

## O CROSSOVER COMO ESTRATÉGIA NARRATIVA: ESTUDO DE CASO DA SÉRIE DEMOLIDOR PRODUZIDA PELA PLATAFORMA NETFLIX

Laís, FERMINO, (UNESP)<sup>1</sup>  
Letícia, AFFINI (UNESP)<sup>2</sup>

**Resumo:** Os roteiros do Universo Cinematográfico Marvel são elaborados a partir de uma engenharia narrativa transmidiática. Ao utilizar o recurso, o intuito da Marvel é fundir histórias distintas para expandir seu universo. A partir deste cenário, o artigo se propõe a estudar a construção narrativa Marvel por meio da utilização da estratégia *crossover*. Para isso, determinou-se a pergunta: quantos *crossovers* aparecem na primeira e na segunda temporadas da série Demolidor? Estabeleceu-se como metodologia a pesquisa bibliográfica, e aplicou-se o estudo do caso de Robert K. Yin. “Demolidor” é a primeira série do projeto Marvel lançado pela Netflix. Após a obra, foram veiculadas pela plataforma as séries “Jessica Jones”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro”. Após a desconstrução dos 26 (vinte e seis) episódios selecionados da série foram encontrados 14 (quatorze) *crossovers* na primeira temporada e 51 (cinquenta e um) na segunda temporada, totalizando 65 (sessenta e cinco) *crossovers*. Conclui-se que essas particularidades ocorrem devido ao momento narrativo em que cada uma das temporadas está situada na construção do universo ficcional Marvel; o arco narrativo da primeira temporada é responsável por introduzir as séries da marca para a plataforma; já a segunda temporada, conta com elementos da série “Jessica Jones” e, simultaneamente, relembra o espectador da magnitude do universo transmídia da marca, ao realizar diversas conexões com o filme “Capitão América: Guerra Civil” e com a série para a TV “Agentes da S.H.I.E.L.D”. Contudo, salienta-se a importância da estratégia *crossover*, a qual estimula, por parte do espectador, a sua capacidade cognitiva e o incentiva na busca por novas informações das obras transmídias complexas, bem como pelos produtos Marvel. Ao detectar as áreas de interseção proporcionadas por ele, o consumidor amplia o envolvimento com os enredos das obras e, por sua vez, com a marca Marvel.

**Palavras-chave:** Audiovisual; Narrativa transmídia; *Crossover*.

**Abstract:** The scripts of the Marvel Cinematographic Universe are designed from a transmedia narrative engineering. In using the feature, Marvel's intent is to merge distinct story components to expand its universe. From this scenario, the article proposes to study the Marvel narrative construction through the use of the crossover strategy. To that end, the question was asked: How many crossovers appear in the first and second seasons of the Daredevil series? The bibliographical research was established as methodology, and

---

<sup>1</sup> Mestre e Doutoranda em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), FAAC, Bauru. Membro do Grupo de Análise Audiovisual GrAAU, cadastrado no CNPq. [lais.fermino@unesp.br](mailto:lais.fermino@unesp.br). ORCID 0000-0003-0115-723X

<sup>2</sup> Professora do Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), FAAC, Bauru. Líder do Grupo de Análise Audiovisual - GrAAU, cadastrado no CNPq. [leticia.affini@unesp.br](mailto:leticia.affini@unesp.br). ORCID 0000-0003-4688-289X

the study of the case of Robert K. Yin was applied Daredevil "is the first Marvel project series released by Netflix. After this one, other series were debuted by the platform, such as "Jessica Jones", "Luke Cage" and "Iron Fist". After the deconstruction of the 26 (twenty-six) selected episodes of "Daredevil" were found 14 (fourteen) crossovers in the first season and 51 (fifty one) in the second season, totaling 65 (sixty-five) crossovers. It is concluded that these peculiarities occur due to the narrative moment in which each one of the seasons is situated in the construction of the fictional universe Marvel; the narrative arc of the first season is who introduces the brand series to the platform; the second season, features elements of the series "Jessica Jones" and simultaneously reminds the viewer of the magnitude of the brand's transmedia universe, making several connections with the film "Captain America: Civil War" and the TV series "Agents of SHIELD". Lastly, the importance of the crossover strategy, which stimulates the cognitive capacity and encourages the search for new information of the spectator of the complex transmissions and Marvel products, is emphasized. By detecting the areas of intersection provided by it, the consumer extends the involvement with the plot of the works, and in turn, with the Marvel brand.

**Key words:** Audiovisual; Transmedia storytelling; Crossover.

## INTRODUÇÃO

O presente artigo faz parte do estudo da dissertação de mestrado da autora, de nome "EXPANSÃO DA MARCA POR MEIO DO CROSSOVER: Estudo de Caso das séries Marvel produzidas para a plataforma Netflix", junto ao programa de pós-graduação de Mídia e Tecnologia, ofertado pela Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho (Unesp), campus de Bauru.<sup>3</sup> A pesquisa, finalizada no começo de 2018, conta com a análise das séries "Demolidor" (1ª e 2ª temporadas), "Jessica Jones" (1ª temporada), "Luke Cage" (1ª temporada) e "Punho de Ferro" (1ª temporada).

É necessário dizer que essas obras são componentes do Universo Cinematográfico Marvel (UCM). A fim de contar as narrativas fantásticas de seus super-heróis, de modo arrojado e inovador, a marca, a partir de 2008, criou um universo ficcional audiovisual e transmídia. A obra inaugural do projeto foi o filme "Homem de Ferro" (2008) e, a partir desta, outras produções, distribuídas pelo cinema, televisão e curtas-metragens, foram incluídas no projeto, a fim de torná-lo robusto e capaz de cativar

---

<sup>3</sup> Link: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/154005?show=full>.

a maior quantidade de público. Assim, com o intuito de difundir seu projeto transmidiático, a Marvel, em 2015, firmou uma parceria com a plataforma Netflix, por meio da estreia da primeira temporada de “Demolidor”. Desde então, esta e as demais séries, já citadas no começo do texto, foram lançadas e estão disponíveis no catálogo de produções do serviço de *streaming*.

A partir desse cenário, busca-se, nesta pesquisa, relacionar a marca Marvel com a construção de seu universo transmídia, utilizando como objeto a trama da série “Demolidor”. Será discutido como o recurso da estratégia *crossover* possibilita a imersão no universo ficcional Marvel e, assim, uma maior assimilação e identificação com a marca. No entanto, é preciso esclarecer que a terceira temporada de “Demolidor” (lançada em 19 de outubro de 2018) não compõe o escopo deste trabalho pelo fato de ter sido estreada após as constatações do artigo. Portanto, os estudos não se limitam a esse artigo, sendo uma das partes da investigação da autora acerca das estratégias narrativas das séries já apresentadas. Para situar o leitor, o quadro abaixo expõe a ordem de lançamento das obras Marvel-Netflix até o momento:

**Quadro 1 – Data de lançamento das obras Marvel para a Netflix**

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
Os Defensores	1	18 de agosto de 2017	8
O Justiceiro	1	17 de novembro de 2017	13
Jessica Jones	2	8 de março de 2017	13
Luke Cage	2	22 de junho de 2018	13
Punho de Ferro	2	7 de setembro de 2018	10
Demolidor	3	19 de outubro de 2018	13

Fonte: As autoras

“Demolidor” conta a história de Matt Murdock, advogado, católico, cego e com habilidades de luta. Matt nunca conheceu a sua mãe e foi criado pelo pai boxeador. Após perder a visão em um acidente de trânsito, quando tinha nove anos e por conta de um líquido radioativo que caiu em seus olhos, o menino acaba desenvolvendo seus outros

sentidos. Matt passa a detectar pessoas próximas apenas pela respiração ou batimento cardíaco, além de saber se elas estão dizendo a verdade ou não. Simultaneamente, ele conhece o mestre de artes marciais Stick, que o ajuda a entender suas novas habilidades. Já adulto, “O Homem sem Medo” age, de dia, como advogado e, à noite e em segredo, como vigilante, protetor da cidade de Nova York.

A primeira temporada da série estreou em 10 de abril de 2015 e a segunda temporada em 18 de março de 2016, pela Netflix, ambas com treze episódios, disponibilizados, simultaneamente, na plataforma para todos os lugares do mundo onde o serviço está presente. “Demolidor” foi a obra originária do Universo Cinematográfico Marvel na Netflix. A obra teve o intuito de introduzir as histórias individuais de Matt, Jessica Jones, Luke Cage e Punho de Ferro. Após essas quatro personagens serem apresentadas, todas aparecem juntas na série “Os Defensores”, disponibilizada no catálogo de exibição da Netflix, em 18 de agosto de 2017.

Foi divulgado recentemente (outubro de 2018) que as séries “Punho de Ferro” e “Luke Cage” foram canceladas pela Netflix e não terão uma próxima temporada. O motivo dos cancelamentos não foi revelado, mas um dos rumores é o de que as produções da Marvel sairão do catálogo da Netflix em breve e serão disponibilizadas pelo serviço de *streaming* da Disney, detentora da marca Marvel, na plataforma “Disney Play”, com data de lançamento para 2019. Assim, é possível que as histórias de “Punho de Ferro” e “Luke Cage” continuem a ser exibidas nesse novo canal de *streaming*.

Contudo, as séries Marvel para a Netflix foram sucesso de audiência. Além das obras cativarem públicos diferentes, expandindo o conhecimento sobre a marca, a empresa tornou-se um exemplo de estratégias transmidiáticas para o audiovisual no mercado do entretenimento.

## METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste estudo estabeleceram-se, como metodologia, a pesquisa bibliográfica e a aplicação do estudo de caso. Para a primeira parte, utilizar-se-ão os conceitos de Henry Jenkins (2008), Jason Mittell (2012), Carlos Scolari e Mar

Guerrero-Pico (2015) e Andrea Semprini (2010). 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 com a construção da obra em questão, a qual busca uma abordagem ampla sobre os desdobramentos da convergência midiática na sociedade contemporânea.

A segunda parte do trabalho consiste no estudo do caso de Robert K. Yin (2010), sendo este o método mais adequado para verificar as intersecções propostas pela série, o que reverbera na expansão e no desenvolvimento da marca *Marvel*. As categorias do estudo de caso foram baseadas em David Bordwell (2013), as quais apontam a articulação entre tempo, espaço e o sistema da lógica narrativa como categorias facilitadoras para a produção de obras audiovisuais.

Dessa forma, pretende-se, com a aplicação do estudo do caso, proporcionar sugestões e novas abordagens a respeito da utilização dos *crossovers* e suas implicações na expansão do Universo Marvel. A estrutura da metodologia é composta pelas seguintes categorias: personagem, ação e espaço, as quais colaboram para a desconstrução, a análise da obra e da estratégia *crossover*.

## **EXPANDINDO O CONTEÚDO *MARVEL*: A NARRATIVA TRANSMÍDIA COMPLEXA**

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.

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 (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. Ela 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 no todo, a experiência do indivíduo é mais completa e profunda, caso que pode ser aplicado ao Universo Cinematográfico Marvel.

A transição da narrativa entre os meios de comunicação, principalmente os 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.

Ademais, para Henry Jenkins, 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.

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 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. Dessa forma, a narrativa transmídia pretende não só criar engajamento com 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.

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 sua pesquisa seja específica sobre as narrativas seriadas da televisão norte-americana, o modelo complexo pode ser atribuído aos formatos *on demand* e via *streaming*, como o utilizado pela Netflix e as outras plataformas (Amazon, Hulu, HBO).

[...] 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).

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 Netflix confronta o sistema televisivo formal, principalmente pelo item distribuição de conteúdo. 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*.

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).

Nota-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 popularizar a complexidade ficcional.

Os universos ficcionais, construídos de forma complexa, desencadeiam a formação de uma verdadeira legião de fãs. As narrativas tornam-se um elo comum entre esses indivíduos fanáticos, que se unem e comprometem-se a seguir fielmente a sua obra favorita.

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 a análises das produções assistidas. Essa prática faz com que o consumidor investigue os detalhes da obra apreciada e vá fundo no universo apresentado por ela.

A estratégia narrativa, como já visto acima, é o 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. O consumidor espera ansiosamente pelos pontos de virada das tramas, uma vez que estes são os responsáveis por manter o interesse do espectador na obra. Essa sensação, no cenário complexo, não é incômoda, mas sim

primordial: esgotar o processo de assimilação e de descobrimento das narrativas não é interessante, uma vez que os consumidores anseiam pela expectativa de novas narrativas; sendo assim, os pontos de virada reiteram ou criam uma nova conexão entre consumidor - obra.

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 (MITTEL, 2012, p.46).

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. 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 que outros recursos da marca sejam questionados, como aqueles relacionados à sua dimensão mercadológica e simbólica, apresentados no tópico a seguir.

## MARCA: CONSTRUINDO A MARVEL

A existência de um 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. Assim, para se diferenciarem no mercado, as marcas otimizam e direcionam as suas ações de marketing, que devem pautar-se, primordialmente, pela criação de relacionamentos com o seu consumidor.

Para o semioticista italiano Andrea Semprini (2010), as marcas, em um contexto pós-moderno, são constituídas de aspectos semióticos e, por sua vez, carregadas de significados. 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)

É nessa busca por diferenciação e tentativa de antecipar os desejos de consumo do público que a marca se apodera de aspectos semióticos. 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.

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, desenvolvido meticulosamente para atrair e fazer sentido para o consumidor. 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 por ela. Por lidar com a adaptação de suas narrativas, originalmente disponibilizadas em revistas e histórias em quadrinhos, a marca *Marvel* carrega a responsabilidade da representação fiel nas telas, e no caso deste estudo, mais especificamente, a representação do personagem Demolidor, na *Netflix*.

[...] 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 empresa é, notoriamente, um exemplo de adaptação às evoluções da sociedade. Aderindo ao sistema *on demand*, ela prova sua preocupação em acompanhar o ritmo do público ao inserir produções originais no catálogo de serviços, que não só aprimoram e fazem parte do seu projeto de marca, como também auxiliam na 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 e imaginários. 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*, modificou 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.

## O CROSSOVER NO UNIVERSO MARVEL

Para discutir os resultados da pesquisa é fundamental debruçar-se sobre o conceito de *crossover*. Esta prática é uma importante ferramenta para conectar enredos e personagens inseridos em universo transmídia. Também é necessário lembrar que apenas a adesão do *crossover* não é suficiente para a construção da narrativa transmídia. Como já discutido acima, por meio das definições do teórico Henry Jenkins, é essencial a inserção de distintas plataformas e conteúdos para a consolidação de um projeto transmidiático.

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) <sup>4</sup>.

O *crossover*, portanto, ao mesclar acontecimentos e personagens, no caso da produção analisada, “Demolidor”, amplia a imersão do consumidor dentro do Universo Marvel em expansão. O cruzamento dos fragmentos, dispersos nas diversas narrativas, amplia a compreensão do universo ficcional *Marvel*.

## RESULTADOS

O quadro abaixo (baseado no tópico “Metodologia”, explicado acima) foi aplicado durante as observações da série “Demolidor”, conforme eram detectados os *crossovers* em cena, nos 26 (vinte e seis) episódios assistidos. Ao localizar um *crossover* em cena, a exibição era pausada para completá-lo.

**Quadro 2 – Categorias para análise *crossover***

	<b>Espaço</b>	<b>Personagem</b>	<b>Ação</b>	<b><i>Crossover</i></b>	<b>Observação</b>
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

**Quadro 3 – Exemplo de Desconstrução Demolidor - 1ª Temporada**

<b>Demolidor</b>					
<b>1ª Temporada</b>					
<b>Episódio 2</b>					
<b>Tempo de exibição</b>	<b>Espaço</b>	<b>Personagem</b>	<b>Ação</b>	<b><i>Crossover</i></b>	<b>Observação</b>

<sup>4</sup> “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 musical<sup>4</sup>, 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.”

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

#### Quadro 4 – Exemplo de Desconstrução Demolidor - 2ª Temporada

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.

#### Quadro 5 - Crossovers totais em Demolidor - 1ª e 2 Temporadas

Demolidor – 1ª Temporada	14
Demolidor – 2ª Temporada	51
<b>Total</b>	<b>65</b>

Fonte: Créditos da pesquisadora

## DISCUSSÃO

Observou-se, durante a análise das obras, a possibilidade de ampliar os tipos de *crossovers* além da clássica definição de *crossover* de personagem (CP), conceituado por Mar Guerrero-Pico e Carlos Scolari (2016). Desse modo, estabeleceram-se mais três categorias: *crossover* de espaço (CE), *crossover* de ação (CA) e *crossover* de objeto (CO). Uma vez que a definição dos autores foi aprimorada, as novas categorias foram incluídas na desconstrução e na análise das obras. Desse modo, na coluna "Crossover" identificam-se siglas diferentes (CO – *crossover* de objeto). A escolha dos episódios para o quadro de demonstração foi feita de modo aleatório, apenas para ilustrar como foram feitas as

análises. Reitera-se que este artigo é uma extensão da dissertação de mestrado da autora. Na pesquisa completa estão contidas as desconstruções das outras séries: Jessica Jones (1ª temporada), “Luke Cage” (1ª temporada) e “Punho de Ferro” (1ª temporada). Assim, para melhor compreensão das tabelas, das categorias estabelecidas e a relação entre elas, é recomendado o acesso ao estudo, para a visualização dos enredos e narrativas componentes do universo ficcional Marvel.

No entanto, é possível traçar considerações particulares da série “Demolidor”, e o uso da estratégia *crossover*, e estabelecer uma relação com a utilização do recurso com os chamados pontos de virada, os quais criam ou ampliam o elo de interesse dos espectadores na trama. 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 Marvel para a plataforma Netflix. “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. Na primeira temporada da série, os 14 (quatorze) *crossovers* são derivados do cinema, ou dos curtas-metragens ou das séries para a televisão, uma vez que ainda não havia outras séries na Netflix para a comparação entre elas. Infere-se que a quantidade não tão elevada de *crossovers* encontrada ocorre por dois motivos: primeiro por “Demolidor” ser a primeira série a compor o Universo Cinematográfico Marvel na Netflix; e, segundo, porque o espectador está sendo ambientado no universo ficcional em construção. Assim, os elos entre as tramas das séries com as obras fora da Netflix são apresentados de modo sutil, e preparam o espectador para o que está por vir.

Já na segunda temporada, a quantidade triplicou e foram constatados 51 (cinquenta e um) *crossovers*. Pode-se inferir que o volume destes aumentou devido à temporada ser sucessora da primeira temporada de “Jessica Jones” e, desse modo, podem ser realizadas comparações entre as séries. Além disso, os *crossovers* externos ocorrem de forma intensa, de modo a situar e relembrar o espectador de que a obra faz parte de um projeto transmidiático, com muitas referências aos arcos narrativos dos filmes que estavam sendo lançados à época, principalmente os relacionados ao filme “Capitão América: Guerra Civil”.

Constata-se que quanto mais obras são lançadas, maior a conexão entre elas e, assim, a quantidade de *crossovers*. Por essa razão, é crucial debruçar-se sobre a importância dessa estratégia, a qual estimula a capacidade cognitiva e incentiva a busca do consumidor por outras obras do mesmo universo e por novas informações que o auxiliam a desvendar as tramas ficcionais do UCM. Essa investigação ficcional articula os fãs e o público interessado pelas obras, culminando nos denominados *fandons* e nas comunidades virtuais para a troca de experiências e conhecimentos sobre os produtos. É devido ao *crossover* que o espectador, ao ser desafiado a cada instante, concentra sua atenção à narrativa e imerge no universo ficcional, de modo profundo e intenso.

Por fim, em virtude da estratégia *crossover*, o espectador é contemplado com a magnitude de um universo ilimitado, detentor de possibilidades de diversas tramas e desfechos narrativos. A consistência robusta dessa rede de conexões, possibilitada pelo *crossover*, demonstra unidade e coerência ficcional, gerando destaque ao produto audiovisual, um dos recursos mais eficazes das marcas e dos projetos transmidiáticos do século XXI.

## REFERÊNCIAS

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

GUERRERO-PICO, M. y SCOLARI, C.A. (2016). **Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers**. Cuadernos.info, (38), 183-200. doi: 10.7764/cdi.38.760.

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

MITTEL, J. **Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea**. MATEZ, Ano 5 – nº 2 jan./jun. 2012. São Paulo, p. 29-52.

SEMPRINI, A. **A marca pós-moderna: Poder e Fragilidade da Marca na Sociedade Contemporânea**. 2. Ed. – São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

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