expandem o Universo Marvel?

Desse modo, o objetivo geral desta pesquisa é observar como a marca Marvel amplia seu universo ficcional por meio da utilização de elementos *crossovers*. A fim de aprofundar o estudo, também são delimitados alguns objetivos específicos, tais como apresentar a trajetória da marca Marvel e discutir a incorporação da Netflix na cadeia audiovisual da empresa; observar como a utilização da narrativa transmídia complexa contribui para a expansão do Universo Cinematográfico Marvel; discutir a incorporação do *crossover* nas produções Marvel na *Netflix*; dicorrer como este estilo narrativo complexo, amparado pelo audiovisual, oferece elementos para a imersão do espectador no Universo Cinematográfico Marvel.

A partir dos objetivos traçados, a seção dois irá introduzir elementos pertinentes ao tema da pesquisa, a fim de traçar uma linha de desenvolvimento do estudo a partir da evolução das narrativas quadrinísticas e a sua relação com a Marvel. Haverá comentários sobre adaptação, uma vez que a pesquisa centra seus estudos em obras audiovisuais. Será percorrida a trajetória da marca Marvel e apresentar-se-ão as obras audiovisuais do seu universo ficcional, o qual está em pleno desenvolvimento. Também será feita uma apresentação da plataforma Netflix, suas particularidades e seus serviços, os quais a tornam destaque no contexto audiovisual contemporâneo.

A seção três, “Expandindo o conteúdo Marvel: a narrativa transmídia complexa”, aborda o consumo das narrativas seriadas, bem como sua expansão nos últimos anos, especialmente por meio da plataforma Netflix. Também são delineadas, nessa seção, as estratégias narrativas transmídia e complexa, essenciais para a manifestação da marca Marvel nas obras escolhidas como sujeitos da pesquisa. A segunda parte do capítulo, “Estratégias de marca no Contexto Contemporâneo”, apresenta os conceitos de marca utilizados no cenário convergente atual. Será comentada a inserção das marcas no espaço social dos consumidores e como está

se tornou parte intrínseca das organizações ao difundir seus valores, crenças e posturas através de características simbólicas e não somente funcionalistas de seus produtos. Discutem-se, também, as estratégias realizadas pelas marcas em um cenário competitivo e tecnológico. Dessa maneira, delinea-se a pesquisa para a marca Marvel, comentam-se quais as suas estratégias e como a incorporação da plataforma Netflix auxilia sua expansão.

A quarta seção aborda o “Plano metodológico” da pesquisa. Nela, será justificada toda a metodologia escolhida para o estudo, desde a escolha das obras analisadas até os métodos de análise, visualização e coleta de dados. A parte da coleta de dados ganha destaque, uma vez que o Estudo de Caso, amparado teoricamente pelos autores Bordwell e Thompson (2013) e Guerrero-Pico e Scolari (2016), permitiu a elaboração das categorias de análise, e delineou os critérios a serem observados nas obras.

A quinta seção, “Resultados”, apresenta, na prática, a metodologia utilizada para a desconstrução das obras, a fim de explicar como foi feita a contagem dos *crossovers*. Expõe o resultado de cada obra, de forma qualitativa e expositiva.

Na seção seis, “Discussão e Análise”, a fim de demonstrar a importância do *crossover* no Universo Cinematográfico Marvel, realiza-se a análise individual das obras, com o intuito de salientar as particularidades *crossovers* de cada uma delas. Ao final do capítulo, faz-se a análise geral das obras desconstruídas e os comentários a cerca dos *crossovers* encontrados.

Na sétima e última seção da dissertação, “Considerações”, expressam-se os conceitos difundidos ao longo da pesquisa, articulando-os aos resultados obtidos e às análises elaboradas. Por fim, discorrem-se sobre implicações futuras das informações e conhecimentos adquiridos ao longo do desenvolvimento do estudo.

2 APRESENTAÇÃO

2.1 Conceituando a Marvel: evolução das narrativas quadrinísticas

O cinema e as Histórias em Quadrinhos (HQs) são veículos de comunicação e informação; desenvolvidos no final do século XIX, apresentam semelhanças em suas estruturas narrativas, como cortes, planos, decupagem e enquadramentos (CIRNE, 2001). O quadrinista Will Eisner categoriza as HQs como arte sequencial, “{...} uma forma artística e literária que lida com a disposição de figuras ou imagens e palavras para narrar uma história ou dramatizar uma ideia” (EISNER, 1999, p. 5). O autor considera a existência de um diálogo entre as histórias em quadrinhos e o cinema, pois ambos lidam com palavras e imagens.

O audiovisual trabalha com o som e as imagens em movimento, e as HQs criam uma alusão a esses aspectos ao incorporar elementos gráficos a partir de uma plataforma estática (EISNER, 1999). Ainda sobre a afinidade entre as duas mídias, McCloud (1995, p. 8) define os fotogramas sequenciados de um filme como “{...} um gibi muito, muito, muito lento”. É possível se verificar, recentemente, um intenso processo de convergência entre esses veículos, em especial referente à produção de adaptações cinematográficas das aventuras de super-heróis, sendo a Marvel uma poderosa organização do ramo do entretenimento, responsável por levar às telas de cinema do mundo todo as aventuras das suas personagens.

Joseph Campbell (1998) esclarece que é do sonho que surge o mito. E, assim, os super-heróis caracterizam-se como mitos contemporâneos, entidades aptas a liderar o indivíduo rumo a um futuro de plenitude pessoal e social. As narrativas de super-heróis retomam os mitos clássicos, atuam no imaginário humano como personificação da redenção, justiça e responsabilidade. Campbell (1998) explica que uma das funções do herói é morrer como o homem comum e renascer como um ser eterno e pleno e, dessa maneira, difundir os ensinamentos de vida que aprendeu para a sociedade.

Os super-heróis, portanto, transitam no inconsciente do público e essa facilidade de reconhecimento ratifica o interesse do espectador, tanto do fã quanto daquele que só busca o conteúdo eventualmente, para se entreter.

A evolução das narrativas, como mostra Eisner (2005), ocorre com o passar dos tempos e reflete o comportamento do indivíduo. A Marvel possui essa

característica desde a sua criação, na década de 1940, acompanha a sociedade, seus traços e peculiaridades e, no século XXI, apropria-se da tecnologia a seu favor. “Com o passar dos séculos, a tecnologia propiciou o surgimento do papel, das máquinas de impressão, armazenamento eletrônico e aparelhos de transmissão. Enquanto evoluíam, esses aperfeiçoamentos também afetaram a arte da narrativa” (EISNER, 2005, p. 12).

A Marvel apresenta dificuldade em alinhar, principalmente em relação à manutenção da fidelidade entre a obra original e a adaptada, o público das HQs e o do cinema, uma vez que cada nicho usufrui, de modo particular, dessas duas mídias. O termo “fidelidade” reflete o sentimento de euforia ou frustração do espectador que, ao assistir um filme adaptado, pode ou não encontrar as características principais da mídia original. A falta de fidelidade ocorre quando a nova produção não consegue atender as expectativas do espectador, ou seja, “{...} não consegue captar aquilo que entendemos ser a narrativa, temática, e características estéticas fundamentais em sua fonte literária” (STAM, 2008, p.20). Nos processos de adaptação, é destacado o termo “tradução intersemiótica”, discutido por Júlio Plaza (2008) e sustentado pelos estudos semióticos de Charles S. Peirce (2010). A intersemiose, ao representar o diálogo entre dois textos distintos, permite não só a comparação entre esses dois ou mais meios, como também defronta o leitor com uma nova obra. Desse modo, pode-se dizer que:

Temos, assim, que o novo não é tão novo, mas é comparável dialeticamente com o antigo (existente). De outro ângulo, o novo depende do devir, isto é, da recepção e do repertório, como medida de informação que se dá entre o previsível e o imprevisível, entre banalidade e originalidade (PLAZA, 2008, p.8).

Stam (2008) recorda que essa rede intertextual não deprecia essa ou aquela narrativa, e sim enriquece a experiência e a complexidade das mesmas. Para o autor, a mudança do meio de comunicação é um elemento crucial, ao tratar da fidelidade das adaptações; o novo produto, remodelado, além de tornar-se diferente da obra-mãe é inevitavelmente original, visto que houve mudança de uma mídia para a outra. Essa releitura da trama é significativa para a criação de algo inédito, caso contrário não haveria a necessidade de uma adaptação.

2.2 Marvel: de editora a produtora audiovisual

De acordo com Viana (2005), o surgimento dos super-heróis remete aos contextos históricos e sociais, principalmente aqueles manifestados pela crise de 1929 nos Estados Unidos e a emergência da Segunda Guerra Mundial. O autor comenta que o período da delicada situação social e financeira ascendeu à necessidade da criação de um indivíduo forte e resistente: um verdadeiro herói. O ano de 1939, que marcou o início da Segunda Guerra Mundial, é também o mesmo do surgimento do que conhecemos, hoje, por *Marvel Comics*.

Martin Goodman foi o fundador da pequena editora, situada em Nova Iorque, originalmente batizada de *Timely Comics*, produtora de revistas em quadrinhos com conteúdo sobre o dia a dia, a abordagem de temas diversos, desde a Guerra até narrativas de cunho leve e divertido. Martin decidiu expandir suas aventuras para o segmento dos super-heróis e publicou a revista *Marvel Comics*#1. Em 1941, período conturbado por conta da II Guerra, foi sensata a criação de um super-herói patriota e soldado: Capitão América, símbolo da resistência americana contra o Fascismo.

O documentário “Marvel: From Pulp to Pop! (2014)”, produzido pela ABC, relata alguns dos momentos dos 75 (setenta e cinco) anos de trajetória da empresa. Segundo a produção, com o fim da Segunda Guerra Mundial, as histórias sobre os super-heróis tiveram uma grande baixa, o público se distanciou do tema e passou a procurar outras formas de leitura ou de se distrair. Em vista disso, Stan Lee, escritor e editor da agora chamada *Atlas*, revolucionou a indústria dos quadrinhos ao criar o grupo “Quarteto Fantástico”, em 1961. Pela primeira vez, foi dado um tom mais realista às personagens, e o herói foi aproximado do cotidiano dos leitores. Com seus parceiros, Jack Kirby e Steve Ditko, Lee lançava novos personagens, que se tornariam ícones do mundo pop, como Homem-Aranha, Thor, X-Men e Homem de Ferro.

A editora, já denominada *Marvel Comics*, nessa época adquiriu aderência popular devido à representatividade e à diversidade e seus personagens eram inspirados nas minorias, e atraíram um maior número de indivíduos. Sean Howe (2013) aponta, em seus estudos sobre a Marvel, que na década de 1970 Martin Goodman deixou a editora e passou o cargo para Stan Lee, o qual prosseguiu com trabalhos criativos e de muito sucesso. Nesse período, os estúdios de televisão e cinema são atraídos para o mundo dos quadrinhos, realizam-se produções como o

filme do Capitão América, em 1979, e a conhecida série do Incrível Hulk, exibida entre 1978 e 1982 (HOWE, 2013).

Na década de 1980, germinavam nas HQs temas mais sombrios e sérios, o anti-herói ganhou destaque, o mercado respondia bem às publicações e foi uma época produtiva financeiramente para a Marvel. Entretanto, segundo o documentário *Marvel: From Pulp to Pop!* (2014), no final da década de 1980 e começo dos anos 1990, as ações da empresa começam a declinar e a organização beirou a falência: para sobreviver à crise financeira, a solução encontrada foi a venda dos direitos de adaptação de diversos personagens para outras produtoras, como *Fox Films* e *Sony Pictures*.

Ainda através do documentário, tem-se conhecimento dos próximos passos da Marvel, culminando nos anos 2000. Nesse período, Joe Quesada é nomeado redator-chefe da Marvel e emergem novos ânimos e perspectivas para a retomada do crescimento da empresa. Uma das estratégias é a inserção de conflitos políticos nas tramas; tem-se, como exemplo, a trama “Guerra Civil”, publicada entre os anos de 2006 e 2007, nas HQs.

A Marvel, ao procurar novas formas de participação no mercado e também estreitar seu relacionamento com os fãs, decide iniciar a produção de filmes por meio da *Marvel Studios*. 2008 é o ano de origem não só do Universo Cinematográfico Marvel (UCM), mas também do filme “Homem de Ferro” – bem como do notável sucesso da empresa.

É essencial entender o que se chama, nesta pesquisa, de Universo Cinematográfico Marvel (UCM). O Universo Marvel (UM) contempla todas as mídias, tais como *games*, HQ's, livros e todo material com o selo da marca Marvel. Dentro do Universo Marvel há o UCM, que contempla as produções audiovisuais (filmes, séries para TV, séries para a Netflix, curta-metragens, *websodes*). Ou seja, o UCM é a adaptação audiovisual das personagens construídas originalmente pela *Marvel Comics*. As produções são realizadas de forma independente, pela *Marvel Studios*, e possuem arcos narrativos, cenários, personagens e situações que se entrelaçam. Em “Homem de Ferro”, o UCM se manifesta por meio do acréscimo de uma cena pós-crédito e, assim, sutilmente, a Marvel começou a inserir o espectador em seu universo ficcional. A produção chamou a atenção de todo o mundo, e de uma organização em particular, *The Walt Disney Company*, que, em 2009, comprou a Marvel e a colocou

em um novo patamar no mercado mundial; até a elaboração deste estudo, a *Marvel Studios* realizou quatorze produções para o cinema.

A Marvel também se aproveitou do advento tecnológico para expandir, com maestria, o seu Universo e evoluir suas narrativas. As divisões *Marvel Television* e *Marvel Studios* exibem/exibiram a série “Agentes da S.H.I.E.L.D” (2013 – até o presente momento) e “Agente Carter” (2015 e 2016), pela emissora de televisão norte-americana ABC. Os seriados também estão disponíveis na plataforma de *streaming* Netflix, distribuidora exclusiva das séries que serão o objeto desta pesquisa: “Demolidor” (com duas temporadas até o momento) “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro” (com uma temporada cada, até o momento). A série “Os Defensores”, que reúne os heróis “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro”; e “Justiceiro”, com foco na personagem Frank Castle, apresentada na segunda temporada de “Demolidor”, foram estreados no segundo semestre de 2017 e não entraram como objeto de estudo.

A produção audiovisual também inclui cinco curtas-metragens, intitulados *Marvel One-Shots*, inseridos nos *Blu-Rays* dos filmes Marvel. Os dois primeiros curtas são desenvolvidos antes e depois dos eventos de “Thor”; o terceiro sucede “Os Vingadores”; o quarto é sobre eventos de “Capitão América: O Primeiro Vingador”, e o quinto se passa depois dos acontecimentos de “Homem de Ferro 3”.

Para construir um universo coeso e abundante em detalhes, a Marvel divide suas produções em fases, criando arcos narrativos articulados e expandidos. São ofertadas diversas possibilidades de desfecho para o espectador, instigando a imersão do mesmo nesse universo. Atualmente, a empresa está na Fase 3, inaugurada em 28 de abril de 2016 pelo filme “Capitão América: Guerra Civil”.¹

O que faz da Marvel uma marca de sucesso é a sua capacidade de dialogar com os mais diversos segmentos de público e de se apoderar das ferramentas tecnológicas pra engajar seus fãs e o público em geral. Existe espaço para os fãs das HQs, do conteúdo audiovisual, dos *games* e para os apreciadores da cultura pop, que consideram a marca arrojada e interessante. Em relação ao UCM a quantidade de filmes contribui para a construção de uma comunidade de consumidores do subgênero de super-heróis. As produções englobam vários tipo de público, incluindo

¹ As informações referentes às produções e às divisões da Marvel foram extraídas do site <https://omelete.uol.com.br/marvel-cinema/>.

aqueles mais exigentes, fãs e detentores de conhecimento em relação às obras originais e seu universo.

O universo transmídia da empresa emerge nesse contexto de narrativas, contadas de modo diferenciado por meio dos dispositivos tecnológicos. Assim, o interesse principal deste estudo é observar a incorporação da Narrativa complexa transmídia como estratégia de expansão do Universo Cinematográfico Marvel. Para isso, escolheram-se as séries da Netflix “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro”. É importante pontuar a existência de outras obras, após o lançamento de “Punho de Ferro”: “Os Defensores” e o “Justiceiro”, lançadas em 2017. As produções não entraram na pesquisa por motivo de tempo de desenvolvimento da mesma. Ademais, o universo ficcional das séries não está finalizado e novas temporadas ainda irão estrear. Portanto, o estudo apresenta apenas uma parte de um universo em desenvolvimento.

Exibem-se, no Quadro 1, as produções do UCM já lançadas, a fim de expor a sua magnitude. Esse panorama é importante para a visualização da produção audiovisual, que se cruza, formando o “*crossover*”, conceito crucial para a manifestação transmídia do projeto Marvel. Embora o foco da pesquisa seja as séries denominadas *on demand*, para a Netflix, julgou-se importante esta demonstração de todo o UCM em construção.

Quadro 1 – Produções audiovisuais Marvel (2008 – 2017)

	Filmes	Séries (Televisão e Netflix)	Curta-metragem (<i>Marvel One Shot</i>)	Websodes	Ano
Fase 1	Homem de Ferro O Incrível Hulk	X	X	X	2008
	Homem de Ferro 2	X			2010
	Thor Capitão América: O Primeiro Vingador	X	O Consultor Uma Coisa Engraçada Aconteceu no Caminho para o Martelo de Thor		2011

	Os Vingadores	X	Artigo 47		2012
Fase 2	Homem de Ferro 3 Thor 2: O Mundo sombrio	Agentes da S.H.I.E.L.D (1ª temporada) Agentes da S.H.I.E.L.D (1ª temporada)	Agente Carter Todos Saúdam o Rei		2013
	Capitão América: O Soldado Invernal Guardiões da Galáxia	Agentes da S.H.I.E.L.D (1ª/2ª temporada) Agentes da S.H.I.E.L.D (1ª/2ª temporadas)			2014
	Os Vingadores: A Era de Ultron	Agente Carter (1ªtemporada) Agentes da S.H.I.E.L.D (2ª/3ª temporadas) Demolidor (1ª temporada)			2015
	Homem-Formiga	Jessica Jones (1ª temporada)			2015
Fase 3	Capitão América: Guerra Civil Dr. Estranho	Agente Carter (2ª temporada) Agentes da S.H.I.E.L.D (3ª/4ª temporadas) Demolidor (2ª temporada) Luke Cage (1ª temporada)		Agents of S.H.I.E.L.D.: Slingshot	2016
	Guadiões da Galáxia 2 Homem-Aranha: De volta ao lar Thor: Ragnarok	Agentes da S.H.I.E.L.D (4ªtemporada) Punho de Ferro (1ª temporada) Os Defensores (2017) Justiceiro (2017)			2017

Fonte: créditos da pesquisadora

2.3 Netflix: história e desenvolvimento

Fundada em 1997, a *Netflix* iniciou suas atividades com o serviço de alugueis de DVDs pelo correio, transformando o cenário norte-americano existente até então, concentrado nas lojas físicas. Desse modo, vale lembrar que:

Hastings teve a ideia do Netflix pela primeira vez depois de ir à Blockbuster e descobrir que sua família estava há mais de seis semanas para devolver o filme *Apollo 13*. A fita atrasada lhe custou US\$ 40 em taxas. Mais tarde, a caminho da academia, ele teve seu "momento eureka" quando percebeu que a academia tinha um modelo de negócios muito melhor. "Você podia pagar US\$ 30 ou US\$ 40 por mês e exercitar-se pouco ou tanto quanto você quisesse". Ele argumentou que tinha de haver uma forma semelhante de "ganhar dinheiro alugando filmes sem trapacear com base nos atrasos dos clientes" (BOTSMAN; ROGER, 2011, p. 85).

Conectado a um servidor digital, o espectador pode selecionar, em um conjunto de alternativas, qual vídeo quer ver e em qual momento. O vídeo sob demanda, VOD, é alvo de diversas discussões, que englobam não só a tecnologia, mas a influência dessa nova forma de distribuição no consumo de produtos culturais e no comportamento do usuário de mídia. Primo (2007) avalia que o sistema *on demand* é caracterizado como o nível mais alto de interação, uma vez que o telespectador tem à sua disposição inúmeros produtos. Portanto, o consumidor é o sujeito principal, em um cenário promotor do poder de decisão. Uma das formas de oferecimento de produtos audiovisuais *on demand* pode ser descrita como o *pay-per-view*. Além disso, ressalta-se que:

O *video-on-demand*, levantado por tantos como uma das características mais importantes da televisão interativa, tem se configurado basicamente como serviço de *pay-per-view*. Na modalidade *pay-per-view*, o assinante do serviço de televisão a cabo, mediante débito de um certo valor adicional, pode assistir à exibição de um programa que permanecerá codificado para os outros assinantes que não solicitarem o desbloqueio do sinal e o débito do valor cobrado (PRIMO, 2007, p. 25).

O sistema *pay-per-view* é utilizado pelo *Google Play*, no qual o usuário paga uma taxa para alugar ou comprar o produto de seu interesse, prática semelhante às oferecidas pelas lojas físicas de aluguel e venda de *CDs*, *DVDs* e *Blu-Rays*, comuns no início do século. O serviço oferecido pela *Netflix* é diferenciado do exposto

acima; neste, o usuário realiza uma assinatura e paga mensalidade para ter acesso aos produtos oferecidos. Em seu *blog*, a *Netflix* classifica-se como:

A Netflix é o principal serviço de TV por Internet do mundo, com mais de 100 milhões de assinantes em mais de 190 países assistindo a mais de 125 milhões de horas de filmes e séries por dia, incluindo séries, documentários e filmes originais. O assinante Netflix pode assistir a quantos filmes e séries quiser, quando e onde quiser, em praticamente qualquer tela com conexão à Internet. O assinante pode assistir, pausar e voltar a assistir a um título sem comerciais e sem compromisso (NETFLIX, 2017).

O diferencial da *Netflix* é proporcionar ao seu assinante a possibilidade de desfrutar uma experiência televisiva sem propaganda ou anúncios comerciais. Divergente do modelo de fluxo televisivo convencional, *broadcasting*, o *streaming* empodera o consumidor de produtos audiovisuais, uma vez que este pode pausar, retroceder, parar ou voltar a assistir quando julgar necessário. Para os autores Pescatore e Innocenti (2015), essa diferença do modelo da TV convencional para o modelo *streaming* representa uma reestruturação no ritual de consumo:

Um único episódio (de um seriado) nada mais é do que um ponto de partida para o engajamento do usuário. {...} O ritual que foi enraizado no consumo de TV através do palimpsesto, bem como a lógica do compromisso fixo que determinou a composição de um dia de televisão, no passado, tem sido prejudicado pelas novas tecnologias e pelos novos modos de relacionalidade criada entre o usuário e o meio (PESCATORE; INNOCENTI, 2015, p.10).

Outro fato confrontante à efemeridade característica do modelo televisivo tradicional em fluxo consiste na possibilidade do consumidor rever produções antigas, aquelas assistidas em algum momento de sua trajetória, que trazem algum significado ou remetem a experiências vividas e boas memórias. Desse modo, os produtos disponibilizados na *Netflix* estão sempre vivos e latentes na memória do consumidor. Ademais, a disponibilização *online* facilita a descoberta de novas obras, de gêneros e estilos variados. O consumidor pode deparar-se com produções desconhecidas, ou até mesmo aquelas que ele não pensava em assistir e, conseqüentemente, aumenta seu repertório cultural. Assim, considera-se que:

Uma telefilia de verdade só é possível diacronicamente, ela requer memória e acesso contínuo, com os quais podemos traçar a história dos gêneros e dos formatos, entender suas conformações e, porventura, suas superações. E é no universo do digital, dentro e fora da rede, que se armam os alicerces dessa

espectatorialidade hiperconectada típica de uma cultura das séries, que podemos chamar de *cibertelefilia* (SILVA, 2014, 247).

Para oferecer esse repertório robusto ao consumidor, o conteúdo distribuído pela *Netflix* integra séries, filmes, documentários, novelas, programas humorísticos, entrevistas, esportes, concertos musicais, *stand-ups*, *talk-shows*, entre outros. Nesse vasto catálogo, a série é o gênero em destaque. Ladeira (2013) discorre sobre a incorporação do serviço da plataforma como mais um componente da cadeia audiovisual. Além disso, destaca-se que:

No caso do audiovisual, as etapas de distribuição envolvem a exibição em salas de cinema, o licenciamento para o mercado de DVDs, a autorização para difusão em serviços de televisão por assinatura, a liberação para TVs abertas. Os serviços de streaming, ao invés de romper esta cadeia, constituem-se com outra possibilidade para licenciamento e difusão (LADEIRA, 2013, p.158).

Nesse sentido, para firmar-se no mercado de licenciamento e difusão audiovisual, a *Netflix* procura abranger diferentes gêneros e estilos. Para isso, busca parcerias com renomados estúdios de televisão e cinema, e investe em produções originais para cativar consumidores, baseando-se no conceito de “insatisfação administrável”. Criado pelo já citado Reed Hastings, *CEO* da plataforma, esse conceito avalia o tempo de espera submetido pelos consumidores para acompanhar suas séries favoritas. Portanto:

Você tem que esperar pela sua série que é exibida as quartas-feiras às 20h, esperar pela nova temporada, ver todos os anúncios espalhados em todo lugar sobre a nova temporada, falar com seus amigos no trabalho sobre o quão empolgado você está (GQ *apud* KULESZA; BIBBO, 2013, p.46).

A *Netflix* destaca-se por resgatar séries na iminência de cancelamento pelos seus estúdios originais. Foi o caso da produção *Lilyhammer* (2012), dos estúdios noruegueses NRK. A obra encontrava-se em uma situação delicada por não atingir público suficiente para ser veiculada pela televisão. No entanto, a *Netflix* resolveu intervir em seu cancelamento, investindo em mais duas temporadas, em coprodução com a NRK. Logo, a série passou a ser distribuída pela plataforma, migrando o público para a distribuição *streaming*. Desse modo, a Netflix notou que poderia arriscar em produções originais e cativar mais consumidores: a *Lilyhammer* estimulou a

plataforma a estabelecer parcerias com outros estúdios e produtoras, além de patrocinar e distribuir outras obras audiovisuais. Para Silva (2014, p.250):

A pergunta que fica é: por que uma nova temporada de uma série que foi cancelada por conta de sua baixa audiência da televisão? A resposta mais básica é a de que o Netflix sabe, através de seus sistemas de monitoramento do público, que boa parte da comunidade de fãs [...] utiliza serviços de vídeo sob demanda. É portanto, um público consumidor em potencial, e, como tal, pode ser atraído por algo que ninguém mais pode lhe dar: o retorno de sua série favorita (SILVA, 2014, p. 250).

A classificação “*Netflix Original*” funciona como uma espécie de selo de qualidade do serviço e indica, desde 2013, as produções feitas exclusivamente para a plataforma. O primeiro conteúdo a receber esse selo foi a série *House of Cards*. “Em fevereiro de 2013, a *Netflix* lançou de uma vez todos os 13 episódios da primeira temporada de *House of Cards*, um drama político [...] estrelando Kevin Spacey” (KULESZA; BIBBO, 2013, P.46). Os autores salientam o prestígio da série, ganhadora de diversos prêmios, como Globo de Ouro e *Emmy*. A série foi pioneira ao atingir esse feito, o que representa uma importante consideração a respeito da validação e da credibilidade do modelo *streaming*, e da produção de conteúdo em plataformas digitais.

Ao liberar todos os episódios de suas séries originais de uma só vez, a *Netflix* iniciou um processo que vem “[...] mudando agressivamente o modelo televisivo no que diz respeito à produção, distribuição, consumo e divulgação de conteúdo audiovisual” (KULESZA; BIBBO, 2013, p.46). Ademais, a plataforma contribui para a criação do fenômeno denominado *binge-watching*, ou seja:

[...] o *binge watching*, ou em tradução livre, “assistir até se entupir”. Também pode ser definido como qualquer instância na qual mais de três episódios de uma série dramática de uma hora de duração são consumidos de uma única vez, através de DVD’s ou serviços de *streaming* online (KULESZA; BIBBO, 2013, p.47).

O termo também pode ser compreendido como “maratona”. Nesse contexto, o ato de maratonar as obras é, então, comparado a uma atividade física e de resistência. A expressão entrou para o vocabulário oficial da língua inglesa em 2013, quando o *Oxford Dictionaries* a colocou na lista de “Palavras do Ano”, devido à sua popularidade. Portanto:

A palavra *binge-watch* tem sido usada em círculos de fãs de televisão desde o fim dos anos 1990, mas sua explosão para o uso pela cultura de massa se deu em 2013. O contexto original era assistir a programas em temporadas completas por caixas de DVD, mas a palavra teve seu próprio (*contexto*) com o advento do assistir sob demanda e do *streaming*. Em 2013, *binge-watching* ganhou um novo impulso quando a empresa de *videostreaming* Netflix começou a disponibilizar episódios de sua programação seriada toda de uma vez (Tradução da autora, OXFORD, 2013)².

Em entrevista ao Jornal Folha de São Paulo, em 2015³, o CEO da *Netflix*, Reed Hastings, comentou sobre outro fator favorecedor do serviço prestado pela plataforma: a pirataria. Segundo Hastings, a empresa empenha-se em adquirir os direitos de distribuição de diversas produções para, assim, confrontar os sites que hospedam ilegalmente *downloads* de filmes, séries e outros produtos de mídia.

Nesse sentido, a *Netflix* adquire prestígio ao oferecer ao consumidor amplas possibilidades narrativas. Assim, ao notar o potencial da plataforma, os estúdios *Marvel Television* e *ABC*, produtoras das séries *Marvel* para a televisão, atrelaram-se ao serviço e produziram os objetos de estudo da pesquisa, “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro”, como as produções já citadas “Os Defensores”, “Justiceiro” (estreadas no segundo semestre de 2017). Para o ano de 2018, estão previstas a segunda temporada de “Jessica Jones”, em março; a segunda temporada de “Luke Cage” e a terceira temporada de “Demolidor”. “Punho de Ferro” também foi confirmada para a sua segunda temporada, porém sem data de lançamento, assim como “Justiceiro”. O Universo Marvel está em pleno desenvolvimento e engloba distintas mídias e plataformas. As séries produzidas especialmente para a *Netflix* ampliam o universo ficcional proposto pela marca *Marvel* e ofertam novas possibilidades de imersão para o consumidor.

² The word *binge-watch* has been used in the circles of television fandom since the late 1990s, but it has exploded into mainstream use in 2013. The original context was watching programmes on full-season DVD sets, but the word has come into its own with the advent of on-demand viewing and online streaming. In 2013, *binge-watching* got a further boost when the video-streaming company Netflix began releasing episodes of its serial programming all at once (OXFORD, 2013).

³ <http://www1.folha.uol.com.br/tec/1220698-pirataria-de-filmes-e-termometro-para-formarcatalogo-diz-executivo-chefe-do-netflix.shtm>

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Expandindo o conteúdo Marvel: a narrativa transmídia complexa

O uso das Tecnologias da Informação e Comunicação, assim como todas as ferramentas delas decorrentes, como a convergência dos meios e o acúmulo de informações a cerca dos hábitos de consumo do receptor, alteram o panorama das organizações de entretenimento. Assim, o ciberespaço destaca-se como alternativa rápida, dinâmica, inovadora e facilitadora para a interação entre os usuários e as empresas. Nas palavras do Pierre 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).

Nessa conjuntura, ao utilizar os dispositivos tecnológicos, o usuário digital detém o poder de transformar seu papel como consumidor de mídia. A cultura participativa confronta a antiga teoria da passividade dos indivíduos em relação aos meios de comunicação. O ciberespaço, a rede, propicia e permite que ele se torne formador de conteúdo ao compartilhar ideias e experiências, uma vez que:

O poder da participação vem não de destruir a cultura comercial, mas de reescrevê-la, modificá-la, corrigi-la, expandi-la, adicionando maior diversidade de pontos de vista, e então circulando-a novamente, de volta às mídias comerciais. Interpretada nestes termos, a participação torna-se um importante direito político. O surgimento de novas tecnologias sustenta um impulso democrático para permitir que mais pessoas criem e circulem mídia. Às vezes a mídia é planejada para responder aos conteúdos dos meios de massa – positiva ou negativamente – e às vezes a criatividade alternativa chega a lugares que ninguém na indústria da mídia poderia imaginar (JENKINS, 2008, p. 326).

Dentro dessa perspectiva, o pesquisador Henry Jenkins (2008) constatou a apropriação dos consumidores em relação às novas ferramentas digitais e produções midiáticas. As narrativas transmídias configuraram-se através da expansão de seus universos ficcionais em múltiplas plataformas midiáticas. Assim, cada texto, em uma mídia diferente, colabora, de forma individual e específica, para a compreensão do todo. A narrativa transmídia refere-se à “[...] estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa da comunidade de

conhecimento” (JENKINS, 2008, p.49). Quando essas histórias são consumidas ao todo, a experiência do indivíduo é mais completa e profunda.

A transição da narrativa entre os meios de comunicação, principalmente digitais, atribui aspectos virtualizados à história e propicia um cenário ideal para propagar a narrativa de forma onisciente. Na cultura participativa, os acontecimentos são gerados, interpretados, ressignificados e transmitidos de formas diversas pelos usuários conectados, que interagem entre si e acumulam as informações em um trabalho colaborativo, no qual cada participante sustenta a atividade do próximo, corroborando com a inteligência coletiva. Desse modo, pode-se dizer que:

A narrativa transmídia 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, 2008, p.49).

Para o autor, uma narrativa transmidiática é bem-sucedida ao exibir partes fragmentadas em diferentes mídias, e não redundantes, de uma história, evitando a conclusão rápida do desfecho narrativo pelos espectadores. Este processo é, portanto, estratégico e instiga o público a consumir mais produtos relacionados ao universo ficcional. Para nutrir a atenção dos indivíduos, são lançados materiais complementares à história central, como quadrinhos, séries e curtas-metragens, satisfazendo a vontade por novas informações de fãs mais exaltados. O universo continua a ser expandido nesses conteúdos independentes e oferece inesperados níveis de revelação, experiência e imersão para os consumidores.

É importante citar a abordagem do pesquisador Robert Pratten, uma vez que o estudioso, entre outros apontamentos, discorre sobre a não linearidade e a fragmentação de conteúdo transmídia. Vale lembrar que:

Os vários tipos de narrativa transmídia podem ser pensados nos termos seguintes: Os espaços narrativos cobertos (localização, personagens, tempo); O número e o tempo relativo das plataformas (sequencial, paralelo, simultâneo, não-linear); e extensão e o tipo de envolvimento do público

(passivo, ativo, interativo, colaborativo (Tradução a autora, TRANSMÍDIA STORYTELLER, 2017)⁴.

Dessa forma, a narrativa transmídia pretende não só criar engajamento com o seu público alvo, mas sustentar um vínculo com o mesmo. Essa relação, de mão dupla, preenche os anseios de consumo do espectador e retorna o investimento da empresa. Henry Jenkins discorre sobre a garantia de sucesso financeiro da transmídia:

A leitura através da mídia sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. (...) Tal abordagem multifacetada para contar histórias vai permitir um modo mais sofisticado, complexo, e gratificante de fazer surgir a narrativa para além das limitações de entretenimento comercial. Mas isso também faz sentido economicamente falando. Diferentes meios para atrair diferentes nichos de mercado. Filmes e programas de televisão, provavelmente possuam audiência mais diversificada do que quadrinhos e jogos. Uma boa franquia transmídia atrai um público mais amplo, lançando o conteúdo de forma diferente em diferentes mídias. Se cada trabalho individualmente oferece novas experiências, então um mercado transmídia irá expandir o potencial bruto dentro de qualquer mídia individual (JENKINS, 2003, p. 3).

Esse cenário midiático convergente e transmidiático propicia a ascensão da narrativa complexa, caracterizada por Jason Mittel como “[...] uma redefinição de formas episódicas sob a influência da narração em série” (MITTEL, 2012, p.36). Embora a sua pesquisa seja específica sobre as narrativas seriadas da televisão norte-americana, o modelo complexo pode ser atribuído ao formato *on demand* e via *streaming*.

[...] a complexidade narrativa oferece uma gama de oportunidades criativas e uma perspectiva de retorno do público que são únicas no meio televisivo. Ela deve ser estudada e entendida como um passo chave na história das formas narrativas televisivas. Podemos pensar que a fruição proporcionada por narrativas complexas são mais ricas e mais multifacetadas do que aquela oferecida pela programação convencional (MITTEL, 2012, p. 31).

A Netflix disponibiliza diversas séries da televisão norte-americanas com narrativa complexa, como a premiada *How to Get Away With Murder* (2014). A série é originalmente distribuída pela ABC, uma das parceiras do serviço de *streaming*.

⁴ “The various types of transmedia storytelling can be thought of in terms of the following: the narrative spaces covered (location, characters, time); the number and relative timing of the platforms (sequential, parallel, simultaneous, non-linear); the extent and type of audience involvement (passive, active, interactive, collaborative).”

Disponibilizar séries de estrutura complexa, oriundas do fluxo televisivo convencional, no modelo *on demand* propicia ao usuário uma nova experiência. Além de já estar lidando com uma estrutura complexa, o consumidor também se depara com um modelo de distribuição moderno e arrojado. Portanto, a plataforma confronta o sistema televisivo formal, principalmente pelo item distribuição de conteúdo. Ressalta-se que:

As tecnologias que permitem variação no tempo da exibição, como os videocassetes e gravadores de vídeo digitais, possibilitam aos espectadores escolherem quando querem assistir a um programa. E, um dado mais importante no sentido da construção da narrativa, eles podem rever episódios ou partes deles para analisar momentos complexos (MITTEL, 2012, p.35).

O sistema *on demand* e a distribuição *streaming* são a evolução dos videocassetes e gravadores. “E, um dado mais importante no sentido da construção da narrativa, eles (os usuários) podem rever episódios ou partes deles para analisar momentos complexos” (MITTEL, 2012, p.35). Ou seja, o consumidor não perde o conteúdo, diferentemente do que ocorre no modelo tradicional de televisão, no qual este é exibido uma única vez, na íntegra. Notando o potencial das narrativas complexas, a plataforma preocupou-se em se utilizar dessa estrutura para as suas produções e séries originais. Ademais, a narrativa complexa utilizada nos enredos das séries também foi enaltecida devido à interação entre os consumidores e a *Netflix*. Por outro lado, deve-se considerar que:

As transformações tecnológicas distantes da tela da televisão também impactaram a narrativa televisiva. A ubiquidade da internet permitiu que os fãs adotassem uma *inteligência coletiva* na busca por informações, interpretações e discussões de narrativas complexas que convidam à participação e ao engajamento (MITTEL, 2012, p.36).

Note-se a articulação das ideias de Jason Mittel (2012) com as do autor Henry Jenkins (2008), apresentadas acima. Ambos pontuam a importância de outras plataformas que possam instigar e ampliar a participação dos usuários nos universos ficcionais. A complexidade narrativa de Mittel e a construção de narrativas que se alternam entre as diversas mídias, a transmídia, proporcionam experiências profundas ao público. A *Netflix* entra nesse time de mídias tecnológicas ao promover a disseminação e ao popularizar a complexidade ficcional, fomentando o que Silva (2013) denomina de cultura de séries, que será discutida no tópico seguinte.

3.1.1 Cultura de séries: engajamento Netflix e entre fãs

As configurações do modelo *streaming* e a ascensão das narrativas complexas comentadas até aqui propiciam novas práticas culturais. Elas enquadram-se nas duas primeiras condições, denominadas por Silva (2014) como cultura de séries, termo já utilizado neste capítulo. A expressão compreende, para o autor, as dinâmicas envoltas nas séries de televisão norte-americanas nas últimas duas décadas; no entanto, aqui se considera pertinente o uso da terminologia para discutir assuntos relevantes a esta pesquisa. Silva, menciona que:

A primeira condição é a que chamamos de forma, e está ligada tanto ao desenvolvimento de novos modelos narrativos, quanto à permanência e à reconfiguração de modelos clássicos, ligados a gêneros estabelecidos como a sitcom, o melodrama e o policial. A segunda condição está relacionada ao contexto tecnológico em torno do digital e da internet, que impulsionou a circulação das séries em nível global, para além do modelo tradicional de circulação televisiva (SILVA, 2014, p.243).

Uma terceira e última condição, a qual destacamos neste estudo, relaciona-se com o consumo e engajamento dos consumidores, sendo que na visão do mesmo autor:

A terceira condição se refere ao consumo desses programas, seja na dimensão espectral do público, através de comunidades de fãs e de estratégias de engajamento, seja na criação de espaços noticiosos e críticos, vinculados ou não a veículos oficiais de comunicação como grandes jornais e revistas, focados nas séries de televisão (SILVA, 2014, p.243).

A relevância dessa condição justifica-se pela escolha do tema da pesquisa, a qual aborda os aspectos relevantes para a expansão da marca Marvel. A partir do momento que a marca opta pela Netflix, como parte integrante de sua distribuição audiovisual, entende-se a importância da relação do serviço com os seus usuários. Em um primeiro momento, comenta-se sobre tal relação e, em seguida, aborda-se o engajamento entre os consumidores das narrativas seriadas que fomentam e dão expressividade ao que é aqui chamado de cultura de séries.

Destaca-se, como exemplo do relacionamento da Netflix com o consumidor, a divulgação de seus produtos nas plataformas *YouTube* e *Facebook*. A empresa utiliza, como cenário de seus vídeos, as particularidades culturais dos diferentes países no qual o serviço está presente, mesclando elementos da cultura

pop, celebridades e influenciadores digitais. Os vídeos possuem teor cômico e são consoantes e atualizados em relação aos acontecimentos e novidades de cada país, o que os difere da propaganda convencional. Os vídeos estão postados no canal do *Youtube*, “*Netflix Brasil*”, e já abordaram, por exemplo, as séries *Orange is The New Black*, no qual o vídeo “Orange Is The New Black - Inês Brasil em Litchfield” divulga a estreia da nova temporada da série, com a participação de Inês Brasil, considerada *web* celebridade; e a série *Sense8*, na qual a produção “Sense8 na Parada do Orgulho LGBT de São Paulo”, apresenta a vinda do elenco ao Brasil para as filmagens. As propagandas abordam temas diversos, como em “Estudar ou não estudar, eis a questão”, no qual a plataforma incentiva os estudos para o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Ressalta-se, ainda, que:

Os consumidores e as práticas de criação da cultura de fã, entendidos pelos estudos culturais como um fenômeno subcultural nos anos 1990, ficaram mais largamente distribuídos e mais afeitos à participação com a disseminação da internet, fazendo do comportamento ativo do público uma prática cada vez mais predominante (MITTEL, 2012, p.35).

Ao criar tais vínculos, o consumidor nota a preocupação da plataforma com a sua satisfação, encanta-se com a sua gestão e sente-se motivado a consumir, cada vez mais, histórias com personagens densos e profundos. Os universos ficcionais, construídos de forma complexa, desencadeiam uma verdadeira legião de fãs. As narrativas tornam-se um elo comum entres esses indivíduos fanáticos, que se unem e comprometem-se a seguir fielmente sua obra favorita. Desse modo:

O público tende a aderir a programas complexos de uma forma muito mais apaixonada e comprometida do que à maior parte da programação da televisão convencional. Usam estes programas como base para uma cultura de fã fortalecida e podem dar uma resposta ativa à indústria televisiva (especialmente quando seu programa ameaça ser cancelado) (MITTEL, 2012, p.36).

Os consumidores das narrativas ficcionais tornam-se verdadeiros especialistas em sua série favorita. Eles realizam o que Steven Johnson (2005) denomina “ginástica cognitiva”, uma espécie de exercício mental que os torna, cada vez mais, condicionados e aptos a observações e análises das produções assistidas. Essa prática faz com que o consumidor investigue os detalhes da obra apreciada e vá fundo ao universo apresentado por ela. Assim, ressalta-se que:

Com a facilidade de acesso propiciado pelo digital, que além disso permite assistir aos episódios para além do fluxo televisivo, os fãs passam a demonstrar um conhecimento amplo sobre os modos de encenação, os diálogos, a caracterização dos personagens, o desenvolvimento das tramas e a montagem das cenas (SILVA, 2014, p. 248).

Henry Jenkins (1992) aponta que o engajamento com determinada narrativa seriada pode auxiliar o consumidor a descobrir outra obra semelhante e/ou do mesmo universo, além de instigar a procura de outros gêneros. Ou seja, as comunidades de fãs e o compartilhamento de informações sobre o universo das séries costumam surgir de uma obra específica, antes de tornar-se uma prática difundida pelo usuário, o qual inclui as séries em sua rotina como opção de entretenimento. Desse modo, ao se encantar com o estilo proposto pelas narrativas seriadas, o consumidor busca compreender suas dinâmicas, e também as dissemina e incentiva os seus colegas e amigos a conhecerem e participar desse universo. Cria-se, portanto, um processo de identidade, estabelecido na possibilidade do consumidor interagir com outras pessoas que, assim como ele, possuem o interesse em vasculhar universos para ampliar o seu repertório cultural. Desse modo:

Enquanto alguns fãs permanecem exclusivamente comprometidos com um único programa ou ator, muitos outros usam séries individuais como portas de entrada em uma comunidade de fãs mais ampla, envolvendo-se com uma rede intertextual composta de inúmeros programas, filmes, livros, quadrinhos e outros materiais populares. Fãs costumam achar difícil discutir programas específicos, a não ser através de referências e comparações a essa rede mais ampla (JENKINS, 1992, p. 41).

A partir desse contexto, considera-se que as séries delimitadas para esta pesquisa, “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro”, são, a priori, obras distintas, com arcos narrativos únicos, inéditos e singulares. Entretanto, “Demolidor” (por ser a primeira série produzida) pode ser considerada a porta de entrada para o universo Marvel na *Netflix*, e mais um produto de divulgação para a marca, como um todo. Desse modo, ao assistir e envolver-se com as narrativas audiovisuais, o consumidor, além de ser instigado a assistir outras produções, depara-se com técnicas que enquadram as séries Marvel em um padrão de qualidade.

3.1.2 Características das obras Marvel na Netflix

A estética das obras audiovisuais complexas é outro aspecto relevante para os consumidores e, quando ocorrem em sincronia à narrativa, os efeitos visuais deslumbram e cativam a atenção. Assim sendo, as séries complexas trazem elementos semelhantes aos já vistos nas narrativas cinematográficas e impressionam positivamente o público. Os objetos de estudo, as já anunciadas “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro” detêm essas características e, por serem narrativa fantástica, o público espera se surpreender, com efeitos visuais arrojados e imponentes. Assim, segundo o autor Jason Mittell:

Através da estética operacional essas narrativas complexas convidam os espectadores a se engajarem no programa assumindo o mesmo patamar de analistas formais, dissecando as técnicas utilizadas para transmitir demonstrações espetaculares da arte do *storytelling*; este modelo de acompanhamento formalmente consciente é altamente encorajado já que sua fruição está associada ao nível de consciência que transcende o foco tradicional na ação diegética típica de muitos espectadores (MITTELL, 2012, p.43).

A estratégia narrativa, como já apresentada neste capítulo, é ponto-chave em obras complexas. Ao dispor seus enredos em diversas mídias, o Universo Marvel desafia a fruição do consumidor, o qual já está acostumado a receber, em pequenas dosagens, o enredo das personagens e suas ações. Essa sensação, no cenário complexo, não é incômoda, mas sim primordial: esgotar o processo de assimilação e descobrimento das narrativas não é interessante, uma vez que os consumidores anseiam pela expectativa de novas narrativas. Destaca-se, ainda, que:

Nos programas narrativamente complexos de hoje estas variações nas estratégias de *storytelling* são mais comuns e assinaladas de maneira muito mais sutil ou adiadas; esses programas são construídos sem medo de causar uma confusão temporária no espectador. [...] Todos apresentam perspectivas sobre eventos que oscilam entre a subjetividade da personagem e a realidade diegética, jogando com as fronteiras ambíguas com o objetivo de conseguir profundidade de personagem, suspense e efeito cômico (MITTELL, 2012, p.46).

É comum o público acompanhante das narrativas *Marvel* se sentir desorientado e não conseguir resolver e compreender todas as situações apresentadas. Essa confusão proposital instiga e fomenta o consumo das obras; o quebra-cabeça se monta aos poucos e exige a atenção e a percepção do público. A

marca apropriou-se do estilo transmidiático complexo e o incorpora em suas produções audiovisuais (cinema, séries para a TV, séries *on demand*, curtas-metragens, *webseries*), que se articulam e dão respostas ao público. Segundo Bordwell (1985), obras complexas demandam confiança, uma vez que o público espera pela recompensa do desfecho narrativo através de uma compreensão complexa, e não advinda de uma causalidade questionável e banal. Ressalta-se, portanto:

[...] os espectadores querem ser surpreendidos e desbancados ao mesmo tempo em que satisfeitos com a lógica interna da história. No processamento de tais programas, os espectadores se pegam entregues a uma diegese convincente (assim como em todas as histórias eficazes) e também concentrados nos processos discursivos do contar necessários para que tais programas façam de um grande número de espectadores narratologistas amadores, observando os usos e violações das regras, recuperando cronologias e evidenciando inconsistências ou continuidades entre episódios e até entre séries. [...] A programação narrativamente complexa convida o público a se engajar ativamente também no nível *formal*, evidenciando o quanto a televisão tradicional é convencional e explorando as possibilidades de um relato de longo prazo inovador e de estratégias discursivas criativas entre episódios (MITTEL, 2012, 49).

Contudo, o presente estudo atenta-se, ao explorar as formas de contar histórias, às suas estratégias narrativas e intersecções com os consumidores, aos caminhos que delineiam as indústrias midiáticas e de entretenimento. As considerações efetuadas até aqui revelam que as técnicas empregadas pela *Marvel* a tornam uma marca desafiadora, por exigir dos consumidores a necessidade de compreensão de procedimentos tecnológicos, exemplificado no manuseio da *Netflix*. Assim:

[...] o domínio dos procedimentos é um requisito para o sucesso, e no uso da internet, de modo que em pouco tempo aprendemos a aceitar a *linkar*, buscar e adicionar aos favoritos como procedimentos naturalizados. No caso da televisão, as narrativas complexas contemporâneas apresentam as habilidades da compreensão narrativa e da literacidade para a mídia que muitos espectadores desenvolveram, mas raramente usam além de uma forma rudimentar (MITTEL, 2012, p.50).

Ao adentrar nesse cenário tecnológico promissor e expandir seu universo ficcional para a *Netflix*, a *Marvel* contempla a exigência do consumidor, sedento por novos enredos, novas experiências e maneiras de diversão. O consumo da narrativa transmídia complexa permite o questionamento de outros recursos da marca, como

aqueles relacionados à sua dimensão mercadológica e simbólica, apresentados no tópico a seguir.

3.2 Estratégias de marca no contexto contemporâneo

A existência do super-herói, seu comportamento, preferências, roupas, e todos os seus adereços, são produtos comercializados pela marca *Marvel*. O público apodera-se do estilo de vida das personagens e torna-se, concomitantemente, um consumidor de mídia e de mercadorias.

A partir desse contexto, torna-se necessário analisar a perspectiva do marketing e do consumidor no âmbito digital, utilizando, como cenários, a cultura da convergência e a transmídia. Os usuários de mídia estão modificando seus hábitos de consumo e se apoderando da tecnologia para obter um controle maior sobre as demandas midiáticas recebidas. Para Henry Jenkins, as organizações de mídia estão “[...] aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público” (JENKINS, 2009, p.46). Mais importante, o público está mudando sua postura.

Sobre essa mudança, Philip Kotler (2010) ressalta o papel ativo dos indivíduos. Para o autor, “[...] a nova onda de tecnologia transforma as pessoas de consumidores em prosumidores” (KOTLER, 2010, p. 7). Ou seja, os consumidores ativos são também produtores nesse cenário, com liberdade de escolha e decisão sobre seus objetos de consumo. Kotler (2010) discute a era do marketing 3.0, onde o destaque é dado a esse novo perfil de consumidores. Segundo seus estudos, nota-se o esforço realizado pelas marcas para apresentarem, além da funcionalidade de seus produtos, valores simbólicos que amparem, de forma completa, as necessidades e anseios dos consumidores.

As organizações alinham-se aos aparatos tecnológicos com o objetivo de conhecer profundamente seu público. A coleta de informações pelas empresas, realizadas no ambiente virtual (mídias digitais, sites, plataformas *on demand*), permite a elas o acesso aos hábitos pessoais dos consumidores e, desse modo, é possível delinear estratégias e ações de relações públicas e marketing justificadas no perfil desses indivíduos. Entretanto, as organizações deveriam concentrar suas ações no

uso prático dessas informações coletadas, não somente para inovar e diferenciar-se no mercado, mas para criar ferramentas de relacionamento com seu consumidor.

3.2.1 Aspectos simbólicos da marca

Para o semioticista italiano Andrea Semprini (2010), as marcas, em um contexto pós-moderno, são constituídas de aspectos semióticos e, por sua vez, simbólicos. Nesse cenário, o autor comenta que a busca por diferenciação entre as marcas está cada vez mais competitiva e acirrada:

Em um mercado cada vez mais saturado e diversificado, afora raras exceções, uma marca não tem nenhuma chance de se impor sozinha, sem o suporte de uma estratégia de comunicação. Sufocada, afogada em uma oferta excessiva e continuamente renovada, ela não conseguiria se fazer conhecer, construir sua notoriedade. Mas sobretudo, uma marca sem comunicação não veicularia nenhuma especificidade, não saberia qualificar sua presença e justificar sua originalidade, tanto sobre o plano dos produtos propostos quanto por seu projeto de marca mais geral [...] As marcas multiplicam sua presença quantitativa, enriquecem seus discursos e diversificam suas técnicas (SEMPRINI, 2010, p.72).

Nota-se, então, a importância de um planejamento de comunicação para realizar a produção, distribuição e disseminação de produtos e serviços de uma marca. Uma marca que estrutura seus canais de comunicação e se mostra presente ao público não só conquista sua atenção como se transforma em um agente propulsor das tendências de consumo.

É nessa busca por diferenciação e tentativa de antecipar os desejos de consumo do público que a marca apodera-se de aspectos semióticos. “Pela natureza semiótica da marca entendemos a capacidade desta última para construir e veicular significados” (SEMPRINI, 2010, p. 97). Em um contexto contemporâneo, as marcas desenvolvem projetos e ações fornecedores de aspectos subjetivos e profundos, não somente relacionados à funcionalidade dos produtos e serviços; ressaltando-se que:

Em uma configuração de mercado pós-material e em um espaço de consumo pós-moderno, a marca é a entidade que instala e propõe um projeto de sentido a seus consumidores. O produto ou os serviços são manifestações que permitem exprimir e introduzir esse projeto de forma concreta na vida dos indivíduos, o produto não é nem oposto, nem complementar, nem suplementar à marca, ele é sua manifestação (SEMPRINI, 2010, p.140).

A marca, portanto, trabalha com diversos aspectos para cumprir seu papel semiótico e manifestar-se perante o público. Essas manifestações são parte de um complexo projeto de marca, desenvolvidos meticulosamente para atrair e fazer sentido para o consumidor, considerando que:

O projeto de marca não designa apenas a estratégia da marca, seus planos de desenvolvimento explícitos, suas decisões de lançar produtos, de diversificação ou de penetração em novos mercados. Claro, todos esses elementos estão contidos no projeto de marca, mas o que faz sua especificidade e sua importância, em um contexto de mercado pós-moderno, é a capacidade que ele tem de propor um horizonte de sentido, de identificar uma proposição de tipo semiótica e sociocultural que seja pertinente, original e atraente para um determinado público. Mas é preciso, sobretudo, que essa proposta faça sentido para esse público. É preciso que eles possam se encontrar nesse projeto e ver em que medida ele contribuirá para dar sentido a sua experiência, como ele vai ajuda-los a “funcionar” melhor como indivíduos em um contexto de consumo e em um espaço social cada vez mais complexo (SEMPRINI, 2010, p. 146).

Assim sendo, entende-se que a Marvel está criando um sistema complexo para manifestar seu projeto de marca. De forma mais precisa, ela se manifesta através da narrativa transmídia complexa para divulgar seu projeto de marca. O público obtém uma vasta gama de material, espalhado em diversas mídias, que compõe o universo ficcional proposto pela marca.

3.2.2 O projeto Marvel

Ao tratar da *Marvel*, um aspecto importante a ser considerado é aquele relacionado com a evolução e o contrato de marca. Por lidar com a adaptação de suas narrativas, originalmente disponibilizadas em revistas e histórias em quadrinhos, a marca carrega a responsabilidade da representação fiel nas telas e no caso deste estudo, mais especificamente, a representação das personagens e histórias de “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro” na Netflix. Portanto, é importante destacar que:

[...] olhar para o futuro não significa obviamente renegar o passado. Destacar a dimensão dinâmica e evolutiva da marca permite, igualmente, lembrar que uma marca se inscreve no tempo e, principalmente, em seu passado. [...] a primeira fonte de legitimidade e de criatividade para um projeto de marca é seu passado. Uma marca de prestígio é, antes de tudo, uma marca que sabe perenizar seu projeto e perdurar no tempo. [...] O devir de uma marca é, então, em primeiro lugar, enraizado em sua história, em sua capacidade para se adaptar às evoluções do sistema, permanecendo ela mesma, o que quer

dizer fiel, mas com flexibilidade e adaptação a seu projeto original (SEMPRINI, 2010, p.109).

A Marvel é, notoriamente, um exemplo de adaptação às evoluções da sociedade. Aderindo ao sistema *on demand*, ela prova a sua preocupação em acompanhar o ritmo do público, ao inserir produções originais no catálogo do serviço, que não só aprimoram e fazem parte do seu projeto de marca, como também auxiliam a construção do Universo Marvel. Sobre o contrato de marca, Andrea Semprini (2010) pontua:

O contrato de marca é aprovado pelo receptor quando a identidade manifesta e o projeto de uma marca entram em ressonância com seus próprios projetos, necessidades, desejos, fantasias imaginárias. O contrato será ainda mais forte se souber dar ao receptor a impressão de lhe proporcionar um algo mais de sentido já formulada e claramente identificada enquanto tal, como também traçar um novo horizonte de sentido no qual o receptor encontra a interpretação de uma busca de significado que ele sentia, mas que não havia ainda explicitado claramente (SEMPRINI, 2010, p. 163).

Portanto, o formato audiovisual, e no caso do objeto desta pesquisa, a série *on demand*, modificara os códigos de identificação com a marca: antes, as histórias em quadrinhos, e agora, as produções audiovisuais. Essa mudança proposital, para acompanhar o mercado e as exigências do consumidor inserido na era da convergência midiática, ampliou não só as possibilidades mercadológicas, mas abriu novas opções de códigos para a marca ser reconhecida pelo público. Uma vez que o alcance das narrativas seriadas torna-se cada vez mais comum entre os consumidores da marca, as séries *on demand* são uma forma de manifestação do discurso arrojado e inclusivo da Marvel. A mudança de meio não interfere ou atrapalha o desenvolvimento da marca, ela foi necessária para sua sobrevivência e aprimoramento de contato com o público. A raiz Marvel ainda permanece: entreter o consumidor, ao contar histórias e aventuras de super-heróis. O que mudou foi a maneira de contá-las: os assuntos abordados e o modo de distribuição evoluíram, sem deixar a sua essência, lembrando que:

A busca de enraizamento traduz a necessidade para a marca de se situar sempre mais próxima de seu público, de estar sempre presente, de otimizar todas as manifestações e, principalmente, suas mediações para alimentar, reafirmar, reiterar, reforçar sua relação com seus destinatários (SEMPRINI, 2010, p.199).

A missão da Marvel é entreter, ao criar fantasias e explorar simbologias por meio de suas personagens. Portanto, é do cerne da organização lidar com assuntos subjetivos e metaforizar situações reais por meio dessas narrativas ficcionais. No contexto pós-moderno, a Marvel e outras empresas atuantes no entretenimento conquistam cada vez mais adeptos.

A Marvel enquadra-se na discussão de Semprini (2010) sobre a disseminação social da marca, ou seja, a ampliação da lógica da marca no espaço social além da esfera comercial. A marca alcança outras posições na sociedade, além daquelas somente relacionadas à comercialização de produtos e suas funcionalidades práticas. Para comentar sobre tal dimensão atingida pelas marcas, o autor retorna ao ano de 1974 e faz um relato sobre o cineasta George Lucas e o lançamento da saga *Star Wars*. Assim:

Podemos dizer que *Star Wars* foi o primeiro exemplo de exploração de um filme como marca e não como produto. A ideia de fundo de *Star Wars* foi tratada não como um cenário de filme, mas como um projeto de marca, cuja manifestação principal, e com certeza a mais importante, aquela sem a qual o sistema de marca não poderia constituir-se, era o próprio filme. Os produtos derivados não foram concebidos como simples *gadgets* promocionais, mas como verdadeiras manifestações de marca, que permitiam exprimir este projeto, concretizá-lo e torná-lo presente na vida cotidiana dos fãs da saga (SEMPRINI, 2010, p. 239).

Segundo o autor, foi a partir desse momento que a aplicação dessa lógica de marca no espaço social, atribuída ao universo cinematográfico, generalizou-se. Foi o início da ascensão de outros setores relacionados ao espetáculo, como o esporte, a música, os programas de televisão e a literatura, proporcionando às marcas uma nova possibilidade de interação com a sociedade. Destaque-se, portanto:

A disseminação da marca além da esfera comercial mostra, antes de tudo, a capacidade da lógica de marca a se transformar, adaptar-se, transcender para assumir uma variedade virtualmente infinita de conteúdos e de discursos. A marca torna-se assim um dispositivo de alcance geral, um modo de organização e de gestão da discursividade social. A marca torna-se uma forma-marca. Esta expressão designa então uma forma vazia, um formato e um processo que podem ser aplicados a todas as formas de manifestações ou de práticas sociais (SEMPRINI, 2010, p.265).

Como *Star Wars*, a Marvel conquista o público ao expandir seu universo além dos quadrinhos e produções audiovisuais. Tanto a *Lucas Films*, produtora dos

filmes da franquia *Star Wars*, como a Marvel são subsidiárias da *The Walt Disney Company*, uma das maiores empresas do ramo do entretenimento. Ressalta-se:

A Marvel Entertainment, LLC, uma subsidiária integral da *The Walt Disney Company*, é uma das empresas de entretenimento de caráter mais importantes do mundo, construída sobre uma biblioteca comprovada de mais de 8.000 personagens, exibida em uma variedade de mídias há mais de setenta anos. A Marvel utiliza a franquia de suas personagens em entretenimento, licenciamento e publicação (Tradução da autora, MARVEL, 2017)⁵.

Desde 2016, a *Netflix* possui um acordo para transmitir, com exclusividade, as produções da Disney, as quais incorporam os produtos Marvel e *Lucas Films*, como já comentado, e a *Pixar*. Nesse sentido, a produção audiovisual *on demand* é mais uma das diversas ferramentas para a Marvel alavancar sua marca e construir um mundo possível, repleto de detalhes, desenvolvido para captar a atenção, nutrir e entusiasmar a imaginação do consumidor. Convém lembrar, ainda, que:

Os mundos possíveis criados pelas marcas ajudam o indivíduo a “dar sentido” à sua experiência individual e a alimentar sua imaginação social. Elas permitem recombinar esses elementos e construir, por sua vez, um horizonte de sentido para sua vida cotidiana, para suas ambições e para seus desejos (SEMPRINI, 2010, p. 289).

A construção da marca Marvel, ao longo dos anos, desde a sua criação, em 1930 (ABC, 2014), até os dias atuais, é baseada no desenvolvimento de narrativas ficcionais estimuladoras da imaginação dos indivíduos. A incorporação das séries *on demand* em seu catálogo de produtos proporciona novas experiências de consumo aos indivíduos, fortalece o vínculo e revigora a relação simbólica entre eles. Desse modo, a proposta deste trabalho consiste em analisar parte da produção audiovisual do Universo Cinematográfico Marvel, a fim de corroborar com os estudos sobre os recursos estratégicos utilizados pelas narrativas complexas. Para isso foi necessário estabelecer e estruturar uma metodologia de estudo, análise e coleta de dados, expostas na próxima seção.

⁵ “Marvel Entertainment, LLC, a wholly-owned subsidiary of The Walt Disney Company, is one of the world's most prominent character-based entertainment companies, built on a proven library of over 8,000 characters featured in a variety of media over seventy years. Marvel utilizes its character franchises in entertainment, licensing and publishing.”

4 PLANO METODOLÓGICO

Para realizar um estudo coerente e estruturado, a metodologia do trabalho compõe-se de algumas etapas. Ao traçar esses caminhos, pretende-se possibilitar uma melhor assimilação entre os conceitos apresentados ao longo da pesquisa, com seu desfecho e contribuições. Portanto, a atribuição metodológica ampara o pesquisador, para que este possa não somente verificar seus resultados, como também demonstrá-los, de forma ordenada. O projeto de pesquisa conta, essencialmente, com as pesquisas exploratória e bibliográfica, e passa pela elaboração e desenvolvimento da pesquisa descritiva e do estudo de caso, a fim de traçar categorias para a desconstrução das obras e a apresentação dos resultados finais da pesquisa.

4.1 Tipos de pesquisa

A pesquisa apresenta caráter exploratório, para uma investigação ampla do tema e uma extensa revisão da literatura, para sua melhor compreensão (GIL, 2008). Dentro dessa proposta é realizada a pesquisa bibliográfica, a qual, segundo as autoras Marconi e Lakatos (2013), é constituída de:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisa, monografias, teses, material cartográfico, até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão (MARCONI; LAKATOS, 2013, p.57).

Sugere-se também uma pesquisa descritiva sobre a marca Marvel e as séries “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro”. Gil (2008) identifica que:

As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados (GIL, 2008, p.28).

Assim, a pesquisa descritiva é aquela que analisa, observa, registra e correlaciona as variáveis que envolvem fatos ou fenômenos, sem manipulá-los. Para

o desdobramento deste estudo, haverá a necessidade de uma pesquisa de campo, na qual as séries “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro” serão os sujeitos pesquisados. Para o seu desenvolvimento, considera-se que:

A pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-los (MARCONI; LAKATOS, 2013, p.69).

A pesquisa de campo está articulada ao estudo de caso, uma vez que as investigações sobre as séries dão-se de modo empírico, na qual o pesquisador aproxima-se das mesmas intensamente, por meio da observação direta.

4.1.1 Fontes de pesquisa

Para a pesquisa bibliográfica, foram utilizados conceitos de Henry Jenkins (2008), Jason Mittel (2012) e Andrea Semprini (2010). Para a metodologia, os autores Carlos Scolari e Mar Guerrero-Pico (2016), Bordwell e Thompson (2013). A articulação dos conceitos engloba convergência midiática, linguagem audiovisual, transmídia, tecnologia, narrativa complexa e marca, todos cruciais para fomentar a discussão proposta pela presente pesquisa. “A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (GIL, 2010, p. 30). Portanto, as considerações dos autores pesquisados colaboram para a construção da obra em questão, a qual busca tanto uma abordagem ampla sobre os desdobramentos da convergência midiática na sociedade contemporânea como a utilização de estratégias narrativas e audiovisuais para a ampliação da marca Marvel.

Optou-se pela incorporação de fontes não tradicionais de pesquisa, advindas de *blogs*, plataformas midiáticas, e as relacionadas estreitamente com o objeto macro de pesquisa, a marca Marvel. “A pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras” (MARCONI; LAKATOS, 2013, p.57).

Ao incorporar e mesclar assuntos divergentes e interdisciplinares, o estudo preocupa-se em apresentar novas propostas de pesquisa e olhares para com a comunicação.

4.2 Estudo de caso

A sistematização da pesquisa deu-se pelo Estudo de Caso de Robert K. Yin (2001). “O estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo em profundidade e seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre esse fenômeno e o contexto não são claramente evidentes” (YIN, 2010, p.39).

Estabeleceu-se a seguinte pergunta de pesquisa: Como a articulação dos elementos *crossover* consolidam e expandem o Universo Marvel? Também se investiga como tais elementos *crossovers* articulam-se dentro das obras pertencentes ao Universo Marvel na Netflix, e em outras mídias, fora da plataforma, como cinema, séries para a televisão, curta-metragem e *webisodes*.

Portanto, o estudo de caso foi o método mais adequado para verificar as intersecções propostas pelas séries, o que reverbera na expansão e desenvolvimento da marca Marvel. Com base nesses princípios, foram delineados e desenvolvidos os procedimentos metodológicos a seguir.

4.3 Definição do universo

Para o desenvolvimento da pesquisa foram delineadas as séries “Demolidor”, “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro” (Quadro 2). A escolha das séries deu-se, principalmente, pelo caráter tecnológico de distribuição *streaming* pelo serviço Netflix. As obras introduzem personagens que compõe o Universo Marvel, de forma isolada, porém são narrativas que possuem arcos complementares entre si. Ao articular uma história à outra, a Marvel fomenta o consumo não só de cada uma dessas produções, mas também das quatro séries em sua totalidade. Uma vez que o consumidor percebe que todas elas fazem parte do mesmo universo, ele se envolve e imerge nas produções desenvolvidas pela marca Marvel. Os nomes das séries e de seus personagens são os mesmos, portanto, determinou-se que o uso entre aspas identifica as séries, e o sem aspas, expressa as personagens.

Quadro 2 – Sujeitos da pesquisa

Série	Temporada	Data de lançamento	Quantidade de episódios
Demolidor	1	10 de abril de 2015	13
Jessica Jones	1	20 de novembro de 2015	13
Demolidor	2	18 de março de 2016	13
Luke Cage	1	30 de setembro de 2016	13
Punho de Ferro	1	17 de março de 2017	13

Fonte: créditos da pesquisadora

4.3.1 Caracterização do universo

Segue abaixo a descrição de cada uma das séries⁶:

Demolidor: Matthew Michael Murdock (Charlie Cox) é um jovem atleta e excelente aluno. Ainda na infância, um acidente envolvendo um caminhão que carregava lixos tóxicos o deixou cego e fez com que ele desenvolvesse vários sentidos. Quando Matt decide vestir o uniforme e adotar o nome "Demolidor" (Daredevil), leva uma vida dupla: é advogado durante o dia e, à noite, protege as ruas de Hell's Kitchen, seu bairro em Nova York.

Jessica Jones: Desde que a sua curta vida como super-heroína acabou, de forma trágica, Jessica Jones (Krysten Ritter) vem reconstruindo a sua carreira e passou a levar a vida como detetive particular, no bairro de Hell's Kitchen, em Nova York, na sua própria agência de investigações, a Alias Investigations. Traumatizada por eventos anteriores de sua vida, ela sofre de Transtorno de Estresse Pós-Traumático e tenta fazer com que os seus super-poderes passem despercebidos pelos seus clientes. Mas, mesmo tentando fugir do passado, seus demônios particulares vão voltar a perseguí-la, na figura de Zebediah Kilgrave (David Tennant), um obsessivo vilão que fará de tudo para chamar a atenção de Jessica.

Luke Cage: Depois que um experimento sabotado deixou Luke Cage com super-força e pele indestrutível, ele se tornou um fugitivo que tenta reconstruir a vida no Harlem, bairro de Nova York. Mas logo ele é forçado a sair das sombras e lutar pela sua cidade, bem como confrontar o passado, do qual tentou fugir e assumir a identidade de herói.

⁶ (<http://www.adorocinema.com/series/serie-17050/>)

Punho de Ferro: Daniel Rand (Finn Jones) é um bilionário, herdeiro da fortuna das Indústrias Rand. Por 15 (quinze) anos, todos acreditaram que ele estava morto, após sofrer um acidente de avião no Himalaia que vitimou seus pais, Wendell e Heather Rand. Mas Danny foi salvo por um monge e viveu todo esse tempo na cidade mística de *K'un-Lun*, uma das Sete Capitais do Céu. Lá, Danny aprendeu a canalizar o seu *chi* e se tornou o Punho de Ferro. De volta à Nova York, ele vai tentar retomar seu posto na empresa de sua família, agora sob o comando de seus amigos de infância, Joy (Jessica Stroup) e Ward Meachum (Tom Pelphrey). Mas ele precisa convencer a todos que é realmente quem diz ser e combater a organização criminosa “Tentáculo”, com a ajuda de Colleen Wing (Jessica Henwick).

4.4 Procedimentos de coleta de dados

De acordo com Marconi e Lakatos (2013, p.71), a coleta de dados é feita “[...] para extrair generalizações com o propósito de produzir categorias conceituais que possam vir a ser operacionalizadas em um estudo subsequente” (MARKONI; LAKATOS, 2013, p.71). Para esta pesquisa, realizou-se a observação direta do objeto de estudo, as séries, por meio de dispositivos eletrônicos conectados à plataforma Netflix. Posteriormente, foi realizada a desconstrução dessas obras audiovisuais, para a sistematização dos dados encontrados nas observações, possibilitando a criação de categorias de análise e a aplicação do estudo de caso.

Assim, foi necessário o aporte teórico dos autores Carlos Scolari e Marguerrero Pico (2016), David Bordwell e Kristin Thompson (2013), e da construção de análise das séries.

Ao condiserar o *crossover*, uma importante ferramenta para conectar enredos e personagens inseridos em um único universo ficcional, é necessário relembrar que apenas a adesão ao mesmo não é suficiente para a construção da narrativa transmídia. Como já discutido no capítulo “Expandindo o conteúdo Marvel: a narrativa transmídia complexa”, por meio da definição dos teóricos Henry Jenkins (2008) e Robert Pratten (2017), é crucial a inserção de distintas plataformas e conteúdos para a consolidação de um projeto transmidiático. Desse modo, pontua-se:

No entanto, como o conceito de narrativa transmídia, o *crossover* está dentro das mesmas condições de campos semânticos relacionados, como o *mashup* ou o *remix*. De acordo com o Dicionário Oxford Inglês, *crossover* significa

literalmente "um ponto ou lugar de onde cruza de um lugar para outro." Na música, o termo é utilizado para descrever fusões de estilos de artistas famosos de mais de um gênero musical, enquanto que no reino da ficção nomeia obras que mostram personagens de dois ou mais mundos narrativos no contexto da mesma história (GUERRERO-PICO e SCOLARI, 2016, p.187)⁷.

Uma vez que o *crossover* está inserido dentro de um sistema narrativo, foram utilizados os conceitos de David Bordwell e Kristin Thompson (2013) para delinear quais são os aspectos relevantes a serem observados nas obras. Assim:

Podemos considerar uma narrativa como uma cadeia de eventos ligados por causa e efeito, ocorrendo no tempo e no espaço. [...] Nosso envolvimento com a história depende do nosso entendimento do padrão de mudanças e estabilidade, causa e efeito, tempo e espaço (BORDWELL, THOMPSON, 2013, p.144).

Portanto, para este estudo, as articulações entre causalidade e espaço foram determinadas como indicadores iniciais dos elementos *crossover* nas séries.

Em relação à categoria tempo, os autores pontuam: "O enredo fornece pistas relacionadas à sequência cronológica, ao intervalo de tempo das ações e ao número de vezes que um evento ocorre, e o espectador é o responsável por fazer suposições e inferências e por criar expectativas" (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p.156). O tempo narrativo não representa uma categoria relevante para o estudo, uma vez que a trama obedece a uma cronologia linear. Optou-se por incluir a categoria tempo de exibição dos episódios como a primeira coluna da tabela, caso o leitor tenha interesse em localizar os elementos *crossovers*.

Enfatiza-se a importância da personagem na aplicação do estudo de caso. Bordwell e Thompson (2013) pontuam: "Se a narrativa depende tanto de causa e do efeito, que tipo de coisas pode funcionar como causas numa narrativa? Normalmente, os agentes de causa e efeito são as personagens" [...] "Ao causar os eventos e reagir a eles, as personagens desempenham um papel no sistema formal do filme" (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p.149). Consideram-se as personagens como o elemento de maior importância a ser observado, uma vez que estas apontam a

⁷ "Sin embargo, al igual que el propio concepto de narrativa transmedia, el *crossover* se encuentra dentro del mismo campo semántico que otros términos relacionados, como *mashup* o el propio *remix*. Según el Oxford English Dictionary, *crossover* significa literalmente "un punto o lugar desde el que se cruza de un lugar a otro". En música, el término se utiliza para describir desde fusiones de estilos a artistas presentes en listas de éxitos de más de un género musical⁴, mientras que en el ámbito de la ficción nombra a obras que muestran personajes procedentes de dos o más mundos narrativos en el contexto de una misma historia."

existência de um universo compartilhado entre as séries analisadas e outras narrativas do Universo Marvel, sendo que:

No geral, o espectador busca de maneira ativa realizar a conexão entre eventos por meio da causa e do efeito. Dado um determinado incidente, tendemos a imaginar o que pode tê-lo causado ou o que ele, por sua vez, pode causar, ou seja, procuramos uma motivação causal (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p.151).

Em vista disso, o aspecto causa e efeito, ou seja, causalidade, foi dividido em personagem e ação. Nesse sentido, considerou-se a ação das personagens em cena, determinada pela fala e gesto, como parte crucial para a percepção do *crossover*.

Outro aspecto relevante a ser incluído na análise é o espaço, definido como o lugar onde se passa a ação em uma narrativa. O espaço foi considerado um elemento *crossover* por ser outro ponto relevante de intersecção entre as séries e o Universo Cinematográfico Marvel. *A priori*, todas as séries são ambientadas na cidade de Nova Iorque e, portanto, o espaço é considerado um dos elos de ligação entre elas. “Muitas das histórias que contamos às pessoas não especificam o lugar em que a ação acontece. Num filme narrativo, contudo, o espaço é normalmente um fator importante” (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p.161). Portanto, a forma e a utilização dos espaços/cenários situam o espectador na trama, uma vez que são o local de ação e de interação das personagens.

Assim, formulou-se, pelos estudos de Bordwell e Thompson (2013), um método para a realização da desconstrução das obras. Foram delimitadas e colocadas no Quadro 3 as categorias: tempo de exibição, espaço, personagem, ação, *crossover* e observação.

Quadro 3 – Categorias para análise *crossover*

Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
Facilitar a localização da cena	O local onde ocorre a cena	Quem está envolvido na cena	O que é feito, dito ou mostrado em cena	Elemento de elo entre as tramas do Universo Marvel	Descrição do elemento <i>crossover</i>

Fonte: créditos da pesquisadora

A metodologia exposta foi aplicada durante as observações das séries. Ao localizar um *crossover* em cena, a exibição era pausada para se preencher o quadro acima. O quadro foi preenchido conforme eram encontrados crossovers nos 65 (sessenta e cinco) episódios assistidos.

4.5 Coleta de dados

A partir do procedimento exposto acima, iniciou-se a coleta de dados, em busca de quantificar e qualificar os *crossovers* encontrados. Observou-se, durante a análise, a possibilidade de se ampliar os tipos de elemento *crossovers* e estabeleceram-se mais três categorias: *crossover* de espaço, *crossover* ação e *crossover* objeto, além do clássico *crossover* de personagem, conceituado por Mar Guerrero-Pico e Carlos Scolari (2016).

Assim, aprimorou-se a definição dos autores e as categorias *crossover* de personagem, *crossover* de espaço, *crossover* de ação e *crossover* de objeto foram incluídas na desconstrução e análise das obras. Para a facilitação da compreensão do elemento e categorizá-lo, foi necessário estabelecer definições, a fim de sistematizar o estudo, conforme se apresentam no Quadro 4:

Quadro 4 - Categorias *crossovers* encontradas

Categorias <i>crossover</i>	Definição
<i>Crossover</i> de personagem	Personagens que transitam entre as tramas. As empresas e organizações que desempenharam papel de destaque na narrativa adequam-se a esta categoria. Estes <i>crossovers</i> podem ser identificados de três formas: a) Mencionado: personagens que não aparecem, mas seus nomes são citados em diálogo; b) Inferido: personagens citados de modo sutil, por características físicas ou apelidos/codinomes; c) Presencial: quando as personagens estão em cena.
<i>Crossover</i> de espaço	Lugares do Universo Cinematográfico Marvel mencionados ou presencialmente compartilhados pelas personagens.
<i>Crossover</i> de ação	Menção a eventos e acontecimentos comuns do Universo Cinematográfico Marvel.
<i>Crossover</i> de objeto:	Referenciais imagéticos comuns ao Universo Cinematográfico Marvel que estão inseridos na composição da cena, por exemplo: capa de jornais e revistas, pôsteres, quadros, logomarca.

Fonte: créditos da pesquisadora.

Pontua-se também que estas categorias podem ser interna, externa, ou interna e externa. Consideraram-se como *crossovers* internos os referentes às personagens, espaços, ações e objetos referentes ao Universo Cinematográfico Marvel produzido para a plataforma Netflix; *crossovers* externos são os pertencentes às obras do Universo Cinematográfico Marvel para cinema, televisão, curta-metragem e *webisodes*; e os *crossovers* interno e externo são os que englobam tanto as séries Netflix como as produções fora da plataforma.

O Universo Cinematográfico Marvel não se distingue por estar “dentro ou fora” da plataforma Netflix, sendo considerado como um todo, que compreende as obras audiovisuais da marca. Estabelecer “dentro e fora” foi o modo escolhido para

facilitar a compreensão do estudo, mostrar a diversidade dos *crossovers* encontrados e provar a sua transitoriedade no universo ficcional transmídia.

Para facilitar a contagem dos *crossovers* durante as análises, estabeleceu-se siglas das categorias:

Quadro 5 – Siglas das categorias *crossovers* encontradas

Crossover	Interno	Externo	Interno/Externo
Personagem	CPI	CPE	CPIE
Espaço	CEI	CEE	CEIE
Ação	CAI	CAE	CAIE
Objeto	COI	COE	COIE

Fonte: créditos da pesquisadora.

Criou-se a categoria matriz *crossover* para se classificar os elementos *crossovers* que aparecem três ou mais vezes dentro de um mesmo episódio. A matriz *crossover* é um elemento de maior relevância na narrativa. Optou-se por incluir a palavra “matriz” na coluna “*Crossover*” a fim de indicar a ocorrência da mesma no episódio. Assim como o elemento *crossover*, a matriz *crossover* pode ser interna, externa, ou interna/externa; e de personagem, ação, objeto, ou espaço.

Contudo, foi preciso estipular um método de contagem de todos esses *crossovers*. Assim, para facilitar a contagem, o número total de *crossovers* encontrados em cada obra é estabelecido pela soma da matriz *crossover*, acrescido de *crossover*. E, ao final das análises de cada produção, faz-se a soma de cada uma delas, para a visualização do resultado geral. (Quadros 6 e 7).

Quadro 6 - Exemplo de desconstrução, indicando na coluna *crossover*, as siglas determinadas no Quadro 5

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 1					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
11'16"	Escritório de Matt e Nelson	Matt Murdock/Demolidor Foggy Nelson Susan Harris	Susan Harris faz uma visita imobiliária ao escritório e fala sobre o "Incidente"	CAE	O "Incidente" refere-se a batalha do ato final do filme "Os Vingadores"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Quadro 7 - Exemplo de desconstrução, indicando na coluna *crossover* o nome "matriz" e a siglas determinadas no Quadro 5:

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 1					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
11'16"	Escritório de Matt e Nelson	Matt Murdock/Demolidor Foggy Nelson Susan Harris	Susan Harris faz uma visita imobiliária ao escritório e fala sobre o "Incidente"	Matriz CAE	O "Incidente" refere-se a batalha do ato final do filme "Os Vingadores"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Aplicou-se a metodologia estabelecida nas quatro séries analisadas, "Demolidor", "Jessica Jones", "Luke Cage" e "Punho de Ferro" e; no capítulo seguinte, são exibidos os resultados obtidos.

5 RESULTADOS

5.1 Demolidor – 1ª Temporada

Quadro 8 – Desconstrução “Demolidor – 1º Temporada” por meio das categorias *crossovers* estabelecidas

Demolidor 1ª Temporada Episódio 1					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
11'16"	Escritório de Matt e Nelson	Matt Murdock/Demolidor Foggy Nelson Susan Harris	Susan Harris faz uma visita à imobiliária (ao escritório) e fala sobre o “Incidente”	Matriz CAE	O “Incidente” refere-se à batalha do ato final do filme “Os Vingadores”
25'32"	Escritório de Matt e Nelson	Matt Murdock/Demolidor Foggy Nelson Karen Page	Em conversa com Karen, Matt diz que há dois anos o mundo assistiu metade de Nova York ser destruída	CAE	A destruição é referente ao chamado “Incidente” e refere-se à batalha do ato final do filme “Os Vingadores”
36'18	Telhado de um prédio	Leland Owlsley Madame Gao Jámes Wesley Nobu Vladmir e Anatoly Ranskhavo	Leland diz aos seus comparsas que “Heróis e suas consequências são a razão de termos as atuais oportunidades”	CPE	Leland está se referindo aos heróis envolvidos no “Incidente”
37'25"	Telhado de um prédio	Leland Owlsley Madame Gao Jámes Wesley Nobu Vladmir e Anatoly Ranskahov	Leland faz referência aos heróis, ao dizer: “Cada vez que um deles arrebenta um prédio, nossa margem sobe para 3%”	CPE	“Eles” são o grupo de heróis vistos na Batalha de Nova York, também chamado de o “Incidente”

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 2					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
33'39"	Academia de Boxe	Matt Murdock/Demolidor	Aparece o folheto com um anúncio sobre uma luta entre Carl Crusher Creel e Jack Murdock	COE	Carl Crusher Creel é um personagem que já apareceu na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 3					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
17'20"	Jornal Boletim de Nova Iorque	Ben Urich	Ao falar ao telefone, é mostrado, na parede atrás de Bem, um quadro com os dizeres: "Batalha de Nova York"	COE	A "Batalha de Nova York", também chamada de o "Incidente", é o ato final do filme "Os Vingadores"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 4					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
8'19"	Empresa de Táxi dos irmãos Vladimir e Anatoly Ranskahov	Vladimir e Anatoly Ranskahov James Wesley	James debocha dos irmãos, ao dizer que eles não conseguem lidar com um homem mascarado, que este não tem um traje de ferro ou um martelo mágico	CPE	Quem tem traje de ferro é a personagem Homem de Ferro; e o martelo mágico é da posse de Thor. Ambos heróis do Universo Cinematográfico Marvel

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 6					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
26'05"	Rua/Hospital Metro-General	Karen Page Foggy Nelson	É mostrada uma reportagem, ao vivo, do Jornal WHIH World News	CPE	O Jornal já apareceu nos filmes "O Incrível Hulk" e "Homem de Ferro 2" e na série de TV Agentes da S.H.I.E.L.D

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 7					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
10'48"	Orfanato St. Agnes	Matt Murdock Stick	Em <i>flashback</i> , Matt se lembra do orfanato em que ficou, após a morte de seu pai	CEE	O orfanato aparece na série "Agentes da S.H.I.E.L.D"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 8					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
49'10"	Em frente a um prédio	Wilson Fisk	Fisk dá um depoimento, transmitido pelo Jornal WHIH World News	CPE	O Jornal já apareceu nos filmes "O Incrível Hulk" e "Homem de Ferro 2" e na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 10					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
33'45"	Flashback no escritório Landman & Zackman	Investidores Matt Murdock/Demolidor Foggy Nelson	Matt se lembra de uma reunião envolvendo a empresa Roxxon	CPE	A empresa Roxxon aparece nos filmes "Homem de Ferro 2" e "Homem de Ferro 3", nas séries para televisão "Agente Carter" e "Agentes da S.H.I.E.L.D." e no curta "Houve Algo Engraçado no Caminho do Martelo de Thor"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 12					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
52'00'	Casa de Ben Urich	Ben Urich	Ben pega o quadro com os dizeres "Batalha de Nova York"	COE	A Batalha de Nova York, também chamada de o "Incidente", é o ato final do filme "Os Vingadores"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 1ª Temporada					
Episódio 13					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
14'21"	Academia de Boxe	Matt Murdock/Demolidor	Aparece o folheto com um anúncio sobre uma luta entre Carl Crusher Creel e Jäck Murdock	CPE	Carl Crusher Creel é um personagem que já apareceu na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"
27'18"	Delegacia	Policial Brett Mahoney	Atrás de Brett há um quadro com Stan Lee	COE	Stan Lee é um dos criadores da Marvel e sempre aparece nas produções audiovisuais como um personagem ou figurante das tramas
30'56"	Casa de Wilson Fisk	Vanessa	Vanessa assiste a uma reportagem do Jornal WHIH World News	CPE	O Jornal já apareceu nos filmes "O Incrível Hulk" e "Homem de Ferro 2" e na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 9 - Quantidade de *crossovers* por episódio em "Demolidor – 1ª Temporada"

CROSSOVER	CPE	CEE	CAE	COE
Episódio 1	2			
Episódio 2				1
Episódio 3				1
Episódio 4	1			
Episódio 5				
Episódio 6	1			

Episódio 7		1		
Episódio 8	1			
Episódio 9				
Episódio 10	1			
Episódio 11				
Episódio 12				1
Episódio 13	2			1
Total por categoria	11			4

Fonte: créditos da pesquisadora.

Quadro 10 - Quantidade de matrizes *crossovers* por episódio em “Demolidor – 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	CAE
Episódio 1	1
Total por categoria	1

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 11 – Quantidade de *crossovers* por categoria em “Demolidor – 1ª Temporada”

CPI	0
CPE	10 VEZES
CPIE	0
CEI	0
CAI	0
CAE	0
CAIE	0
COI	0

COE	3 VEZES
COIE	0
Total	13

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 12 - Quantidade de matrizes *crossovers* por categoria em “Demolidor – 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	Quantidade
CAE	1
Total	1

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 13 - *Crossovers* totais em “Demolidor – 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	1
<i>Crossover</i>	13
Total	14

Fonte: créditos da pesquisadora

5.2 Jessica Jones – 1ª Temporada

Quadro 14 - Desconstrução “Jessica Jones- 1ª Temporada” por meio das categorias *crossovers* estabelecidas

Jessica Jones 1ª Temporada					
Episódio 1					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
17'52"	Rua	Jessica Jones Gregory Spheeris	Jessica segura o carro de Gregory com as mãos, ele se assusta e diz: “Você é um deles”	CPIE	Ser um deles significa ser uma pessoa com poderes, heróis, tanto como Matt Murdock, de Demolidor, como os vistos na

					"Batalha de Nova York"
--	--	--	--	--	------------------------

Fonte: créditos da pesquisadora

Jessica Jones 1ª Temporada					
Episódio 2					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
17'18"	Apartamento de Jessica Jones	Jessica Jones	Jessica pega um jornal que possui o nome Hell's Kitchen na manchete	CEI	Hell's Kitchen é o mesmo bairro onde se passa a série "Demolidor"
20'40"	Rua/oficina mecânica	Jessica Jones Mecânico	Jessica pergunta qual o hospital mais perto, e o mecânico responde que é o Hospital Metro-General	CEI	O Hospital Metro-General aparece na série "Demolidor"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Jessica Jones 1ª Temporada					
Episódio 3					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
4'23"	Rua	Jessica Jones Luke Cage	Luke e Jessica comentam sobre seus poderes, e ele diz: "Há eu, você, o grandão verde e sua equipe."	CPIE	O grandão verde é a personagem Hulk e sua equipe são os outros heróis do Universo Cinematográfico Marvel, pertencentes ao filme "Os Vingadores". O mesmo grupo também foi mencionado na série "Demolidor"

8'33"	Lojá de conveniência	Jessica Jones	O rádio da loja está ligado e alguém diz: "Desde que aqueles caras salvaram a cidade"	CPIE	"Aqueles caras" são o grupo de heróis "Vingadores", os quais salvaram a cidade no filme "Os Vinagadores"
26'40"	Estação de Rádio	Trish Walker Jessica Jones Jeri Hogarth Hope Shlottman	Em conversa com Jeri, pelo telefone, Trish comenta sobre o ataque alienígena à cidade	CAIE	O ataque alienígena, que devastou metade de Nova Iorque, é visto no ato final do filme "Os Vingadores" e já foi mencionado na série "Demolidor"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Jessica Jones 1ª Temporada Episódio 4					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
35'02"	Quarto de hotel	Jessica Jones Audrey Eastman	Audrey aponta uma arma para Jessica e fala sobre heróis e o "Incidente". Na mesma cena, Jessica fala do "grandão verde e o que se veste de bandeira"	CPIE CAIE	A temática heróis e o "Incidente" estão relacionados com o filme "Os Vinagadores", e discutido na série Demolidor. O grandão verde e o que se veste de bandeira, são as personagens Hulk e Capitão América, membros do grupo de heróis Vingadores.

Fonte: créditos da pesquisadora.

Jessica Jones 1ª Temporada					
Episódio 6					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
37'07"	Galpão	Jessica Jones Luke Cage	Jessica e Luke descobrem um galpão clandestino, utilizado para o cultivo ilegal de maconha	CEI	O mesmo galpão apareceu na série "Demolidor" e foi usado como esconderijo para a produção de drogas

Fonte: créditos da pesquisadora.

Jessica Jones 1ª Temporada					
Episódio 7					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
36'13"	Delegacia	Policial Brett Mahoney Jessica Jones	Enquanto Jessica passa pela delegacia, Brett aparece	CPI	Brett também é personagem da série "Demolidor"
40'28"	Delegacia	Jessica Jones Policiais	Há um quadro com a foto de Stan Lee em uma das paredes do lugar	COIE	Stan Lee é um dos criadores do Universo Marvel e aparece em todas as produções. O mesmo quadro é visto na primeira temporada da série "Demolidor"
40'49"	Delegacia	Jessica Jones Policiais	O Jornal Boletim de Nova York, em vários lugares, pendurado, traz escrito na capa: "Escândalo de corrupção na Union Allied"	COI CAI	O caso da empresa Union Allied faz parte da trama da série "Demolidor", assim como o jornal "Boletim de Nova York"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Jessica Jones 1ª Temporada					
Episódio 8					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
33'11"	Casa de infância de Jessica Jones	Jessica Jones Killgrave	Jessica e Killgrave estão assistindo a uma reportagem do Jornal WHIH	CPIE	O Jornal já apareceu nos filmes "O Incrível Hulk" e "Homem de Ferro 2", na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D" e na série "Demolidor"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Jessica Jones 1ª Temporada					
Episódio 9					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
4'53"	Carro em movimento, na rua	Thrish Walker William Simpson	Trish cita, em conversa com William, o Hospital Metro-General e, na cena em sequência, aparece no Hospital	CEI	O Hospital Metro-General aparece na série "Demolidor"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Jessica Jones 1ª Temporada					
Episódio 11					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
07'32"	Dentro do carro de Trish Walker	Jessica Jones Trish Walker	Trish diz a Jessica que o hospital mais próximo a elas é o "Metro"	CEI	"Metro" é o Hospital Metro-General, o qual aparece na série "Demolidor"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Jessica Jones 1ª Temporada					
Episódio 13					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
01'20"	Hospital Metro-General	Jessica Jones Luke Cage	Jessica leva Luke, ferido, a um hospital. Em uma das cenas é mostrado o nome do mesmo, Metro-General, escrito na parede	CEI	"Metro" é o Hospital Metro-General, o qual aparece na série "Demolidor"
02'17"	Hospital Metro-General	Jessica Jones Claire Temple Luke Cage	Claire ajuda a socorrer Luke	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da série "Demolidor"
03'46"	Hospital Metro-General	Jessica Jones Claire Temple Luke Cage Médica	Ao notar a pele indestrutível de Luke, a médica diz: "Ele é um daqueles"	CPIE	"Um daqueles" refere-se a pessoas com poderes especiais, heróis vistos na Batalha de Nova Iorque e mencionados em "Demolidor"
04'59"	Hospital Metro-General	Jessica Jones Claire Temple Luke Cage	Claire diz a Jessica que ela e Luke não são os primeiros dotados com o que ela se depara	CPI	Claire está se referindo ao personagem Matt Murdock/Demolidor, uma vez que ela foi parte da trama da série "Demolidor"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Quadro 15 - Quantidade de *crossovers* por episódio em “Jessica Jones – 1ª Temporada”

CROSSOVER	CPI	CPE	CPIE	CEI	CEE	CEIE	CAI	CAE	CAIE	COI	COE	COIE
Episódio 1			1									
Episódio 2				2								
Episódio 3			2						1			
Episódio 4			1						1			
Episódio 5												
Episódio 6				1								
Episódio 7	1						1			1		1
Episódio 8			1									
Episódio 9				1								
Episódio 10												
Episódio 11				1								
Episódio 12												
Episódio 13	1		1	1								
Total por categoria	2	0	6	6	0	0	1	0	2	1	0	1

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 16 – Quantidade de matrizes *crossovers* por episódio em “Jessica Jones – 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	CPI
Episódio 13	1
Total por categoria	1

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 17 - Quantidade de *crossovers* por categoria em “Jessica Jones – 1ª Temporada”

CPI	2
CPE	0
CPIE	6
CEI	6
CEE	0
CEIE	0
CAI	1
CAE	0
CAIE	2
COI	1
COE	0
COIE	1
Total	19

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 18 - Quantidade de matrizes *crossovers* por categoria em “Jessica Jones – 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	Quantidade
CPI	1
Total	1

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 19 - *Crossovers* totais em “Jessica Jones - 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	1
<i>Crossover</i>	19
Total	20

Fonte: créditos da pesquisadora

5.3 Demolidor – 2ª Temporada

Quadro 20 – Desconstrução de “Demolidor- 2ª temporada” por meio das categorias *crossovers* estabelecidas

Demolidor 2ª Temporada Episódio 1					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
25'32"	Rua de Nova York	Matt Murdock/Demolidor Foggy Nelson Brett Mahoney	Foggy e Matt encontram o policial Brett na cena de um crime	CPI	Brett apareceu na primeira temporada de “Demolidor” e na série “Jessica Jones”
28'12"	Rua de Nova York	Matt Murdock/Demolidor Foggy Nelson Brett Mahoney	Matt escuta Brett falar sobre a gangue “Cães do Inferno”	CPE	A gangue já apareceu na série de TV “Agentes da S.H.I.E.L.D”
31'01	Rua de Nova York	Turk Berret	Turk está tentando vender armas contrabandeadas	CPI	Turk já apareceu na primeira temporada da série “Demolidor”
33'54"	Pub dos Cães do Inferno	Foggy Nelson	Foggy vai atrás de informações e tenta conversar com um dos membros da gangue “Cães do Inferno”	CPE	A gangue já apareceu na série de TV “Agentes da S.H.I.E.L.D”
44'43"	Hospital Metro-General	Karen Page Grotto	Homem armado persegue Karen e Grotto no Hospital	CEI	O Hospital Metro-General apareceu na primeira temporada de “Demolidor” e na série “Jessica Jones”

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada					
Episódio 2					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
0'35"	Hospital Metro-General	Foggy Nelson	Foggy vai até o hospital para descobrir mais informações sobre o tiroteio e o paradeiro de Matt Murdock/Demolidor	CEI	O Hospital Metro-General apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
08'02"	Delegacia	Foggy Nelson Karen Page Grotto	Karen diz a Foggy que Brett vai trazer os papéis para a proteção legal de Grotto	CPI	Brett apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
12'42	Delegacia	Foggy Nelson Karen Page Promotora Reys	Karen e Foggy veem a promotora entrar na delegacia	Matriz CPI	A promotora apareceu pela primeira vez na série "Jessica Jones"
12'45"	Delegacia	Foggy Nelson Karen Page	Na parede, atrás de Foggy e Karen, há um quadro com a foto de Stan Lee. Também é possível ver o cartaz com os dizeres: "Você não precisa revelar sua identidade para ajudar a resolver crimes".	COIE COE	Stan Lee é um dos criadores da Marvel e sempre aparece nas produções audiovisuais como um personagem ou figurante das tramas; já o cartaz, é sobre a problemática de revelar a própria identidade, tema do filme "Capitão América: Guerra Civil"
17'55"	Delegacia	Foggy Nelson Karen Page Grotto Promotora Reys Blake Tower	Blake cita o Hospital Metro-General	CPI	O Hospital Metro-General aparece na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"

36'04''	Depósito	Capangas	Um membro da gangue "Cães do Inferno" tira um homem morto de um caminhão	CPE	A gangue já apareceu na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"
---------	----------	----------	--	------------	--

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada					
Episódio 3					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
04'10''	Topo de um prédio	Promotra Reys Blake Tower	A promotora e seu assistente estão conversando	CPI	A promotora apareceu pela primeira vez na série "Jessica Jones"
5'00	Rua de Nova York, cena de investigação	Promotra Reys Karen Page	A promotora debocha de Karen, dizendo que ela teve 15 (quinze) minutos de fama por conta da empresa "Union Allied"	CAI	O caso da empresa Union Allied faz parte da trama da primeira temporada da série "Demolidor" e a empresa foi referenciada na série Jessica Jones
8'22	Hospital Metro-General	Foggy Nelson	Foggy aparece entrando no hospital	Matriz CEI	O Hospital Metro-General apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"

9'43"	Hospital Metro-General	Claire Temple	A enfermeira Claire aparece em cena atendendo um paciente	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama da primeira temporada de "Demolidor" e da série "Jessica Jones"
10'24"	Escritório Nelson & Murdock	Karen Page	Karen lê reportagens no site do Jornal Boletim de Nova York	COI	O jornal é um dos locais e modos de veiculação de notícias que fazem parte do Universo Marvel. Apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
20'18"	Hospital Metro-General	Claire Temple Foggy Nelson	Claire diz a Foggy que ajudou "Um cara grandão, mais forte que nosso amigo"	CPI	Claire está se referindo ao personagem Luke Cage, que apareceu na série "Jessica Jones" e precisou dos cuidados da enfermeira
38'30"	Pub dos Cães do Inferno	Membros da gangue Cães do Inferno Frank Castle	Frank Castle atira em direção ao pub, causando uma explosão	CPE	A gangue já apareceu na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada Episódio 4					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação

24'35	Estabelecimento	Brett Mahoney	O policial Brett está fazendo ronda em uma cena de crime	CPI	Brett apareceu na primeira temporada de "Demolidor", e na série "Jessica Jones"
50'10	Cemitério	Matt Murdock/Demolidor Frank Castle Brett Mahoney	O policial Brett aparece para prender Matt e Frank	CPI	Brett apareceu na primeira temporada de "Demolidor", e na série "Jessica Jones"
52'08"	Cemitério	Mtt Murdock/Demolidor	Enquanto Matt está observado a rua, surge uma voz dando uma notícia sobre Frank e o tiroteio no Hospital Metro-General	CEI	O Hospital Metro-General apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada Episódio 5					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
05'20"	Casa de Matt Murdock/Demolidor	Matt Murdock/Demolidor Elektra Natchios	Elektra fala sobre a empresa Roxxon para Matt	Matriz CPE	A empresa Roxxon aparece nos filmes "Homem de Ferro 2" e "Homem de Ferro 3", nas séries para televisão "Agente Carter" e "Agentes da S.H.I.E.L.D." e no curta "Houve Algo Engraçado no Caminho do Martelo de Thor"
			Karen vai até o Jornal conversar	COE	Cybertek Settles é uma organização que apareceu na

24'25"	Sede do Jornal Boletim de Nova York	Karen Page Sr. Ellison	com o Sr. Ellison e, ao fundo deles, destacam-se dois quadros. Um deles com os dizeres: "Cybertek Settles" e o outro, com "Torre Stark arruinada na Batalha de Nova York"	COIE	série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D" e o nome Stark e "Batalha de Nova York" referem-se aos acontecimentos do filme "Os Vingadores".
27'04"	Sede do Jornal Boletim de Nova York	Karen Page Sr. Ellison	Ellison diz a Karen que os servidores do jornal foram apagados no Incidente	CAIE	O "Incidente", também chamdo de "Batalha de Nova York", está relacionado com o filme "Os Vingadores", é referenciado na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
31'02"	Bar	Marcy Foggy Nelson	Enquanto conversa com Foggy, Marcy diz o nome "Jessica Jones"	CPI	Jessica é a personagem principal da série "Jessica Jones"
31'50"	Sede do Boletim de Nova York	Karen Page	Karen aparece cercada por jornais e um deles é sobre a "Batalha de Nova York" (Incidente)	COIE	A capa de jornal mostra o personagem Hulk, o qual faz parte do Universo Cinematográfico Marvel; fora da Netflix, tem seu próprio filme, "O Incrível Hulk", e fez parte do filme "Os Vingadores"

33'11"	Sede do Jornal Boletim de Nova York	Karen Page Sr. Ellison	Ellison menciona a gangue Cães do Inferno	CPE	A gangue já apareceu a série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"
--------	-------------------------------------	---------------------------	---	------------	---

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada Episódio 6					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
05'33	Lanchonete	Elektra Natchios Matt Murdock/Demolidor	Elektra e Matt conversam sobre a Empresa Roxxon	CPE	A empresa Roxxon apareceu nos filmes "Homem de Ferro 2" e "Homem de Ferro 3", nas séries para televisão "Agente Carter" e "Agentes da S.H.I.E.L.D." e no curta "Houve Algo Engraçado no Caminho do Martelo de Thor"
09'12"	Escritório Nelson & Murdock	Karen Page Foggy Nelson Sr. Roth	Sr. Roth, Karen e Foggy conversam sobre o tiroteio no Hospital Metro-General	Matriz CEI	O Hospital Metro-General apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
10'41"	Escritório Nelson & Murdock	Karen Page Foggy Nelson Sr. Roth Matt Murdock/Demolidor	Sr. Roth cita o nome Cães do Inferno	CPE	A gangue já apareceu na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"

14'31"	Hospital Metro-General	Matt Murdock/Demolidor Foggy Nelson Karen Page Brett Mahoney	Karen, Matt e Foggy encontram Brett no hospital	CPI	Brett apareceu na primeira temporada de Demolidor e na série Jessica Jones
24'13"	Carro de Elektra	Matt Murdock/Demolidor Elektra Natchios	Elektra conta a Matt um plano para roubar informações da Empresa Roxxon	CPE	A empresa Roxxon aparece nos filmes "Homem de Ferro 2" e "Homem de Ferro 3", nas séries para televisão "Agente Carter" e "Agentes da S.H.I.E.L.D.", na série "Demolidor" e no curta "Houve Algo Engraçado no Caminho do Martelo de Thor"
41'12"	Hospital Metro-General	Karen Page Foggy Nelson Frank Castle	Foggy cita o nome da gangue Cães do Inferno	CPE	A gangue já apareceu a série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada Episódio 7					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
11'10"	Escritório Nelson & Murdock	Matt Murdock/Demolidor Foggy Nelson	Foggy fala da gangue Cães do Inferno a Matt	CPE	A gangue já apareceu a série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada					
Episódio 09					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
07'42"	Presídio	Wilson Fisk Presidiários	Um dos comparsas de Fisk lhe mostra uma capa do Jornal "Boletim de Nova York"	COI	O jornal é um dos locais e modos de veiculação de notícias que fazem parte do Universo Marvel. Apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e foi referenciado na série "Jessica Jones"
07'54"	Presídio	Wilson Fisk Presidiários	Um dos comparsas de Fisk fala sobre os "Cães do Inferno"	CPE	A gangue já apareceu a série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"
30'18'	Estacionamento	Matta Murdock/Demolidor Stan Gibson	Matt questiona Stan sobre as ligações criminosas que envolvem a Empresa Roxxon	CPE	A empresa Roxxon aparece nos filmes "Homem de Ferro 2" e "Homem de Ferro 3", nas séries para televisão "Agente Carter" e "Agentes da S.H.I.E.L.D." e no curta "Houve Algo Engraçado no Caminho do Martelo de Thor"
31'25"	Sede do Jornal Boletim de Nova York	Karen Page	Karen vai até o Jornal conversar e, ao fundo dela, destacam-se dois quadros, um deles com os dizeres "Cybertek"	COE	Cybertek Settles é uma organização que apareceu na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D" e o nome Stark e "Batalha de Nova York" referem-se aos acontecimentos

			Settles” e o outro com a manchete “Torre Stark arruinada na Batalha de NY”		do filme “Os Vingadores”.
44’04”	Escoderijo	Integrates da máfia	Em uma conversa por telefone, é dito o nome da Empresa Roxxon	CPE	A empresa Roxxon aparece nos filmes “Homem de Ferro 2” e “Homem de Ferro 3”, nas séries para televisão “Agente Carter” e “Agentes da S.H.I.E.L.D.” e no curta “Houve Algo Engraçado no Caminho do Martelo de Thor”
45’40”	Sede do Jornal Boletim de Nova York	Karen Page Sr. Ellison	Karen e Ellison estão em uma sala, na qual aparecem, nas paredes, quadros com referências à Batalha de Nova York	COE	As capa de jornal mostram o personagem Hulk, o qual faz parte do Universo Cinematográfico Marvel fora da Netflix, com os filmes “O Incrível Hulk” e “Os Vingadores”, tanto como uma referência direta com a manchete “Batalha de Nova York” do filme “Os Vingadores”

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada Episódio 10					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação

1'20"	Escondrijo	Policial Brett Mahoney	Brett aparece investigando o local	CPI	Brett apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
2'30"	Hospital Metro-General	Claire Temple	A enfermeira Claire aparece em cena atendendo pacientes	CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama da primeira temporada de "Demolidor" e da série "Jessica Jones"
11'34	Gabinete da promotoria	Matt Murdock/Demolidor Karen Page Foggy Nelson Samantha Reynolds Blake Tower	Karen, Matt e Foggy se reúnem com a promotora Reynolds	CPI	A promotora apareceu, pela primeira vez, na série "Jessica Jones"
13'35"	Escritório da promotoria	Matt Murdock/Demolidor Karen Page Foggy Nelson Samantha Reynolds Blake Tower	Foggy cita o nome da gangue Cães do Inferno	CPE	A gangue já apareceu na série de TV "Agentes da S.H.I.E.L.D"
29'25"	Sede do Jornal Boletim de Nova York	Sr. Ellison	Ao fundo de Ellison destacam-se três quadros. Um deles com os dizeres Cybertek Settles e o outro, com "Torre Stark arruinada na Batalha de Nova York"	COE	Cybertek Settles é uma organização que apareceu na série de TV Agentes da S.H.I.E.L.D" e o nome Stark e "Batalha de Nova York" referem-se aos acontecimentos do filme "Os Vingadores".

36'56"	Hospital Metro-General	Claire Temple	A enfermeira Claire aparece em cena atendendo um paciente	CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama da primeira temporada de "Demolidor" e da série "Jessica Jones"
--------	------------------------	---------------	---	------------	--

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada					
Episódio 11					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
01'00"	Hospital Metro-General	Claire Temple	A enfermeira Claire aparece em cena atendendo um paciente	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama da primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
06'40"	Delegacia	Brett Mahoney Karen Page	Brett está interrogando Karen	CPI	Brett apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
48'26"	Pier	Brett Mahoney	Brett chega ao local para averiguar uma explosão	CPI	Brett apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada					
Episódio 12					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação

10'15"	Pier	Brett Mahoney Karen Page	Brett diz à Karen para ela ir descansar	Matriz CPI	Brett apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
17'11"	Sede do Jornal Boletim de Nova York	Karen Page Sr. Ellison	Karen e Ellison estão em uma sala na qual aparecem, nas paredes, quadros com referências à Batalha de Nova York	COIE	A manchete "Batalha de Nova York", de um dos jornais no quadro, é uma referência direta ao filme "Os Vingadores" e já apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
15'06"	Hospital Metro-General	Claire Temple Shirley Benson	A enfermeira Claire e Shirley aparecem ao lado de um corpo	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama da primeira temporada de "Demolidor" e da série "Jessica Jones"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Demolidor 2ª Temporada Episódio 13					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
08'26"	Restaurante	Jeri Hogarth Foggy Nelson	A advogada Jeri oferece a Foggy um emprego em sua firma e, ao mesmo tempo, diz sobre casos jurídicos que envolvem "pessoas com complexidades"	CPI CPIE	Jeri apareceu pela primeira vez na série "Jessica Jones". E as pessoas com complexidades são as referências a personagens que aparecem na série "Jessica Jones" e aos heróis fora do UCM da Netflix

9'55"	Sede do Jornal Boletim de Nova York	Karen Page	Karen está em uma sala na qual aparecem, nas paredes, quadros com referências à "Batalha de Nova York"	COIE	As capas de jornal mostram o personagem Hulk, o qual faz parte do Universo Cinematográfico Marvel fora da Netflix, nos filmes "O Incrível Hulk e "Os Vingadores", tanto como uma referência direta com a manchete "Batalha de Nova York" do filme "Os Vingadores"
14'50"	Delegacia	Foggy Nelson Brett Mahoney Matt Murdock/Demolidor	Foggy liga para Matt e diz que Brett precisa da ajuda deles	CPI	Brett apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e na série "Jessica Jones"
15'02"	Delegacia	Foggy	Atrás de Foggy há um cartaz com os dizeres "Você não precisa revelar sua identidade para ajudar a resolver crimes".	COE	A problemática de revelar a própria identidade é tema do filme "Capitão América: Guerra Civil",
49'10"	Sede do Jornal Boletim de Nova York	Karen Page	Karen está em uma sala na qual aparecem, nas paredes, quadros com referências à "Batalha de Nova York"	COIE	A manchete "Batalha de Nova York", de um dos jornais no quadro, é uma referência direta ao filme "Os Vingadores" e já apareceu na primeira temporada de "Demolidor" e "Jessica Jones"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Quadro 21 - Quantidade de *crossovers* por episódio em “Demolidor – 2ª Temporada”

CROSSOVER	CPI	CPE	CPIE	CEI	CEE	CEIE	CAI	CAE	CAIE	COI	COE	COIE
Episódio 1	2	1		1								
Episódio 2	2	1		1							1	1
Episódio 3	3	1					1			1		
Episódio 4	2			1								
Episódio 5	1	1							1		1	1
Episódio 6	1	1										
Episódio 7		1										
Episódio 8												
Episódio 9		2								1	1	
Episódio 10	4	1									1	
Episódio 11	2											
Episódio 12												1
Episódio 13	2		1								1	2
Total por categoria	19	9	1	3	0	0	1	0	1	2	5	5

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 22- Quantidade de matrizes *crossovers* por episódio em “Demolidor – 2ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	CPI	CPE	CEI
Episódio 02	1		
Episódio 03	1		1
Episódio 05		1	
Episódio 06			1

Episódio 11	1		
Total por categoria	3	1	1

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 23 - Quantidade de *crossovers* por categoria em “Demolidor – 2ª Temporada”

CPI	19 VEZES
CPE	9 VEZES
CPIE	1 VEZ
CEI	3 VEZES
CEE	0
CEIE	0
CAI	1
CAE	0
CAIE	1 VEZ
COI	2 VEZES
COE	5 VEZES
COIE	5 VEZES
Total	46

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 24 - Quantidade de matrizes *crossovers* por categoria em “Demolidor – 2ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	Quantidade
CPI	3
CPE	1
CEI	1

Total	5
--------------	----------

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 25 - *Crossovers* totais em “Demolidor – 2ª Temporada”

Matriz crossover	5
Crossover	46
Total	51

Fonte: créditos da pesquisadora

5.4 Luke Cage – 1ª Temporada

Quadro 26 – Desconstrução de “Luke Cage - 1ª Temporada” por meio das categorias *crossovers* estabelecidas

Luke Cage 1ª Temporada					
Episódio 1					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
06'38"	Barbearia do Pop	Pop Luke Cage	Pop e Luke estão conversando, e Pop fala sobre Reva, ex-mulher de Luke, que foi assassinada	CPI	Conhecemos a história do assassinato de Reva na série “Jessica Jones”
07'35"	Barbearia do Pop	Pop Luke Cage	Na mesma conversa, Pop comenta que a ex-namorada de Luke atirou nele com uma espingarda	CPI	A ex-namorada de Luke é Jessica, da série “Jessica Jones”

07'55''	Barbearia do Pop	Pop Luke Cage	Pop diz a Luke que ele deveria estar ajudando as pessoas, como "aquaes caras do centro"	CPIE CAIE	Pop está se referindo aos heróis envolvidos na "Batalha de Nova York, também chamada de "Incidente", já mencionada em "Demolidor", "Jessica Jones" e no UCM fora da Netflix
10'25''	Rua	Luke Cage Vendedor	Um vendedor de rua está oferecendo DVDs do Incidente, e diz os nomes Tony Stark, o loiro com o martelo, o velho com o escudo, o monstro verde	CPIE CAIE	Esas pessoas, ditas pelo vendedor, são o Homem de Ferro, Thor, Capitão América e Hulk, heróis do filme "Os Vingadores"
17'08''	Harlem's Paradise	Mariah Dillard Cornell Stokes/Boca de Algodão	Os primos fora da lei, Mariah e Cornell comentam sobre Fisk	CPI	Fisk é personagem da trama da série "Demolidor"
18'15''	Harlem's Paradise	Domingo Mariah Dillard Cornell Stokes/Boca de Algodão	Cornell fala que suas armas são melhores do que as de Justin Hammer e sua empresa, a Indústria Hammer	CPE	Justin Hammer é personagem do filme "Homem de Ferro 2", e do curta "Todos Saúdam o Rei"
28'03''	Apartamento de Luke Cage	Luke Cage Misty Knight	Enquanto está com Misty, Luke tem um flashback da prisão "Seagate"	Matriz CEE	A prisão "Seagate" é onde estão presos o dono das "Indústrias Hammer" (apresentado em "Homem

					de Ferro 2”), Justin Hammer, e “Mandarim” (vilão de “Homem de Ferro 3” e protagonista de “Todos Saúdam o Rei”)
46'45”	Apartamento de Luke Cage	Luke Cage Reva Connors	Luke tem uma lembrança da ex-mulher, a qual fala sobre “Seagate”	CPI	Conhecemos a história do assassinato de Reva na série “Jessica Jones”

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada					
Episódio 2					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
03'43”	Delegacia	Misty Knight Rafael Scarfe	Enquanto comentam sobre um crime, atrás de Scarfe aparece um cartaz com os dizeres “Você não precisa revelar sua identidade para ajudar a resolver crimes”.	COEI	O mesmo cartaz apareceu na série “Demolidor” e a problemática de revelar a identidade é tema do filme “Capitão América: Guerra Civil”
06'38”	Barbearia do Pop	Pop Luke Cage Turk Barret	Enquanto estão conversando, Turk Barret aparece jogando xadrez	Matriz CPI	Turk apareceu pela primeira vez na série “Demolidor”

10'29"	Barbearia do Pop	Shades Luke Cage	Shades diz a Luke que acabou de voltar de "Seagate"	Matriz CEE	A prisão "Seagate" é onde estão presos o dono das "Indústrias Hammer" (apresentado em Homem de Ferro 2), Justin Hammer, e "Mandarim" (vilão de Homem de Ferro 3 e protagonista de "Todos Saúdam o Rei")
51'35"	Terraço do Harlem's Paradise	Mariah Dillard Cornell Stokes/Boca de Algodão Shades Tone Turk	Turk diz que vai voltar para Hell's Kitchen	CEI	O bairro Hell's Kitchen aparece na série "Demolidor" e "Jessica Jones"

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada Episódio 3					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
18'22"	Hospital	Luke Cage Chico	Chico pergunta a Luke se ele "é um deles"	CPiE	Ser "um deles" significa ser um herói, como os vistos em "Os Vingadores" e nas séries

					"Demolidor" e "Jessica Jones"
42'17"	Delegacia	Rafael Scarfe Misty Knigh	Scarfe diz a Misty que viu o "Incidente" de perto e comenta sobre um martelo mágico	CAIE CPIE	O "Incidente" é outro nome para a "Batalha de Nova York", evento final do filme "Os Vingadores". O martelo mágico é referência a Thor, herói do filme e já mencionado nas séries "Demolidor" e "Jessica Jones"

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada Episódio 4					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
04'09"	Prisão Seagate	Luke Cage	Luke sonha com a prisão na qual esteve, há alguns anos.	CEE	A prisão "Seagate" é onde estão presos o dono das "Indústrias Hammer" (apresentado em "Homem de Ferro 2"), Justin Hammer, e "Mandarim" (vilão de Homem de Ferro 3 e

					protagonista de “Todos Saúdam o Rei”)
06’18”	Prisão Seagate	Luke Cage Reva Connors	Reva é médica da prisão e está em sessão com os prisioneiros	CPI	A história de Reva foi introduzida na série “Jessica Jones”
45’45”	Hotel	Luke Cage Reva Connors	Reva mexe em um <i>pen drive</i> amarelo	COI	O mesmo <i>pen drive</i> foi visto na série “Jessica Jones”

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada Episódio 5					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
02’41”	Rua	Claire Temple	Claire está andando e tenta ser assaltada	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem das tramas das séries “Demolidor” e “Jessica Jones”
23’35”	Lanchonete	Claire Temple Mãe de Claire	Claire comenta com a mãe sobre o ataque ninja no hospital, o qual matou sua amiga Louisa; também fala sobre um “homem cego que pode ver”	CAI CPI CPI CEI	O hospital é o Metro-General, o qual aparece nas séries “Demolidor” e “Jessica Jones”; o ataque foi um evento da segunda temporada da série “Demolidor”, no qual Louisa foi morta. O homem cego que pode ver é uma referência direta a Matt Murdock/Demolidor,

					o herói que possui deficiência visual
25'18"	Lanchonete	Claire Temple Mãe de Claire	A mãe de Claire diz "alienígenas saem do céu, pessoas com martelos de prata e monstros verdes"	CAIE CPIE	Ela está se referindo aos heróis envolvidos na "Batalha de Nova York", também chamada de "Incidente", já mencionada nas séries "Demolidor" e "Jessica Jones" e no UCM fora da Netflix
27'30"	Harlem's Paradise	Cornell Stokes/Boca de Algodão Shades	Shades mostra um vídeo para Cornell da bala de revólver "Judas", desenvolvida por Hammer e feita de material alienígena	CPE CAIE	As "Indústrias Hammer" aparecem no filme "Homem de Ferro 2"; e o material alienígena é referência ao ataque alien, ocorrido no filme "Os Vinagadores"
34'58"	Delegacia	Sargento MacClean	O sargento está num depósito, com carregamentos de armas das "Indústrias Hammer"	COE	As "Indústrias Hammer" aparecem no filme "Homem de Ferro 2"

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada Episódio 6					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
01'33"	Rua	Trish Talk	Voz no rádio da apresentadora Trish Walker	CPI	Trish é personagem da série "Jessica Jones"

10'06"	Delegacia	Policia	Enquanto um policial conversa com Cornell ao telefone, aparece um cartaz com os dizeres "Você não precisa revelar sua identidade para ajudar a resolver crimes"	COIE	O mesmo cartaz apareceu na série "Demolidor" e a problemática de revelar a identidade é tema do filme "Capitão América: Guerra Civil"
10'52"	Lanchonete	Claire Temple Mãe de Claire	Claire vai ao encontro de sua mãe, em uma lanchonete	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem das tramas das séries "Demolidor" e "Jessica Jones"
11'21"	Lanchonete	Claire Temple Luke Cage Bobby Fisher	Claire aparece na mesa de Luke e Bobby e se apresenta, dizendo a Luke que "sua namorada me fez cuidar de você no hospital em Hell's Kitchen". Eles comentam sobre o acontecimento	CPI CEI CEI CAI	Claire está se referindo a Jessica, de "Jessica Jones"; o hospital é o Metro-General, o qual aparece na série "Demolidor" e em "Jessica Jones" e fica no bairro Hell's Kitchen
51'21"	Delegacia	Misty Knight	Atrás de Misty aparece um cartaz com os dizeres "Você não precisa revelar sua identidade para ajudar a resolver crimes".	COEI	O mesmo cartaz apareceu na série "Demolidor" e a problemática de revelar a identidade é tema do filme "Capitão América: Guerra Civil"

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada					
Episódio 7					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação

01'45"	Delegacia	Cornell Stokes Misty Knigh Benjamin Donovan	O advogado Benjamin aparece ao lado de Cornell, na delegacia	CPI	Benjamin Donovan também é advogado na série "Demolidor"
2'16"	Delegacia	Cornell Stokes/Boca de Algodão Misty Knigh	Atrás de Cornell aparece um cartaz com os dizeres "Você não precisa revelar sua identidade para ajudar a resolver crimes".	COIE	O mesmo cartaz apareceu na série "Demolidor" e a problemática de revelar a identidade é tema do filme "Capitão América: Guerra Civil"
	Barbearia do Pop	Claire Temple Luke Cage Bobby Fisher	Claire aparece na Barbearia, enquanto Luke e Bobby conversam	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem das tramas das séries "Demolidor" e "Jessica Jones"
08'20"	Barbearia do Pop	Claire Temple Luke Cage Bobby Fisher	Claire comenta sobre o bairro Hell's Kitchen e Luke fala sobre "o cara que sai batendo nas pessoas"	CEI CPI	O bairro Hell's Kitchen aparece nas séries "Demolidor" e "Jessica Jones"; e a pessoa cometada por Luke é Matt Murdock/Demolidor
21'40"	Harlem's Paradise	Luke Cage Cornell Stokes/Boca de Algodão	Cornell chama Luke de "O Capitão América do Harlem"	CPIE	Capitão América ou Steve Rogers é herói do UCM fora da Netflix. Aparece nos filmes "Capitão América: Primeiro Vingador", "Capitão América: o Soldado Invernal", "Capitão América: Guerra Civil", "Os Vingadores", "Os Vingadores: Era de Ultron"; é referenciado nas séries para a TV "Agente Carter", "Agentes da Shield" e em outros filmes, como "Thor: O Mundo Sombrio" e

					"Homem-Aranha: de Volta ao Lar"
30'00'	Rua	Vendedor	Vendedor de DVDs fala que tem os melhores ângulos do "Incidente"	CAIE	O "Incidente" é outro nome para a "Batalha de Nova York", evento final do filme "Os Vingadores".
44'00"	Rua	Misty Knight Luke Cage	Luke diz a Misty que o furgão parado na rua está carregado de armas de Justin Hammer	CPE	Justin Hammer é personagem do filme "Homem de Ferro 2", e do curta "Todos Saúdam o Rei"
49'31"	Rua	Claire Temple Luke Cage	Claire diz a Luke que tem um amigo advogado que pode ajudá-lo	CPI	Claire está falando de Matt Murdock/Demolidor, da série "Demolidor"

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada Episódio 8					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
0'01"	Rua	Claire Temple Luke Cage	Claire ajuda Luke, após ele levar um tiro	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem das tramas das séries "Demolidor" e "Jessica Jones"

18'35"	Delegacia	Misty Knigh Benjamin Donovan Candace Miller	Misty e Benjamin escutam o depoimento de Candace	CPI	Benjamin Donovan também é advogado na série "Demolidor"
31'10"	Rua	Kid Cascavel Misty Knigh	Atrás de Kid e Misty aparece um cartaz, em uma caçamba, com os dizeres "Timely Trash"	COE	O nome e o logo são uma homenagem à Timely Comics, o nome original da editora Marvel.

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada Episódio 9					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
27'55"	Lanchonete	Claire Temple	Claire faz buscas na internet sobre a prisão "Seagate"	Matriz CPI Matriz CEE	Claire Temple já apareceu como personagem das tramas da séries "Demolidor" e "Jessica Jones". A prisão "Seagate" é onde estão presos o dono das "Indústrias Hammer" (apresentado em "Homem de Ferro 2"), Justin Hammer, e "Mandarim" (vilão de "Homem de Ferro 3" e protagonista de "Todos Saúdam o Rei")

30'18"	Lanchonete	Claire Temple Luke Cage	Claire fala do <i>pen drive</i> deixado por Reva	CPI COI	A história de Reva foi introduzida na série "Jessica Jones", assim como o <i>pen drive</i> foi visto
57'38"	Casa de Noah Burstein	Claire Temple Luke Cage Noah Burstein	Claire diz a Noah que se especializou em enfermagem no bairro Hell's Kitchen	CEI	O bairro Hell's Kitchen aparece nas séries "Demolidor" e "Jessica Jones"

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada Episódio 10					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
1'40"	Casa de Noah Burstein	Claire Temple Luke Cage Noah Burstein	Claire está ajudando o Dr. Noah a fazer uma cirurgia em Luke	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem das tramas das séries "Demolidor" e "Jessica Jones".
17'58"	Casa de Noah Burstein	Claire Temple Luke Cage Noah Burstein	Luke fala sobre o assassinato de Reva	CPI	A história de Reva foi introduzida na série "Jessica Jones"
22'13"	Casa de Noah Burstein	Claire Temple Luke Cage Noah Burstein	Luke fala de "Seagate"	CEE	A prisão "Seagate" é onde estão presos o dono das "Indústrias Hammer" (apresentado em "Homem de Ferro 2"), Justin Hammer, e "Mandarim" (vilão de "Homem de Ferro 3")

					e protagonista de “Todos Saúdam o Rei”)
40’08’’	Harlem’s Paradise	Mariah Dillard	Mariah faz um discurso e diz que “aquela mulher em Hell’s Kitchen quebrou o pescoço de um homem”	CEI CPI CPI	O bairro Hell’s Kitchen aparece na série “Demolidor” e “Jessica Jones”; “aquele mulher” é Jessica Jones e o homem, Killgrave, personagem da série “Jessica Jones”

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada					
Episódio 11					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
1’00’	Harlem’s Paradise	Luke Cage Misty Knight Claire Temple	Claire ajuda Misty e Luke em um tiroteio	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem das tramas das séries “Demolidor” e “Jessica Jones”.
19’30’’	Harlem’s Paradise	Misty Knight Luke Cage	Luke fala para Misty como foi parar em “Seagate”	CEE	A prisão “Seagate” é onde estão presos o dono das “Indústrias Hammer” (apresentado em “Homem de Ferro 2”), Justin Hammer, e “Mandarin” (vilão de “Homem de Ferro 3” e protagonista de “Todos Saúdam o Rei”)

20'12"	Rua em frente ao Harlem's Paradise	Blake Tower	O investigador Blake Tower aparece em cena, junto a um policial	CPI	Blake Tower apareceu pela primeira vez na segunda temporada da série "Demolidor"
25'46"	Dentro de uma van policial	Blake Tower Priscila Ridley	Blake comenta sobre Frank Castle	CPI	Frank Castle é personagem da segunda temporada da série "Demolidor"

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada Episódio 12					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
07'47"	Esconderijo de Kid Cascavel	Kid Cascavel Turk Berret	Turk aparece para negociar com Kid	Matriz CPI	Turk apareceu pela primeira vez na série "Demolidor"
17'47"	Rua	Luke Cage	Enquanto passa na rua, vemos, na direção do olhar de Luke, um poster com a foto de Stan Lee	COIE	Stan Lee é um dos criadores da Marvel e sempre aparece nas produções audiovisuais, como um personagem ou figurante das tramas
21'05"	Delegacia	Shades Priscila Ridley	Priscila fala de "Seagate" enquanto interroga Shades	CEE	A prisão "Seagate" é onde estão presos o dono das "Indústrias Hammer" (apresentado em "Homem de Ferro 2"), Justin Hammer, e "Mandarin" (vilão de "Homem de Ferro 3" e protagonista de "Todos Saúdam o Rei")

30'04''	Rádio do Harlem	Method Man Radialistas	O rapper Method fala o nome "Homem de Ferro" em sua música	CPIE	Homem de Ferro/Tony Stark é herói do Universo Marvel fora da Netflix
57'40''	Barbearia do Pop	Luke Cage Mariah Dillard Shades	Mariah e Shades vão ao encontro de Luke, e ele ameaça bater em Shades, como fez em "Seagate"	CEE	A prisão "Seagate" é onde estão presos o dono das "Indústrias Hammer" (apresentado em "Homem de Ferro 2"), Justin Hammer, e "Mandarim" (vilão de "Homem de Ferro 3" e protagonista de "Todos Saúdam o Rei")

Fonte: créditos da pesquisadora

Luke Cage 1ª Temporada					
Episódio 13					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
02'00''	Barbearia do Pop	Luke Cage Kid Cascavel	Kid diz a Luke que seu traje é feito pela "Hammer"	CPE	As Indústrias Hammer fazem parte da trama do filme "Homem de Ferro 2", da série para TV "Agentes da S.H.I.E.L.D", e do curta "Todos Saúdam o Rei"
10'49''	Rua em frente a Barbearia do Pop	Luke Cage Kid Cascavel Claire Temple Policiais Pessoas na rua	Claire tenta se aproximar de Luke, mas é barrada por policiais	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama das séries "Demolidor" e "Jessica Jones".

18'45"	Delegacia	Misty Knighth Luke Cage Claire Temple	Claire diz a Luke que conhece um advogado muito bom para defendê-lo	CPI	Claire está se referindo a Matt Murdock/Demolidor, personagem da série "Demolidor"
35'41"	Delegacia	Misty Knighth Luke Cage Claire Temple	Enquanto conversam, atrás de Claire aparece um cartaz com os dizeres "Você não precisa revelar sua identidade para ajudar a resolver crimes".	COEI	O mesmo cartaz apareceu na série "Demolidor" e a problemática de revelar a identidade é tema do filme "Capitão América: Guerra Civil"
36'18"	Delegacia	Luke Cage Claire Temple	Delagado Franco aparece e diz que Luke está preso por fugir de "Seagate"	CEE	A prisão "Seagate" é onde estão presos o dono das "Indústrias Hammer" (apresentado em "Homem de Ferro 2"), Justin Hammer, e "Mandarin" (vilão de "Homem de Ferro 3" e protagonista de "Todos Saúdam o Rei")
37'42"	Delegacia	Luke Cage Claire Temple	Claire reitera a Luke que conhece um advogado muito bom para defendê-lo	CPI	Claire está se referindo a Matt Murdock/Demolidor, personagem da série "Demolidor"

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 27 - Quantidade de *crossovers* por episódio em “Luke Cage - 1ª Temporada”

CROSSOVER	CPI	CPE	CPIE	CEI	CEE	CEIE	CAI	CAE	CAIE	COI	COE	COIE
Episódio 1	4	1	2						2			
Episódio 2				1								1
Episódio 3			2						1			
Episódio 4	1				1					1		
Episódio 5	2	1	1	1			1		2		1	
Episódio 6	2			2			1					2
Episódio 7	3	1	1	1					1			1
Episódio 8	1										1	
Episódio 9	1			1						1		
Episódio 10	3			1	1							
Episódio 11	2				1							
Episódio 12			1		2'							1
Episódio 13	2	1			1							1
Total por categoria	21	4	7	7	6	0	2	0	6	2	2	6

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 28 - Quantidade de matrizes *crossovers* por episódio em “Luke Cage - 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	CPI	CEI
Episódio 01		1
Episódio 02	1	1
Episódio 05	1	
Episódio 06	1	

Episódio 07	1	
Episódio 08	1	
Episódio 09	1	1
Episódio 10	1	
Episódio 11	1	
Episódio 12	1	
Episódio 13	1	
Total por categoria	10	3

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 29 - Quantidade de *crossovers* por categoria em “Luke Cage - 1ª Temporada”

CPI	21 VEZES
CPE	4 VEZES
CPIE	7 VEZES
CEI	7 VEZES
CAI	6 VEZ
CAE	0
CAIE	1 VEZ
COI	2 VEZES
COE	5 VEZES
COIE	5 VEZES
Total	61

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 30 - Quantidade de matrizes *crossovers* por categoria em “Luke Cage - 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	Quantidade
CPI	10
CEI	3
Total	13

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 31 - *Crossovers* totais em “Luke Cage - 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	13
<i>Crossover</i>	61
Luke Cage (considerado Matriz CPI)	1
Total	75

Fonte: créditos da pesquisadora

5.5 Punho de Ferro – 1ª Temporada

Quadro 32 – Desconstrução de “Punho de Ferro - 1ª Temporada” por meio das categorias *crossovers* estabelecidas

Punho de Ferro 1ª Temporada					
Episódio 2					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
13'20"	Rua de Nova Iorque	Colleen Wing Darryl	Coleen confronta seus alunos de artes marciais	CPI	Darryl apareceu pela primeira em “Luke Cage”
			Harold questiona Danny sobre		O “Tentáculo” aparece pela primeira vez

26'56"	Hospital Psiquiátrico Birch	Danny Rand Harold Meachum	o que ele fez no período em que estava desaparecido e ele diz, pela primeira vez, ser o Punho de Ferro, arma viva e inimigo declarado do "Tentáculo"	CPI	em "Demolidor"
52'21"	Hospital Psiquiátrico Birch	Danny Rand Dr. Paul Edmonds	Médico não acredita em Danny quando ele diz ser o Punho de Ferro	CAIE	É mencionado o "Incidente", referente à batalha do ato final do filme "Os Vingadores"
Episódio 3					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
6'14"	Apartamento de Harold	Harold Meachum Ward Meachum	Harold pergunta a Ward sobre os negócios da família	CEI	O pór mencionado é o mesmo que aparece em "Demolidor"
9'06"	Chikara <i>dojo</i>	Darryl Danny Rand	Darryl entra na sala enquanto Danny está treinando	CPI	Darryl apareceu pela primeira vez em "Luke Cage"
19'10"	Chikara <i>dojo</i>	Darryl Colleen Wing	Darryl e Colleen estão conversando	CPI	Darryl apareceu pela primeira vez em "Luke Cage"

21'26"	Rua de Nova Iorque	Danny Rand Jeri Hogarth	Danny procura Jeri para ajudá-lo a provar a sua identidade	Matriz CPI	Jeri apareceu pela primeira vez em "Jessica Jones" e esteve em "Demolidor"
28'13"	Apartamento de Harold	Madame Gao Harold Meachum	Uma voz feminina ameaça Harold, e sua sombra revela ser a silhueta de Madame Gao	CPI	Essa é a primeira vez que Madame Gao aparece na série. A personagem esteve também em "Demolidor"
31'18"	Hospital Metro-General	Joy Meachum Ward Meachum Raj Patel	Joy leva Raj ao Hospital Metro-General para chantageá-lo	CEI	O Hospital, "Metro-General" aparece várias vezes não só em "Punho de Ferro", como em "Demolidor", "Jessica Jones" e "Luke Cage"

Fonte: créditos da pesquisadora.

Episódio 4					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
2'45"	Apartamento de Harold Meachum	Danny Rand Ward Meachum	Ward compara a atitude de Danny à de "Demolidor"	CPI	"Demolidor" é a personagem homônima da série "Demolidor"
10'37"	Chikara <i>dojo</i>	Darryl	Darryl está assistindo um vídeo de Colleen Wing	CPI	Darryl apareceu pela primeira vez em "Luke Cage"
13'17"	Empresas Rand	Jeri Hogarth	Jeri aparece sentada, em uma coletiva de imprensa	CPI	Jeri apareceu pela primeira vez em "Jessica Jones" e esteve em "Demolidor"

14'38"	Empresas Rand	Danny Rand Jennifer Many	A repórter Jennifer, do "Boletim de Nova Iorque", faz perguntas a Danny	CPI	O jornal apareceu pela primeira vez em "Demolidor"
15'45"	Empresas Rand	Joy Meachum Danny Rand	Danny pergunta a Joy se eles podem conversar sobre o píer	CEI	O mesmo píer aparece em "Demolidor"
16'10"	Empresas Rand	Danny Rand Jeri Hogarth	Danny encontra Jeri após a coletiva de imprensa	CPI	Jeri apareceu pela primeira vez em "Jessica Jones" e esteve em "Demolidor"
39'35"	Empresas Rand	Ward Meachum Jennifer Many	Jennifer pede para Karen não ganhar a primeira página do "Boletim de Nova Iorque"	CPI	"Karen" é Karen Page, personagem de "Demolidor"
51'55	Quarto	Danny Rand	Danny recebe uma encomenda com o desenho de uma serpente	COI	O mesmo desenho identifica a "Serpente de Aço", um tipo da droga heroína, vendida por Madame Gao em "Demolidor"
Episódio 5					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
14'54"	Chikara <i>dojo</i>	Colleen Wing Claire Temple	Colleen dá aulas de artes marciais a Claire	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama das séries "Demolidor", "Jessica Jones" e "Luke Cage"
31'53"	Empresas Rand	Ward Meachum Thambi Wallace	Ward assiste uma reportagem sobre a Empresas Rand	CPI	A repórter Thambi Wallace aparece em "Luke Cage"
36'00"	Píer	Colleen Wing Danny Rand	Colleen e Danny confortam criminosos no píer	CEI	O mesmo píer aparece em "Demolidor"
50'26"	Chikara <i>dojo</i>	Claire Temple Danny Rand	Claire conta a Danny e a Colleen sobre o ataque ninja que ocorreu	CAI	O ataque aconteceu em "Demolidor"

		Colleen Wing	no Hospital Metro-General		
52'29"	Chikara <i>dojo</i>	Claire Temple Danny Rand	Claire diz a Danny que conhece "gente como você", referindo-se a pessoas que possuem habilidades especiais	CPI	"Gente como você" são as personagens Demolidor, Jessica Jones e Luke Cage
Episódio 6					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
9'40"	Chikara <i>dojo</i>	Claire Temple Colleen Wing Homem ferido	Claire cuida dos ferimentos de um homem	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem das tramas das séries "Demolidor", "Jessica Jones" e "Luke Cage"
17'45"	Empresas Rand	Wayne Olsen Joy Meachum Ward Meachum	Wayne conta a Joy e a Ward sobre um vídeo de Danny Rand ter mais visualizações do que o do "cara verde"	CPIE	O "cara verde" é a personagem "Hulk", do filme "Os Vingadores"
30'13"	Hospital Metro-General	Claire Temple Colleen Wing	Claire e Colleen vão ao Hospital Metro-General	CEI	O Hospital "Metro-General" aparece várias vezes não só em "Punho de Ferro", como nas séries "Demolidor", "Jessica Jones" e "Luke Cage"
30'28"	Hospital Metro-General	Shirley Benson Claire Temple	Shirley ajuda Claire com um paciente ferido	CPI	Shirley apareceu pela primeira vez em "Demolidor"
42'50	Hospital Metro-General	Claire Temple	Claire utiliza a expressão "Santa Mãe de Deus"	CPI	Essa expressão é um dos bordões da personagem Luke, de "Luke Cage"
28'58"	Empresas Rand	Danny Rand Madame Gao	Madame Gao menciona o "Diabo de Hell's Kitchen" e o "homem com a pele impenetrável"	CPI	O "Diabo de Hell's Kitchen" é o personagem Matt Murdock, da série "Demolidor". O "homem com a pele impenetrável" é Luke, de "Luke Cage"
Episódio 7					

Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
35'15"	Empresas Rand	Madame Gao Secretária	Os "Cães do Inferno" são mencionados pela secretária de Gao	CPIE	"Cães do Inferno" é uma gangue de motoqueiros que já apareceu em "Demolidor" e na série para televisão "Agentes da S.H.I.E.L.D"
42'37"	Empresas Rand	Danny Randy	Karen Page é mencionada por Danny, em reunião	CPI	Karen Page aparece em "Demolidor"
45'10"	Chikara <i>dojo</i>	Darryl Colleen Wing	Colleen despede-se de Darryl	CPI	Darryl apareceu pela primeira vez em "Luke Cage"
51'43"	Apartamento de Harold	Harold Meachum	O nome da empresa Midland Circle aparece na tela do <i>tablet</i> de Harold	CPI	A empresa Midland Circle aparece em "Demolidor" e no trailer oficial da série "Os Defensores"
55'07"	Apartamento de Harold	Ward Meachum Harold Meachum	Harold cita as empresas Roxxon e Midland Circle em conversa com Ward	CPI CPIE	Midland Circle aparece em "Demolidor" e no trailer oficial da série "Os Defensores"; a empresa Roxxon aparece nos filmes "Homem de Ferro 2" e "Homem de Ferro 3", nas séries para televisão "Agente Carter" e "Agentes da S.H.I.E.L.D.", na série "Demolidor" e no curta "Houve Algo Engraçado no Caminho do Martelo de Thor"
Episódio 8					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
0'30"	Apartamento de Claire	Claire Temple	Claire lê uma carta de um remetente detento	Mstriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama das séries

				COI	"Demolidor", "Jessica Jones" e "Luke Cage". E o detento é Luke Cage, preso ao final de "Luke Cage"
7'59"	Apartamento da Claire	Claire Temple Colleen Wing	Claire diz para Colleen que já viu "outra pessoa" enfrentar o "Tentáculo"	CPI	A outra pessoa é Matt Murdock/ Demolidor, de "Demolidor"
9'05"	Apartamento da Claire	Claire Temple Danny Rand Colleen Wing	Claire diz para Danny e Colleen que vai enfrentar o "Tentáculo" por sua amiga Louisa	CPI	Louisa foi morta pelo "Tentáculo" no ataque ninja ao Hospital Metro-General, em "Demolidor"
17'25"	Avião de Danny Rand	Claire Temple Danny Rand	Danny deduz ser um homem o remetente da carta lida por Claire, que responde: "Ele ficaria feliz em ouvir isso"	CPI	A carta é a do detento Luke, de "Luke Cage"
31'09"	Parque	Joy Meachum Ward Meachum	Joy diz a Ward que contratou uma investigadora e que ela valia o investimento, quando estava sóbria	CPI	A investigadora etilista/ alcoólatra é a personagem Jessica Jones, como mostrado em "Jessica Jones"
Episódio 9					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
4'29"	Chikara <i>dojo</i>	Claire Temple Colleen Wing Danny Rand	Colleen, Claire e Danny estão conversando no local	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama das séries "Demolidor", "Jessica Jones" e "Luke Cage"
10'11"	Chikara <i>dojo</i>	Claire Temple Madame Gao	Madame Gao diz que Claire tem amizade com pessoas dotadas	CPI	Pessoas dotadas são as personagens Luke Cage, Jessica Jones e Matt Murdock/Demolidor
			Davos segura uma revista,		As "Indústrias Stark" pertencem

22'58"	Carrinho de lanche em frente a Empresas Rand	Davos	que tem escrito "Indústrias Stark" em sua capa	COIE	ao empresário Tony Stark, também conhecido por Homem de Ferro, herói do Universo Marvel fora da Netflix
51'54	Chikara <i>dojo</i>	Claire Temple	Claire utiliza a expressão "Santa Mãe de Deus"	CPI	Essa expressão é um dos bordões de Luke Cage
Episódio 10					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
21'17"	Escola de Bakuto	Darryl Danny Rand	Danny encontra Darryl na escola	Matriz CPI	Darryl apareceu pela primeira em "Luke Cage"
Episódio 11					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
10'27"	Apartamento de Claire	Claire Temple	Claire aparece lendo um livro	Matriz CPI	Claire Temple já apareceu como personagem da trama das séries "Demolidor", "Jessica Jones" e "Luke Cage"
15'31"	Apartamento de Claire	Claire Temple	Claire diz que justiceiros acabam com o seu estoque de remédios	CPI	A palavra "justiceiros" refere-se às personagens Demolidor, Jessica Jones e Luke Cage
15'56"	Apartamento de Claire	Danny Rand Claire Temple	Claire dá uma camiseta furada a Danny, dizendo pertencer a um amigo	CPI	A camiseta pertence a Luke Cage, o qual constantemente leva tiros, ao ser abatido na trama de "Luke Cage"
24'48"	Apartamento de Claire	Claire Temple Colleen Wing	Claire diz a Colleen que o "Tentáculo" matou pessoas que ela conhece	CAI CPI	Claire está se referindo ao ataque ninja feito pelo "Tentáculo", no Hospital Metro-General, o qual teve sua amiga Louisa como vítima. O ataque aconteceu na segunda temporada de "Demolidor"

34'06"	Hospital Metro-General	Colleen Wing Becca	Colleen vai a um hospital, pedir antibióticos à sua aprendiz nas artes marciais	CEI	O Hospital "Metro-General" aparece várias vezes, não só em "Punho de Ferro", como em "Demolidor", "Jessica Jones" e "Luke Cage"
42'36"	Esconderijo do "Tentáculo"	Colleen Wing Bakuto	Colleen é presa por Bakuto em um galpão pertencente ao "Tentáculo"	CEI	O mesmo galpão aparece em "Demolidor"
Episódio 13					
Tempo de exibição	Espaço	Personagem	Ação	Crossover	Observação
0'13"	Apartamento de Harold	Harold Machum Thembi Wallace	O jornal televisivo, ligado no apartamento de Harold, anuncia Thembi Wallace, que dará notícias sobre o "caso Danny Rand"	CPI	A repórter Thembi Wallace aparece em "Luke Cage"
1'45"	Empresas Rand	Ward Meachum Harold Meachum Jeri Hogarth	Jeri e Ward estão conversando sobre Danny Rand, quando Harold aparece	Matriz CPI	Jeri apareceu pela primeira vez em "Jessica Jones" e esteve em "Demolidor"
8'06"	Rua	Claire Temple Jeri Hogarth	Claire aborda Jeri na rua e convence a advogada a ir com ela, para encontrarem Danny Rand	Matriz CPI COIE	A câmera muda o foco para um anúncio na parede, e nele está Stan Lee, um dos criadores do Universo Marvel
18'13"	Rua de Nova Iorque	Danny Rand Claire Temple Colleen Wing	Claire diz a Danny que ele não é o primeiro amigo dela com poderes especiais	CPI	Claire pode estar se referindo tanto a Matt Murdock/ Demolidor como a Jessica Jones ou a Luke Cage

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 33 - Quantidade de *crossovers* por episódio em "Punho de Ferro - 1ª Temporada"

CROSSOVER	CPI	CPE	CPIE	CEI	CEE	CEIE	CAI	CAE	CAIE	COI	COE	COIE
Episódio 1												
Episódio 2	2								1			
Episódio 3	3			2								
Episódio 4	6			1						1		
Episódio 5	1			1			1					
Episódio 6	3		1	1								
Episódio 7	4		2									
Episódio 8	4									1		
Episódio 9			2									1
Episódio 10												
Episódio 11	3			1			1					
Episódio 12												
Episódio 13	2											1
Total por categoria	27	0	5	6	0	0	2	0	1	2	0	2

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 34 - Quantidade de matrizes *crossovers* por episódio em “Punho de Ferro - 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	CPI
Episódio 03	1
Episódio 05	1
Episódio 06	1
Episódio 08	1
Episódio 09	1
Episódio 10	1

Episódio 11	1
Episódio 13	2
Total por categoria	9

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 35 - Quantidade de *crossovers* por categoria em “Punho de Ferro – 1ª Temporada”

CPI	27 VEZES
CPE	0
CPIE	5 VEZES
CEI	6 VEZES
CEE	0
CEIE	0
CAI	2 VEZES
CAIE	1 VEZ
COI	2 VEZES
COE	1 VEZ
COIE	2 VEZ
Total	46

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 36 - Quantidade de matrizes *crossovers* por categoria em “Punho de Ferro - 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	Quantidade
CPI	9
Total	9

Fonte: créditos da pesquisadora

Quadro 37 - Crossovers totais em “Punho de Ferro – 1ª Temporada”

Matriz <i>crossover</i>	9
<i>Crossover</i>	46
Total	55

Fonte: créditos da pesquisadora

5.6 Resultado geral

Quadro 38 – Crossovers totais das séries analisadas

Séries	Quantidade de <i>crossovers</i>
DEMOLIDOR – 1ª TEMPORADA	14 <i>crossovers</i>
JESSICA JONES	20 <i>crossovers</i>
DEMOLIDOR – 2ª TEMPORADA	51 <i>crossovers</i>
LUKE CAGE	75 <i>crossovers</i>
PUNHO DE FERRO	55 <i>crossovers</i>
TOTAL	215 <i>crossovers</i>

Fonte: créditos da pesquisadora

6 DISCUSSÃO E ANÁLISE

Após a desconstrução das obras, tem-se material suficiente para apontar e discutir os *crossovers* do Universo Cinematográfico Marvel. Realizou-se a análise em duas etapas, sendo a primeira um olhar individual e particular sobre cada série; e a segunda, um olhar macro, uma junção de todos os elementos *crossovers* encontrados nas obras desconstruídas. Desse modo, a análise detalha as sutilezas dos *crossovers* e matrizes *crossovers* meticulosamente elaborados para construir o universo ficcional Marvel. É importante apontar que a categoria matriz *crossover* ocorreu durante o final da desconstrução dos 65 (sessenta e cinco) episódios. No momento em que foram unidas as análises individuais, a nova categoria surge como material importante para a compreensão do modo como os *crossovers* interligam-se e formam uma rede, de sentido amplo e coerente.

As análises são apresentadas seguindo a ordem em que foram disponibilizadas na plataforma Netflix.

6.1 Demolidor – 1ª Temporada

A série é a primeira produção da Marvel para a Netflix e contém, como plano de fundo, o evento “Batalha de Nova York”, ou “Incidente”, ato final do filme “Os Vingadores”, que reverbera em todas as séries analisadas. “Demolidor” aborda as consequências da luta na cidade de Nova York e como o local lida e convive com a informação de que o mundo é composto por seres fantásticos e super-heróis. Essa situação pós-Batalha segue dois rumos: há aqueles empolgados e admiradores dos heróis e aqueles que são hostis e repreensores, não só dos heróis, mas de tudo aquilo que eles provocam (bagunça, rupturas de usos e costumes). Desse modo, o “Incidente” é utilizado como expressão pejorativa. Essa foi a abordagem escolhida pela narrativa das séries, as quais irão comentar sobre o caos e a desordem desencadeados na cidade de Nova York pelo evento.

Na primeira temporada da série “Demolidor”, os elementos são considerados *crossovers* externos, pois ainda não há outras séries para a comparação, apenas o universo fora da Netflix. Assim, o *crossover* é externo, pois originou-se do cinema, curta-metragem ou série para a televisão, e ainda não apareceu em outras séries da Netflix. Por isso, optou-se por não colocar na tabela de

resultados as siglas referentes ao *crossover* interno, a fim de facilitar a leitura e mostrar a especificidade dessa obra.

Observou-se o total de 14 (quatorze) *crossovers*, sendo uma matriz *crossover* e 13 (treze) *crossovers*; está é a taxa mais baixa entre as produções analisadas. Infere-se que esta situação ocorre por dois motivos: “Demolidor” é a primeira série Netflix a compor o Universo Cinematográfico Marvel; o espectador está sendo ambientado no universo ficcional. Assim, os elos da trama com as obras fora da Netflix são entregues de modo sutil e preparam o espectador ao que está por vir. Não foram encontrados *crossovers* nos episódios cinco, nove e 11 (onze).

Considerações a serem feitas sobre os *crossovers* da primeira temporada de “Demolidor”:

Crossover de personagem:

- As referências imagéticas e verbais ao Jornal WHIH World News foram classificadas como *crossover* de personagem, uma vez que este representa uma instituição, um grupo de pessoas.

Crossover de ação:

- O “Incidente” é considerado matriz *crossover* de ação externa, por ser mencionado três vezes no primeiro episódio. Ao colocar o “Incidente” como evidência, reitera-se ao espectador a ligação da série com o filme “Os Vingadores”, instigando-o a procurar novas pistas, pois se trata de um universo transmídia.

6.2 Jessica Jones – 1ª Temporada

A partir de “Jessica Jones”, nota-se maior quantidade de *crossovers*. Ao total, foram 20 (vinte), sendo uma matriz *crossover* e 19 (dezenove) *crossovers*. A categoria “*crossover* interno” aponta as conexões entre as séries “Jessica Jones” e “Demolidor”. Não foram encontrados elementos *crossovers* nos episódios cinco, dez e 12 (doze).

Considerações a serem feitas sobre os *crossovers* da primeira temporada de “Jessica Jones”:

Crossover de personagem:

- As referências ao Jornal WHIH World News foram classificadas como *crossover* tipo externo/interno. Em “Demolidor”, o Jornal foi classificado como *crossover* externo, pois este se referia ao UCM fora da Netflix; porém; em “Jessica Jones” há *crossover* tipo externo/interno, pois este já foi mencionado em Demolidor;
- A partir dessa obra, os heróis da “Batalha de Nova York”, ou “Incidente”, serão classificados como *crossover* de personagem interno e externo;
- Claire Temple é a primeira matriz *crossover* de personagem interno identificada; a personagem é o mais explícito dos *crossovers*, uma vez que a vemos na primeira temporada de “Demolidor”. Em “Jessica Jones” ela só aparece, em relevância, no último episódio (treze). Desperta a atenção do consumidor por ser a primeira personagem que transita entre as séries, enfatizando a intersecção entre as obras.

Crossover de ação:

- “O Incidente” é classificado, a partir de “Jessica Jones”, como *crossover* de ação interno e externo, pois, já foi mencionado na primeira temporada de “Demolidor”.

Crossover de objeto:

- Considerou-se o Jornal Boletim de Nova York como *crossover* de objeto, pois o mesmo está referenciado de modo imagético. Sua classificação pode ser alterada, dependendo do modo como é inserido; trata-se de *crossover* de personagem, quando se relaciona a um grupo de pessoas, ou de espaço, quando a ação ocorre em seu interior.
- O acontecimento “Union Allied” é *crossover* de objeto e ação. Há uma capa de jornal em “Jessica Jones” com a manchete “Union Allied”, referente ao caso de corrupção que ocorreu em “Demolidor”.

O universo compartilhado emerge com a série “Jessica Jones”, uma vez que a obra permite a percepção de intersecções com Demolidor e o Universo Cinematográfico Marvel fora da Netflix. A série também introduz a personagem Luke Cage, que terá a sua própria série na plataforma, “Luke Cage”. A aparição de Luke é

uma forma de instigar o espectador a saber mais sobre a personagem e a assistir a série do herói.

6.3 Demolidor – 2ª Temporada

Ao final da desconstrução da obra, foram constatados 51 (cinquenta e um) *crossovers*, soma de cinco matrizes *crossover* e 46 (quarenta e seis) *crossovers*. Não foram encontrados *crossovers* apenas no episódio oito. Assim, pode-se inferir que a intensidade destes está sendo amplificada a cada série. A obra apresenta cada vez mais matrizes *crossover* e, por exemplo, no episódio 12 (doze) há duas. A produção conta com elos narrativos consistentes entre as produções internas e externas à Netflix. Assim, o consumidor deverá empreender esforço e dedicar maior atenção para acompanhar os *crossovers*.

Considerações a serem feitas sobre os *crossovers* da segunda temporada de “Demolidor”:

Crossover de personagem:

- A personagem Brett Mahoney é *crossover*, pois aparece pela primeira vez na primeira temporada de “Demolidor”, fez-se notar em “Jessica Jones” e também na segunda temporada de “Demolidor”. Ou seja, a personagem transitou entre as séries e foi considerada *crossover*;
- As personagens Promotora Samantha Reys e Claire Temple são matrizes *crossovers* de personagem interno, sendo Claire a matriz *crossover* mais relevante da temporada, ao aparecer mais de cinco vezes em um episódio;
- A Empresa Roxxon é considerada como *crossover* de personagem por ser um coletivo de pessoas com objetivos em comum; assim, é classificada como matriz *crossover* de personagem externo. A empresa está presente nos filmes “Homem de Ferro 2”, “Homem de Ferro 3”, nas séries para televisão “Agente Carter” e “Agentes da S.H.I.E.L.D.”, e no curta “Houve Algo Engraçado no Caminho do Martelo de Thor”.

Crossover de objeto:

- “Cybertek Settles” é *crossover* de objeto externo, há uma capa de jornal com referência vergal à empresa e esta também faz parte da série de TV “Agentes da S.H.I.E.L.D”.
- Na mesma cena, temos outro *crossover* de objeto externo e interno, há outra capa de jornal, com os escritos “Stark” e “Batalha de Nova York”, e estes se referem aos acontecimentos do filme “Os Vingadores”, que fazem parte da narrativa de “Demolidor” desde a primeira temporada e também em “Jessica Jones”.

Crossover de espaço:

- O Hospital Metro-General é considerado matriz *crossover* de espaço interno, faz parte da narrativa de “Demolidor” desde sua primeira temporada e também de “Jessica Jones”.

6.4 Luke Cage – 1ª Temporada

Ao final da desconstrução, constatou-se o total de 75 (setenta e cinco) *crossovers*, soma das 13 (treze) matrizes *crossovers* e 62 (sessenta e dois) *crossovers*. Foram encontrados elementos *crossovers* em todos os 13 (treze) episódios analisados. A obra apresenta mais matrizes *crossovers* do que as produções anteriores. Nos episódios dois e onze, encontram-se, por exemplo, duas matrizes *crossovers* em cada um deles, uma matriz *crossovers* de personagem interno e uma matriz *crossovers* de espaço interno.

Nos episódios cinco, seis e oito há a incidência de mais de uma categoria de *crossover* em cena. No episódio cinco, há uma cena com quatro *crossovers*, dois de personagem interno, um de ação interno e um de espaço. No episódio seis, há uma cena com dois *crossovers* de espaço interno, um *crossover* de ação interno e outro *crossover* de personagem interno. A confluência de mais de um *crossover* em determinadas cenas demonstra um maior entrelaçamento entre as narrativas.

Considerações a serem feitas sobre os *crossovers* da primeira temporada de “Luke Cage”:

Crossover de personagem:

- Luke apareceu pela primeira vez na primeira temporada de “Jessica Jones”, sendo classificado como matriz *crossover* de personagem interno;
- A personagem Claire Temple é a matriz *crossover* mais relevante da obra, pertencente à categoria personagem. A partir do quinto episódio, Claire está presente em todos os episódios e é parte crucial da trama. Assim, observa-se que o papel e a importância de Claire, a cada obra lançada, aumentam; ela vem se tornando o maior elemento de intersecção, ou *crossover*, entre as obras;
- A personagem Turk Berret é considerada *crossover* de personagem interno, pois aparece pela primeira na série “Demolidor”. Em determinado episódio foi considerado matriz *crossover* (episódio dois), quando apareceu de forma mais sutil e, em menor quantidade, foi contabilizado como *crossover* (como no episódio um);

Crossover de espaço:

- A prisão Seagate é introduzida no episódio quatro de modo sutil e, nesse caso, ela foi contabilizada como *crossover* de espaço externo, uma vez que já apareceu em obras do Universo Cinematográfico Marvel fora da Netflix, e faz referência a personagens dos filmes “Homem de Ferro 2”, “Homem de Ferro 3” e do curta-metragem “Todos Saúdam o Rei”. Caracteriza-se como um importante elo transmídia. Porém, ao desenrolar da trama, “Seagate” torna-se matriz *crossover* pela quantidade de vezes em que a prisão é referenciada, como também pela relevância narrativa, como no episódio nove.

Crossover de objeto:

- Destaca-se o *crossover* de objeto externo do episódio oito, onde está demarcada a logomarca da *Timely Comics*, nome original da editora Marvel. Esse *crossover* é um elo sutil com o Universo Cinematográfico Marvel fora da Netflix. Somente o consumidor atento e conhecedor da marca Marvel tem referencial para perceber estas sutilezas.

6.5 Punho de Ferro – 1ª Temporada

Ao final da desconstrução, constataram-se, ao todo, 55 (cinquenta e cinco) *crossovers*, soma de nove matrizes *crossvers* e 46 (quarenta e seis) *crossovers*. Na obra, não foram encontrados *crossovers* nos episódios um e doze. Destaca-se o episódio dez, onde há apenas uma matriz *crossover*.

Por ser a última obra a ser analisada e veiculada, inferiu-se que esta teria o maior número de elementos *crossovers*. No entanto, a obra com maior número de *crossovers* é “Luke Cage”. Essa situação pode ser justificada pelo momento narrativo do Universo Cinematográfico Marvel, no qual a série está inserida. Poucos meses antes de sua disponibilização na Netflix, a Marvel apresentava, em novembro de 2016, uma nova linha narrativa com o filme “Dr. Estranho”. A produção introduz a cultura oriental e um viés místico, tema não abordado até então pela marca. Sendo assim, acredita-se que “Punho de Ferro” focou em estimular essa linha narrativa, incorporando a temática para o nicho das séries na plataforma. A obra priorizou a apresentação de um assunto novo ao público.

Considerações a serem feitas sobre os *crossovers* da primeira temporada de “Punho de Ferro”:

Crossover de personagem:

- O “Tentáculo”, organização mística e criminosa, a qual aparece pela primeira vez em “Demolidor”, é um *crossover* de personagens interno, por representar um grupo de pessoas que compartilham espaços, interesses e objetivos;
- No primeiro episódio é introduzida a personagem Jeri Hogarth, classificada como matriz *crossover* de personagem interno porque faz parte da trama de “Jessica Jones”;
- O Jornal Boletim de Nova York é classificado como *crossover* de personagem interno; houve referência imagética ao jornal em “Jessica Jones” e o mesmo foi mencionado em “Demolidor”;
- A personagem Claire Temple é classificada como matriz *crossover* de personagem interna. Claire não participa dos episódios sete, dez e doze, porém é protagonista em todos os outros episódios de “Punho de Ferro”.

- Na obra só há matrizes *crossovers* da categoria de personagem interno, não foram encontradas outras categorias;
- No episódio sete aparecem duas empresas. Estas representam um coletivo de pessoas com interesse em comum, portanto adequam-se à categoria de personagem. No entanto, embora citadas na mesma cena, uma delas, “Midland Circle”, é apenas *crossover* de personagem interno, por ser comentada em “Demolidor”; já a empresa Roxxon, é *crossover* de personagem interno e externo, pois apareceu em “Demolidor” e no Universo Cinematográfico Marvel fora da Netflix;
- A gangue de motoqueiros “Cães do Inferno” é classificada como *crossover* de personagem interno e externo. Em “Demolidor” foi classificada como *crossover* de personagem externo, pois há referências à gangue no Universo Cinematográfico Marvel fora da Netflix;
- No episódio dez, Darryl é classificada como matriz *crossover* de personagem interno. Destaca-se que não há outros *crossovers* no episódio.

Crossover de espaço:

- Observou-se que o Hospital Metro-General não tem um peso significativo na trama, como nas outras séries. Essa situação pode ocorrer devido à trama de “Punho de Ferro” estar ambientada no *Upper East Side*, o bairro nobre de Nova York. Difere, portanto, de *Hell’s Kitchen*, bairro de “Demolidor” e de “Jessica Jones” e do “*Harlem*”, de “Luke Cage”.

Crossover de ação

- O “Incidente” é referenciado apenas no primeiro episódio. Infere-se que o consumidor já saiba que o evento é precursor das tramas e faz parte de um universo mais amplo do que a Netflix. Assim, demonstra-se que o consumidor pode assistir as séries de modo independente, como também não está preso à ordem de disponibilização das mesmas;
- Entre os *crossovers* de ação interna e externa, notou-se a ocorrência maior de *crossover* interno e o foco narrativo no misticismo e na cultura oriental.

Crossover de objeto:

- O símbolo da “Serpente de Aço” é *crossover* de objeto interno. A logomarca aparece na droga vendida por Madame Gao em “Demolidor”;
- Luke e Claire tiveram uma relação amorosa em “Luke Cage”. Preso ao final da temporada, o herói promete manter contato. Dessa forma, considerou-se a carta com os dizeres “Correspondência de detento”, no envelope recebido por Claire, como *crossover* de objeto interno.
- Os dizeres “Indústrias Stark”, os quais aparecem em cena, em uma capa de revista, são classificados como *crossover* de objeto interno e externo e fazem referência visual ao Universo Cinematográfico Marvel, fora da Netflix. As “Indústrias Stark” pertencem ao empresário Tony Stark, também conhecido por Homem de Ferro, herói do Universo Marvel. Tony Stark/Homem de Ferro está presente nos filmes: “O Incrível Hulk”, “Homem de Ferro 1, 2 e 3”, “Os Vingadores”, “Os Vingadores: a Era de Ultron”, “Capitão América: Guerra Civil” e “Homem-Aranha: De volta ao lar”.

6.6 Considerações gerais de todas as séries

As séries analisadas são parte do universo ficcional da Marvel na Netflix, que está em expansão, pois mais duas séries, “Os Defensores” e “Justiceiro”, foram disponibilizadas na plataforma, durante o período de realização da pesquisa. No entanto, é possível traçar algumas particularidades e observações das séries após as análises. O estudo permitiu refletir sobre a construção do universo ficcional a partir da intersecção de obras distintas, porém relacionadas. Sendo assim, ao final da desconstrução, análise e coleta de dados, tem-se que:

Sobre os *Crossovers*:

- Não foi possível estabelecer uma métrica de *crossovers* por série/obra;
- Um *crossover* pode “evoluir” ou “regredir” a matriz, dependendo da forma como é inserido no episódio;
- Em uma cena pode haver mais de um tipo de *crossover*;
- *Crossovers* internos só aparecem após a primeira temporada de “Demolidor”, uma vez que não há outras séries para a comparação;

- Após a primeira temporada de “Demolidor”, considerou-se como *crossover* interno e externo o “Incidente”, assim como os heróis do Universo Cinematográfico Marvel fora da Netflix, como as personagens Tony Stark, Thor, Hulk e Capitão América;
- A personagem Claire Temple é o *crossover* mais relevante de todas as obras, sendo o elo de ligação entre as séries, e a única personagem que transita fisicamente entre as obras. Seu papel ganha destaque na trama de “Luke Cage”, pois Claire envolve-se, de modo intenso, na narrativa. A personagem, portanto, é o *crossover* de maior destaque encontrado na análise da desconstrução das obras;

Sobre Matriz *Crossover*:

- Na primeira temporada de “Demolidor” só há uma matriz *crossover* de ação externa, “O Incidente”, e a sua função é reiterar o elo da obra com o UCM a partir do evento final do filme “Os Vingadores”. Desse modo, o UCM é caracterizado como narrativa transmídia;
- Em “Jessica Jones” e “Punho de Ferro” só há matriz *crossover* de personagem interno; em “Jessica Jones”, acredita-se que esta situação ocorreu de modo a enfatizar as personagens pertencentes à Netflix, pois é a partir da obra que o universo expande-se. Em “Punho de Ferro”, infere-se que esta situação ocorreu por esta ser a última obra de introdução das personagens antes da série “Os Defensores”, a qual une todos os heróis (Demolidor, Jessica Jones, Luke Cage, e Punho de Ferro). Assim, o espectador é lembrado dos personagens envolvidos nas tramas até então;
- A segunda temporada de “Demolidor” é a obra com mais matrizes *crossovers*; há matriz *crossover* de personagem interno, matriz *crossover* de espaço interno e matriz *crossover* de personagem externo. Acredita-se que esta situação é referente ao sucesso da sua primeira temporada, bem como a de atender às expectativas do consumidor, uma vez que o Universo Cinematográfico Marvel fora da Netflix estava estreando, na mesma época, o filme “Capitão América: Guerra Civil”.
- Em “Luke Cage” há matriz *crossover* de personagem e matriz *crossover* de espaço interno. Até esta série, só se conhecia o bairro de *Hell’s Kitchen*, visto em “Demolidor” e “Jessica Jones”. Como a série de Luke transfere a narrativa para outro local, o bairro do “*Harlem*”, determinou-se que essas categorias aparecem para situar o espectador no universo ficcional das séries Netflix. Pelas características fílmicas e a trama, o público pode, a priori, não compreender que a obra também faz parte do conjunto.

Assim, esses *crossovers* fazem com que o consumidor perceba o elo da série com as outras séries já exibidas.

Referência a Stan Lee:

Há referências à Stan Lee, um dos fundadores da Marvel, em todas as obras do Universo Cinematográfico Marvel, não sendo diferente com as séries Netflix. Lee normalmente aparece como figurante nas produções para o cinema e televisão. Nas séries Netflix, “Demolidor” e “Jessica Jones”, sua imagem aparece em um quadro, representando o policial do mês. Em “Luke Cage” e “Punho de Ferro”, Stan Lee aparece em um anúncio sobre o recrutamento de policiais para a cidade de Nova York. A inserção de Stan Lee nas obras prova a ligação com todo o universo ficcional que vem sendo construído pela marca.

Por fim, ao final de toda a desconstrução de “Demolidor”, 1ª e 2ª Temporadas, “Jessica Jones” – 1ª Temporada, “Luke Cage” – 1ª Temporada, e “Punho de Ferro” – 1ª Temporada e análises, foram encontrados 215 (duzentos e quinze) *crossovers*. Relembrando que a contagem dos mesmos foi estabelecida pela soma entre matriz crossover (elemento de maior relevância na narrativa dos episódios, ao aparecer três ou mais vezes) e crossover (elemento que aparecia uma ou duas vezes nos episódios).

A quantidade encontrada de *crossovers* vai de encontro aos conceitos e à fundamentação teórica apresentadas nesta pesquisa. Dentre elas, destaca-se a narrativa das séries como complexa, assim como a definição de Jason Mittel (2012), e transmidiática, como defendem os estudos de Henry Jenkins (2008). As considerações seguem no próximo capítulo, o final desta dissertação.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analizadas as quatro séries da Marvel para a Netflix, “Demolidor”, primeira e segunda temporada; “Jessica Jones”, primeira temporada; “Luke Cage”, primeira temporada; e “Punho de Ferro”, primeira temporada, elaboram-se considerações que vão de encontro à fundamentação teórica proposta nesta pesquisa. Antes de iniciá-las, destaca-se o lançamento de mais duas séries, que não entraram no estudo, “Os Defensores” e “Justiceiro”, como também a divulgação das próximas temporadas das séries analisadas. Assim, torna-se necessário alertar ao leitor que as produções escolhidas para a pesquisa fazem parte de uma narrativa ainda não findada, mas em pleno desenvolvimento.

Com isso, é preciso lembrar que o Universo Cinematográfico Marvel foi iniciado no ano de 2008, com o filme “Homem de Ferro” e, desde então, foram e estão sendo realizados filmes, séries para a TV, curta-metragens, *websodes*, e as séries Netflix. E, por meio de toda esta cadeia audiovisual, a Marvel tem levado o consumidor a experimentar um universo ficcional, planejado e em constante expansão, ao contar uma “história sem fim”. Sem fim, pois ainda não é sabido o desfecho do cânone e os rumos das narrativas destrinchadas em tantas plataformas e segmentos. O ano de 2018 marca o décimo aniversário do Universo Cinematográfico Marvel, e novas produções estão previstas para estreiar não só neste ano, mas até 2020. Seguindo a linha da pesquisa, que tem o intuito de apresentar o *crossover* como recurso de expansão da marca, ao longo destas considerações serão apontados os motivos para declarar a Marvel como uma das marcas mais promissoras no mercado do entretenimento.

Sobre os aspectos relacionados à marca, tem-se que a Disney, proprietária da Marvel, realiza novas produções e parcerias, tanto para a Marvel como para as outras subsidiadas. A mais recente aquisição da companhia foi a Twenty-First Century Fox, por US\$ 52,4 bilhões (cinquenta e dois bilhões de dólares). Com isso, comprova-se a força e a potência de investimento da Disney na marca Marvel pelo retorno dos direitos de produção de estúdio das personagens “X-Men” e “Quarteto Fantástico”, vendidos à Fox em meados da década de 90 por conta de problemas financeiros que poderiam ter levado a Marvel à falência. Ao incorporar essas personagens à Marvel Studios, é possível deduzir o interesse em expandir o cânone Marvel.

Infere-se que a atitude da empresa em negociar os direitos sobre “X-Men” e “Quarteto Fantástico” é decorrente do *frisson* gerado pela temática de super-heróis nos últimos anos e da aderência gradativa do público ao tema, um procedimento lucrativo e estratégico. Assim, ampliam-se as personagens, produções, e atuação no mercado. Além disso, havia um desconforto por parte do público em não saber o rumo do Universo Cinematográfico Marvel após a finalização do cânone com o longa-metragem “Vingadores IV”. A Marvel teria mais histórias a contar? Quem serão as personagens em destaque? Vou ficar sem novas produções? Todas essas questões são respondidas de forma positiva. Assim, a Marvel continuará a elaborar tramas e narrativas transmídia para atar e expandir o seu universo ficcional.

Atendendo às exigências de produção contemporâneas, é verificada a construção da marca Marvel pelo consumo, economia e comunicação, tornando-a relevante no espaço social. A organização considera, nas suas estratégias, a mudança de comportamento do consumidor nos contextos tecnológico e convergente, uma vez que esse deseja criar vínculos e estabelecer relações com as marcas que consome. Ao metaforizar situações da vida real nas histórias de super-heróis, a Marvel cativa o público e cria uma relação simbólica, denominada por Semprini (2010) como “mundo possível”. Neste, o consumidor, por meio do audiovisual, é capaz de experimentar um universo ficcional de super-heróis, e abstrair-se da realidade pragmática do cotidiando.

Ao pontuar a interação entre o público e a indústria do entretenimento, todos os processos comunicacionais situados entre essas duas esferas possuem uma estrutura elaborada, uma vez que são feitas para moldar e prender a atenção do consumidor. Nisso, a estratégia da narrativa transmídia utilizada pela Marvel preenche os anseios de consumo do espectador e retorna o investimento da empresa, indo de encontro com os estudos de Henry Jenkins (2008). Ao buscar construir estratégias diversificadas, por meio de distintas plataformas midiáticas, a marca cria uma relação estreita e eficiente com o público, a publicidade e os negócios.

O tema da convergência midiática, da construção e elaboração da narrativa complexa, torna-se importante para a pesquisa realizada. Jason Mittel pontua “{...} a fruição proporcionada por narrativas complexas são mais ricas e mais multifacetadas do que aquela oferecida pela programação convencional (MITTEL, 2012, p. 31)”. A afirmação do autor vai de encontro às observações diretas das análises comprobatórias da utilização da complexidade narrativa no universo ficcional Marvel. A atenção e a

ginástica cognitiva necessárias para a compreensão são atenuadas pelo formato de distribuição *on demand*, via *streaming*, da Netflix, uma vez que o consumidor pode pausar, retroceder e rever as obras. Ademais, notou-se que os estudos de Jason Mittel (2012) são consoantes com os de Henry Jenkins (2008). Ambos pontuam a importância de plataformas distintas com a finalidade de instigar e ampliar a participação dos usuários em universos ficcionais. Por sua vez, a narrativa complexa transmídia molda a estratégia de produção audiovisual da Marvel.

As plataformas de distribuição de vídeo sob demanda promovem, disseminam e popularizam a complexidade ficcional da denominada cultura de séries, abordada nos estudos de Silva (2013) e comentadas ao longo desta pesquisa. Durante e após as análises, notou-se a repercussão positiva das produções, e como estas estão incorporadas nos hábitos de lazer e consumo dos indivíduos. A serialização possibilita maior tempo para se desenvolver empatia e identificação com a narrativa, as personagens aproximam-se e estabelecem ligação emocional com o consumidor. Além disso, as obras estendem-se para fora das telas e permitem a criação de produtos licenciados (vestuários, brinquedos, canecas, chaveiros, quadros e adornos para os lares em geral).

No decorrer do estudo foi anunciado que a Disney planeja lançar o serviço de distribuição sob demanda no ano de 2019. Essa situação coloca a Netflix em uma posição delicada, pois provavelmente o conglomerado irá tirar as obras de suas subsidiadas, da Netflix. Por outro lado, o fato da Disney se interessar em produzir sua própria plataforma expressa o potencial da tecnologia como estratégia de distribuição de conteúdo pela marca. Outro ponto a ser levado em consideração é o fato da Marvel instituir as culturas *geek* e *pop* no contexto contemporâneo, sendo este o pilar no qual a indústria do entretenimento molda-se e solidifica-se nos últimos anos. Dos tantos produtos derivados da cultura *geek*, as produções audiovisuais adquirem notoriedade. As obras são capazes de envolver os indivíduos de maneira assertiva e intensa, por meio da temática abordada, da qualidade de suas produções, roteiros e linguagem fílmica.

Em específico, as séries tratadas nesta pesquisa nutrem, como tema central, pessoas marginalizadas pela sociedade, situadas em uma cidade caótica, violenta e injusta. Em “Demolidor”, a personagem principal é cega, “Jessica Jones” aborda o abuso físico e psicológico contra mulheres; em “Luke Cage” são reiterados

os problemas e as dificuldades da comunidade afro-descentente nos EUA e em “Punho de Ferro”, apesar da personagem principal, Danny Rand, ser de família rica, a série promove uma visão diferenciada de fé e de imortalidade, a partir dos princípios da cultura oriental.

Com isso, é possível identificar que a indústria audiovisual não conta apenas histórias, mas cria universos e franquias interligadas, transmídia e crossmídia, que geram publicidade delas mesmas. As personagens saem das telas e inserem-se no cotidiano dos espectadores, tornando-se pauta de conversa informal e, assim, cativam e despertam o interesse de novos consumidores. Gostar de super-heróis torna-se moderno, *cool*, e as circunstâncias vivenciadas pelas personagens abordam, de modo metafórico, temas atuais e pertinentes ao “mundo real”.

Retoma-se à pergunta motivadora da pesquisa: como a articulação dos elementos *crossover* consolidam e expandem o Universo Marvel? Após o fim das análises, considera-se o elemento *crossover* como a ferramenta fundamental, utilizada para solidificar e entrelaçar a arquitetura da narrativa expandida Marvel. Ao deparar-se com uma vasta quantidade de cruzamentos entre as histórias, o espectador nota a preocupação da empresa em criar unidade e coerência nas narrativas. A identificação dos elementos *crossovers* faz com que o consumidor crie um repertório acerca da marca, instigando-o a procurar outros produtos, para ampliar a sua compreensão sobre o universo ficcional.

Os 215 (duzentos e quinze) *crossovers*, dispersos pelas obras, desafiam e instigam o olhar do público, além de estabelecerem o padrão Marvel. Sendo assim, o *crossover* estimula a capacidade cognitiva e incentiva a busca por novas informações. Esse espectador é desafiado a cada instante, tendo que concentrar sua atenção à narrativa. Ademais, aquele consumidor que capta mais informações torna-se especialista nas produções Marvel. Com tudo, é estabelecido que os *crossovers* apontados na desconstrução das quatro séries, ao integrarem personagens, espaços e ações de diferentes narrativas, propiciam imersão, *drill* (JENKINS, 2008; MITTEL, 2012). Determina-se o *crossover* como o elemento fundamental para a criação de obras transmidiáticas, uma vez que este transita pelos produtos componentes do universo, no caso estudado, o segmento audiovisual, englobando as séries para a Netflix e a televisão, filmes e curta-metragens da marca.

Ao início da pesquisa, não se imaginava que a definição de *crossover* de Guerrero-Pico e Scolari (2016) pudesse ser desdobrada e permitisse a criação de

novas categorias: *crossover* de ação, *crossover* espaço e *crossover* objeto, como também a elaboração do termo matriz *crossover*. Essas categorias só foram desenvolvidas a partir da aproximação e da observação intensas do objeto de estudo. Com a percepção de todas essas possibilidades *crossovers*, considera-se que o consumidor dos produtos Marvel está apto a detectar as áreas de intersecção e ampliar, de modo exponencial, a compreensão do universo ficcional. Por fim, o público envolve-se com as obras e, conseqüentemente, com a marca, sendo motivado a consumi-la, de forma excessiva. A Marvel, ao usufruir de procedimentos distintos e convergentes, torna-se exemplo de uma marca de gestão agressiva, audaciosa e destemida. Constata-se, enfim, que, assim como seu universo, a Marvel tende a expandir e, engenhosamente, firmar-se como uma das empresas mais consumidas, arrojadas, de alto valor simbólico, e, conseqüentemente, lucrativas, no contexto contemporâneo. Notando o potencial da Marvel, e sua grande gama de produtos, é válida a reflexão de como as franquias de mídia tornaram-se notáveis fenômenos contemporâneos. As obras analisadas são verdadeiros labirintos narrativos e colocam o produto audiovisual como uma das táticas mais eficazes dos projetos narrativos do século XXI.

7.1 Estudos futuros

Em estudos futuros, pretende-se observar mais obras audiovisuais, componentes do Universo Cinematográfico Marvel, e elaborar um manual ou modelagem de desconstrução para roteiros, com o intuito de direcionar estratégias narrativas e as aplicar em outras marcas, que almejam ser transmidiáticas. Pretende-se, assim, progredir nos estudos feitos até então, com o objetivo de ampliar a discussão sobre o tema, na academia e no mercado, bem como analisar a elaboração e a gestão de universos narrativos intermediáticos, considerando-se as especificidades das linguagens e das mídias que os compõem.

REFERÊNCIAS

ABC, **Marvel: 75 years from pulp to pop!** Disponível em: <<https://vimeo.com/112250759>> Acesso em: 23 maio 2017.

EISNER, W. **Quadrinhos e arte seqüencial**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. Cambridge, Massachussets, 2000.

BORDWELL, D. **Narration in the fiction film**. Madison: University of Wisconsin. Press, 1985.

BORDWELL, D; THOMPSON, K. **A arte do cinema: uma introdução**. São Paulo: EDUSP, 2013.

BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix, 2004.

CIRNE, M. **Quadrinhos, sedução e paixão**. São Paulo: Vozes, 2001.

GUERRERO-PICO, M.; SCOLARI, C.A. **Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers**. Cuadernos. Info, n 38, p.183-200, 2016.

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

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2008.

_____. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. Nova York: Routledge, 1992.

JOHNSON, S. **Everything bad is good for you: how today's popular culture is actually making us smarter**. New York: Riverhead Books, 2005.

KULESKA, J.; BIBBO, U. S. A televisão a seu tempo: Netflix inova com produção de conteúdo para o público assistir como e quando achar melhor, mesmo que seja tudo de uma vez. **Revista de Radiodifusão**, v.7. n. 8, p. 44-51. Disponível em: <<http://www.set.org.br/revistaeletronica/index.php/revistaderadiodifusao/article/view/90>>. Acesso em: 22 maio 2017.

LADEIRA, J. M. Negócios de audiovisual na internet: uma comparação entre *Netflix*, *Hulu* e *iTuner-Apple TV*, 2005-2010. **Revista Contracampo**, Niterói, v. 26, n.1, p.145-163, 2013.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1998.

MARTIN, M. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

MARVEL. About Marvel. Disponível em: <<http://marvel.com/corporate/about>> Acesso em: 23 maio 2017.

MITTEL, J. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **MATRIZES** São Paulo, v. 5, n. 2, p. 29-52, jan./jun. 2012.

NETFLIX. **Sobre a Netflix**. Disponível em: <https://media.netflix.com/pt_br/about-netflix>. Acesso em: 23 maio 2017.

Dicionário OXFORD. Disponível em: <<http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>> Acesso em: 10 jun 2017.

PESCATORE, G.; INNOCENTI, V. Changing series: Narrative models and the role of the viewer in contemporary television seriality. Università di Cagliari, **Between Journal**, Vol 4, n. 8, 2015. Disponível em: <<http://ojs.unica.it/index.php/between/article/view/4>>. Acesso em 10 jun. 2017.

PLAZA, J. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SEMPRINI, A. **A marca pós-moderna**: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. 2. ed., São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galaxia**, São Paulo, n. 27, p. 241-252, jun. 2014. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/15810/14556> > Acesso em: 8 jun. 2017.

TRANSMIDIA STORYTELLER. **Types of transmidia**. Disponível em: <<http://www.tstoryteller.com/transmedia-storytelling/types-of-transmedia>> Acesso em: 23 maio 2017.

YIN, R. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed., Porto Alegre: Bookman, 2010.