

Jornalismo Cultural e o Universo Cinematográfico Marvel: Um Estudo de Caso da Construção de Narrativas Transmídia no Portal de Cultura Pop Omelete¹

Marco Antônio Dias Barbosa²
Alice Pires de Lacerda³
Universidade Salvador – UNIFACS, Salvador, BA

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar como o portal de cultura pop Omelete moldou o seu conteúdo, com o intuito de dialogar com o público após o surgimento do Universo Cinematográfico da Marvel (MCU), em 2008. Com o crescimento e expansão das mídias digitais, e o poder de influência dos grupos de fãs no destino dos personagens se tornando cada vez mais efetivo, faz-se necessário estudar os conteúdos publicados pelo Omelete ao longo das quatro fases do universo cinematográfico da Marvel, analisando as possíveis transformações na linguagem após o lançamento do primeiro e do último filme dos Vingadores, a saber: Os Vingadores – The Avengers (2012) e Vingadores: Ultimato (2019).

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo Cultural; Omelete; Universo Cinematográfico Marvel; Narrativa Transmídia.

CORPO DO TEXTO

O presente trabalho está estruturado em três capítulos, sendo o primeiro destinado a um panorama do jornalismo cultural no Brasil e no mundo, construindo uma breve trajetória histórica até a prática na contemporaneidade, com a ascensão das mídias digitais. No segundo capítulo, são definidos os conceitos fundamentais para o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso, como a origem e a função do Omelete no jornalismo cultural, além dos conceitos envolvendo a palavra nerd e toda a sua cultura. Por fim, no terceiro capítulo, há a análise dos conteúdos publicados no

¹Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

²Bacharel em Jornalismo pela Universidade Salvador - Unifacs, email: marco.dias.barbosa@gmail.com.

³ Doutora em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia – UFBA, e-mail:alice.lacerda@animaeducacao.com.br

Omelete em abril de 2012 e em abril de 2019, quando foram lançados os filmes dos Vingadores, avaliando a diferença na produção jornalística desses dois períodos, dentro de uma perspectiva quali-quantitativa.

O jornalismo cultural é o subgênero jornalístico responsável pela cobertura de temáticas relacionadas à produção cultural, em suas mais diversas vertentes. É o ramo cuja missão é informar e opinar sobre a produção e a circulação de bens culturais na sociedade. Aborda, majoritariamente, as produções artísticas ligadas ao cinema, à música, ao teatro, à literatura, à cultura popular, à dança, às artes plásticas, à moda e à gastronomia.

Vinculado a um veículo de comunicação, a prática do jornalismo cultural sofre influências econômicas, políticas e sociais, que podem interferir em seu conteúdo. Porém, diante da vertente eminentemente crítica desse subgênero, conforme defende Daniel Piza, “a imprensa cultural tem o dever do senso crítico da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe” (PIZA, 2017, p.46).

Em um contexto de propagação da informação de forma instantânea através das mídias digitais, compreender como o jornalismo cultural evolui e adapta a sua linguagem para novos formatos é fundamental.

O Universo Cinematográfico Marvel, popularmente conhecido como MCU, proporcionou uma revolução na indústria de Hollywood, principalmente na maneira como as pessoas consomem conteúdos culturais. Uma narrativa que, antes, era consumida de forma independente, agora abre espaço para produtos que não se esgotam por si só, que permanecem contínuos, transcendendo o formato de mídia ao qual foram produzidos, proporcionando debates e teorias por parte dos mais aficionados, despertando interesse até em quem não é tão apaixonado assim.

No Universo Cinematográfico Marvel, cada filme e série se desenvolve em torno de um evento principal, compreendido pelo telespectador em formato singular, sem a obrigatória necessidade de acompanhamento das obras anteriores. Contudo, conforme preceitua Jenkins, não obstante cada obra deva funcionar de forma autônoma à franquia, “a compreensão obtida por meio de diversas mídias, sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais o consumo” (JENKINS, 2009, p. 138).

Conforme preceitua Jenkins, o caminho que se desenha é o da exploração cada vez maior das franquias de entretenimento, em uma lógica da própria produção da indústria cultural:

Como me disse um experiente roteirista: “Quando comecei, era preciso elaborar uma história, porque sem uma boa história, não havia um filme de verdade. Depois, quando as sequências começaram a decolar, era preciso elaborar um personagem, porque um bom personagem poderia sustentar múltiplas histórias. Hoje, é preciso elaborar um universo, porque um universo pode sustentar múltiplos personagens e múltiplas histórias, em múltiplas mídias”. (JENKINS, 2009, p. 157)

Jenkins explica que as narrativas transmídia designam a utilização de várias plataformas midiáticas que se unem para contar uma história, e cada novo texto contribui de forma distinta nessa convergência. Dessa forma, através dessas narrativas, é possível, por exemplo, desenvolver histórias de personagens secundários, apresentar outras perspectivas da narrativa, completar pedaços da história e, como ocorre na Marvel, traçar uma ponte entre um filme e as suas sequências (JENKINS, 2009).

O Universo Cinematográfico Marvel faz uso dessa estratégia justamente para expandir sua mitologia. Para Linhares:

A narrativa transmidiática da Marvel tinha como quatro objetivos, o primeiro trazer o público dos quadrinhos para os cinemas, segundo superar o mito que filmes de herói são superficiais, terceiro conquistar um novo público e quarto estabelecer um *fandom* mais engajado, que consumisse não só os conteúdos, mas os produtos dos filmes (LINHARES, 2019).

Paralelo a esse surgimento do MCU, O Omelete, enquanto portal de cultura pop, origina-se nos anos 2000, através do desejo de três amigos, Érico Borgo, Marcelo Forlani e Marcelo Hessel, em produzir conteúdo voltado para fãs de quadrinhos, uma vez que esse material era escasso na internet. Contudo, o que surge como desejo de fã, logo se torna uma produção coletiva de cunho jornalístico, pautada na lógica da inteligência coletiva, uma vez que os usuários do site demandavam por mais informações sobre os assuntos explorados (BORGGO, 2021).

Para o estudo de caso da cobertura jornalística desempenhada pelo portal Omelete diante do lançamento dos filmes dos Vingadores, a saber: Os Vingadores – *The Avengers*, lançado em 27 de abril de 2012, e Vingadores: Ultimato, lançado em 25 de abril de 2019, utiliza-se uma análise quali-quantitativa dos dados coletados entre o período de abril até a primeira semana de maio de 2012, bem como o período de abril até a primeira semana

de maio de 2019, compreendendo, portanto, o mês de lançamento de cada um dos filmes, bem como a primeira semana após a estreia dos longas-metragens.

A coleta de dados aconteceu levando-se em consideração o portal Omelete, através de seu endereço eletrônico, bem como no canal do Youtube do site, intitulado “OmeleTV”, e a página do Instagram do Omelete, por ser a rede social com a maior facilidade na busca e aplicabilidade de filtros específicos para a localização do conteúdo, aqui compreendidos nas palavras-chave “Vingadores”, “Marvel”, “Vingadores Ultimato”, “Notícias Vingadores” e “Vídeo Vingadores”.

Com isso, objetiva-se entender como os filmes dos Vingadores pautaram a cobertura jornalística do portal, além de analisar, através dos dados coletados, a evolução da produção dos conteúdos em linguagem transmídia adotados pelo site para dialogar não só com os leitores, mas com os fãs do universo cinematográfico proposto.

Dessa forma, a análise dos dados coletados através do site, do canal do YouTube e da página no Instagram do portal Omelete, associados aos conceitos propostos nos capítulos anteriores desta pesquisa permitem definir como a linguagem adotada na produção do conteúdo noticioso sofreu modificações para dialogar com uma estrutura transmidiática proposta pelo Universo Cinematográfico Marvel.

Através dos sete princípios propostos por Henry Jenkins para a construção de narrativas transmídia, é possível compreender como o Omelete moldou a sua linguagem para se relacionar com o MCU, diante da perspectiva de uma audiência cada vez mais participativa, sedenta por conteúdos que explorassem não somente o que estava presente nos filmes dos Vingadores, mas todo o universo ao redor, dentro de múltiplas possibilidades.

Esse cenário representa, dentro de uma macroestrutura, a evolução do jornalismo cultural diante de uma sociedade pautada pelas interações em ambientes virtuais, onde predominam a cultura participativa e a convergência de mídias, em uma relação de proximidade entre a audiência e o jornalista, reforçando a predominância de elementos adaptativos ao longo da história, desde a origem até a atualidade.

Com isso, observa-se que a influência de produtos culturais anteriormente considerados “nichados”, agora encontram espaço no cenário principal, pautando a cobertura midiática em sua essência. Se antes, assuntos que reinavam apenas em um

contexto específico, como o mundo nerd, encontravam dificuldade para ultrapassar a camada dos interessados apenas naquele tipo de informação, agora eles conseguem ser difundidos para uma audiência ainda maior, sendo eternamente repercutidos e evidenciados.

REFERÊNCIAS

- BALLERINI, Frantjesco. **Jornalismo cultural no século 21: literatura, artes visuais, teatro, cinema e música: a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática**. São Paulo: Summus, 2015.
- BARRETO, Ivana. **As realidades do jornalismo cultural no Brasil**. In: Contemporânea – Revista do Programa de Pós-Graduação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Número 07 – 2006. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_07/08IVANA>. Acesso em: 29 set. 2022.
- BARROS, Patrícia Marcondes de. **A Imprensa Alternativa da Contracultura no Brasil (1968-1974): alcances e desafios**. 2005. Disponível em: <<http://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/62>> Acesso em: 29 set. 2022.
- BICUDO, Lucas. **A história do universo Marvel e como o MCU muda a cultura pop**. Foras de Série, 2021. Disponível em: <<https://forasdeserie.com/a-historia-do-universo-marvel-e-como-impacta-a-cultura-pop/>>. Acesso em: 17 out. 2022.
- BORGO, Érico. **NERD**. 1. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2022.
- BRIDI, Natália. **O que são as Joias do Infinito e como derrotar Thanos**. Omelete, 2018. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/marvel-cinema/tudo-sobre-as-joias-do-infinito-no-cinema#13>>. Acesso em: 18 out. 2022.
- BUENO, Renato. **Preconceito é coisa do passado, dizem nerds assumidas**. 25/05/09. São Paulo: G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1166257-6174,00-PRECONCEITO+E+COISA+DO+PASSADO+DIZEM+NERDS+ASSUMIDAS.html>>. Acesso em: 16 out. 2022.
- CARVALHO, Ulisses Wehby De. **DORK: qual é o significado e tradução da gíria “DORK”?** Tecla Sap. Disponível em: <<https://www.teclasap.com.br/dork/>>. Acesso em: 17 out. 2022.
- CASTANHARI, Felipe. **Marvel**. Canal Nostalgia, 2015. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=oiNRu59CHW8>>. Acesso em: 17 out. 2022.
- CIPRIANI, Fábio. **Estratégia em mídias sociais: como romper o paradoxo das redes sociais e tornar a concorrência irrelevante**. São Paulo: Elsevier Campus, 2011.
- COLNAGO, Camila Khroling. **Mídias e redes sociais digitais: conceitos e práticas**. In: BUENO, Wilson Costa (Org.). **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. Barueri: Manole, 2015.
- DULLIUS, Amanda Amaral. **A franquia Os Vingadores como parte da narrativa transmídia do universo cinematográfico Marvel: um estudo de caso**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2015. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/130012>>. Acesso em: 18 out. 2022.
- FIALHO, Beatriz. **56% dos brasileiros preferem assistir conteúdo on-line a televisão, diz pesquisa**. Folha de São Paulo, 14 de setembro de 2017. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2017/09/56-dos-brasileiros-preferem-assistir-conteudo-on-line-a-televisao-diz-pesquisa.shtml>>. Acesso em: 13 nov. 2022.
- FOX, Jesse David. **The Evolution of the TV Nerd, From Postie to Urkel to Abed**. Vulture, 2013. Disponível em: <<https://www.vulture.com/2013/03/evolution-of-the-tv-nerd-screch-urkel-abed.html>>. Acesso em: 17 out. 2022.
- GADINI, S. L. **A lógica do entretenimento no jornalismo cultural brasileiro**. In: Revista de Economia Política de I&D Tecnologias de la Información y Comunicación, v.9, n.1, ene./abr. 2007.

Disponível em: <<<http://www.eptic.com.br/pdfrevistaIX.n1/9%20SergioGadini.pdf>> . Acesso em: 29 set. 2022.

GALVÃO, Danielle. **Os nerds ganham poder e invadem a TV**. In: Revista Científica Intr@ciência. Disponível em: <https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170531154050.pdf>. Acesso em: 16 out. 2022.

GARÓFALO, Nico. **Os Vingadores – 10 anos | Como o filme mudou o cinema (para melhor e para pior)**. Omelete, 2022. Disponível em: < <https://www.omelete.com.br/marvel-cinema/vingadores-10-anos-o-impacto-do-filme>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

GOMES, Fábio. **Jornalismo Cultural**. Porto Alegre-RS: Brasileirinho, 2007.

GONZALEZ, Lydianne de Paula Ribeiro. **Jornalismo Cultural: Interfaces entre cultura e entretenimento**. 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/expocom/EX14-0616-1.pdf>> Acesso em: 29 set. 2022.

HESSEL, Marcelo. **Os 20 anos que transformaram a nerdice**. Omelete, 2020. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/filmes/os-20-anos-que-transformaram-a-nerdice>>. Acesso em: 17 out. 2022.

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

JENKINS, Henry; FORD, Sam & GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. 1ª ed. Brasil: Edusc, 2001.

LAGE, Nilson. **Revista Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**. Ponta Grossa, vol. 1, n.1, 2014.

KNECHTEL, M. R. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LINHARES, Leticia. **A Marvel e a genialidade da sua narrativa transmidiática**. Turn Mundo Nerd, 2019. Disponível em: <<https://turnmundonerd.com.br/a-marvel-e-a-genialidade-do-seu-movimento-transmidiatico/>>. Acesso em: 18 out. 2022.

MATOS, Patrícia. **O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão**. Intercom, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/r24-1149-1.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

MEDINA, Cremilda de A. **Notícia: um produto à venda**. 6ª ed. São Paulo: Summus Editorial, 1988.

MISSIAGGIA, M. **Lojas Geek: por que esse negócio é um sucesso?** Diário do Comércio, 2017. Disponível em: <<https://dcomercio.com.br/publicacao/s/lojas-geek-por-que-esse-negocio-e-um-sucesso>>. Acesso em: 17 out. 2022.

MOTA, P.H. **Marvel - História da editora nos quadrinhos e no cinema**. Segredos do Mundo. Disponível em: <<https://segredosdomundo.r7.com/marvel-historia/>>. Acesso em: 17 out. 2022.

OMELETE. **OmeleTV #170 | Mais de uma hora de Vingadores, Batman, Rock, Simpsons, Clube da Luta e Game of Thrones**. Omelete, 20 de abril de 2012. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/omele-tv/omeletv-170-mais-de-uma-hora-de-vingadores-batman-rock-simpsons-clube-da-luta-e-game-thrones>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

_____. **Com Avatar no topo: confira as 10 maiores bilheterias da história**. Omelete, 23 de fevereiro de 2022. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/filmes/10-maiores-bilheterias-globais-da-historia#13>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

PEREIRA, Camila. **A Redenção dos Nerds**. In: Revista Veja, ed. 2050, ano 41, nº 9, de 5 de março de 2008, pág. 102-105. Disponível em: <<http://http://www.fndc.org.br/clipping/a-redencao-dos-nerds-233145/>>. Acesso em: 16 out. 2022.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 4ª ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2017.

ROHR, Altieres. **‘Incompreendidos’**, nerds se divertem à sua maneira. São Paulo: G1. 25/05/09. Disponível em: <[ROMARIZ, Thiago. **Big Bang da Marvel: Homem de Ferro**. Omeleteve, 2019. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=agCej3sJ1L8&list=PLrNRazk0rf-9vfd14E2Xb8Niq1IjPVqE9>>. Acesso em: 17 out. 2022.](https://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1165732-6174,00-INCOMPREENSIBILIDADE+NERDS+SE+DIVERTEM+A+SUA+MANEIRA.html#:~:text=Colunista%20de%20seguran%C3%A7a%20do%20G1,dos%20nerds%20est%C3%A3o%20se%20popularizando.> Acesso em: 16 out. 2022.</p></div><div data-bbox=)

RONDINELLI, Júlia. **Consumo de vídeos online já é maior do que o da televisão, diz pesquisa do Youtube**. E-commerce Brasil, 27 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/youtube-videos-online>>. Acesso em: 13 nov. 2022.

SANTOS, Rodrigo Lessa Cezar. **Ficção seriada televisiva e narrativa transmídia: uma análise do mundo ficcional multiplataforma de True Blood**. UFBA, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/14015/1/Rodrigo%20Lessa.pdf>>. Acesso em 20 nov. 2022.

SILVA, Camilla. **Compra da Marvel Studios pela Disney completa 10 anos**. Tecmundo, 2020. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/cultura-geek/148924-compra-marvel-studios-disney-completa-10-anos.htm>>. Acesso em: 18 out. 2022.

SOUSA, Jaqueline. **Joe Russo diz que sucesso de Vingadores: Ultimato nunca irá acontecer de novo**. Legião de Heróis, novembro de 2022. Disponível em: <<https://www.legiaodosherois.com.br/2022/joe-russo-sucesso-vingadores-ultimato-nunca-acontecer-de-novo.html>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

TAMANAHA, Nádia. **Qual a diferença entre nerd e geek?** Super Interessante, 2020. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-a-diferenca-entre-nerd-e-geek/>>. Acesso em: 17 out. 2022.

TRENDS, Google. **Veja o que esteve em alta em 2019 – Brasil**. Google Trends, 2019. Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/yis/2019/BR/>>. Acesso em: 12 nov. 2022.

TUCKER, Reed. **Pancadaria: por dentro do épico conflito Marvel vs. DC**. Primeira edição – Rio de Janeiro: Fábrica 231, 2018.