

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO**

**AVANTE COZINHEIROS! A CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO  
JORNALÍSTICO PELO OMELETV NA COBERTURA DE  
VINGADORES – ERA DE ULTRON**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**Eduardo Silva Simioni**

**Santa Maria, RS, Brasil  
2015**

**AVANTE COZINHEIROS! A CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO  
JORNALÍSTICO PELO OMELETV NA COBERTURA DE  
VINGADORES – ERA DE ULTRON**

**Eduardo Silva Simioni**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo**

**Orientadora: Prof. Dr.<sup>a</sup> Laura Strelow Storch**

**Santa Maria, RS, Brasil  
2015**

**Universidade Federal de Santa Maria  
Centro de Ciências Sociais e Humanas  
Departamento de Ciências da Comunicação  
Curso de Comunicação Social - Jornalismo**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

**AVANTE COZINHEIROS! A CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO  
JORNALÍSTICO PELO OMELETV NA COBERTURA DE VINGADORES – ERA  
DE ULTRON**

elaborado por  
**Eduardo Silva Simioni**

como requisito parcial para a obtenção do grau de  
**Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo**

**Comissão Examinadora:**

---

**Laura Strelow Storch, Dr.<sup>a</sup> (UFSM)**  
(Presidente/Orientador)

---

**Liliane Dutra Brignol, Dr.<sup>a</sup> (UFSM)**

---

**Silvana Copetti Dalmaso, Ma. (UFRGS)**

**Santa Maria, RS, Brasil, 14 de dezembro de 2015**

## AGRADECIMENTOS

À minha família, que sempre me apoiou nas minhas decisões, me deu todo o carinho para que eu pudesse passar por cima das adversidades, e me incentivou a correr atrás dos meus sonhos, e por meio deles alcançar a felicidade.

Aos meus amigos de fé, que em meio à turbulência do processo de produção deste trabalho, foram o meu desafogo, mostrando que existe muita alegria até mesmo nas horas mais difíceis.

Aos professores da Facos, que me instruíram e, generosa e positivamente, me ensinaram a ser um comunicador e jornalista mais do que necessário na sociedade atual.

À minha professora orientadora Laura Storch, que “abraçou a causa” deste trabalho desde o 5º semestre de faculdade, e que em todas as orientações eram risos, aprendizados, ideias e muita nerdice sendo discutida.

À Coordenadoria de Comunicação da UFSM, em especial à *Rádio Universidade*, por ceder seus espaços aos acadêmicos para a produção e aprendizado no certame do Jornalismo.

Aos colegas e amigos do programa *Radar Esportivo*, que me mostraram, de forma categórica, que o trabalho em equipe é uma das formas mais importantes para amadurecermos e nos fortalecermos enquanto profissionais.

À 41ª turma de Jornalismo, que pela amizade construída e pelo clima de cordialidade ao longo desses 4 anos, nos tornamos a turma mais praticante do “deboísmo” da história da FACOS.

Aos colegas amigos: Arianne Teixeira de Lima, Cibele Zardo, Diossana Costa, Eduardo Molinar, Karohelen Dias e Renata Grzegorek, que faziam dos meus dias de faculdade uma verdadeira alegria e ouviam pacientemente minhas ideias para este Trabalho de Conclusão de Curso.

À *Marvel Entertainment*, que por meio de seus estúdios, consegue tornar lembranças da infância em realidade, nos fazendo mergulhar em incríveis narrativas super-heróicas nas telas do cinema, que nos levam a sorrir.

E por último e não menos importante: a Deus, que pelo seu amor infinito, me proporcionou esse encontro fantástico com essas pessoas e instituições mais fantásticas ainda, e por ser a minha força inspiradora de ontem, de hoje e para toda a eternidade.

## EPÍGRAFE

*“Que época boa para ser nerd!”*

*(Érico Borgo – redator do site Omelete)*

## **RESUMO**

Trabalho de Conclusão de Curso

Curso de Comunicação Social – Jornalismo

### **AVANTE COZINHEIROS! A CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO PELO OMELETV NA COBERTURA DE VINGADORES – ERA DE ULTRON**

AUTOR: EDUARDO SILVA SIMIONI

ORIENTADORA: LAURA STRELOW STORCH

Data e local da defesa: Santa Maria, 14 de dezembro de 2015.

O presente trabalho de pesquisa procura discutir a construção do acontecimento jornalístico em canais de comunicação segmentados, sistematizado neste trabalho pelo exemplo do canal no YouTube “OmeleTV”, que integra o site Omelete, na cobertura do filme “Vingadores – Era de Ultron”. Partimos da compreensão de que, na Internet, a narrativa informacional acontece a partir de critérios específicos, vinculados aos segmentos de públicos a que são destinados. A fim de que se possa visualizar a materialização desta forma muito particular de construção do acontecimento, o nosso objetivo geral é compreender como o conteúdo produzido pelo OmeleTV, referentes à Vingadores – Era de Ultron, constrói esse acontecimento para o seu público de nicho, Nerd e Geek. Para chegarmos neste objetivo geral, foram concebidos os objetivos específicos que procuram compreender a cultura Nerd/Geek como uma forma particular de cultura, e inserida em uma perspectiva global, presente no ciberespaço. Também procuramos discutir o tipo de jornalismo feito por estes canais de comunicação segmentada, ao se apropriar do discurso jornalístico. Ainda procuramos compreender como o acontecimento é construído a partir das matrizes que são próprias do eixo Nerd e Geek e da matriz comunicacional do jornalismo. A metodologia empregada foi a de Análise de Conteúdo, que permitiu a observação dos 27 vídeos que compõem o recorte da pesquisa. Buscamos detectar tendências e contextos de produção, na prática informacional do OmeleTV, na construção do acontecimento. A análise mostrou que o OmeleTV se vale das matrizes próprias da cultura Nerd e Geek (quadrinhos e filmes da Marvel) e da matriz jornalística para se legitimar enquanto canal de comunicação e, a partir de micro-acontecimentos, construir um acontecimento.

**Palavras-chave:** jornalismo segmentado; acontecimento; cibercultura; OmeleTV; Vingadores – Era de Ultron.

## **ABSTRACT**

Graduate Thesis

Social Communication Course

### **COZINHEIROS ASSEMBLE! THE CONSTRUCTION OF JOURNALISTIC EVENT BY OMELETV IN COVERAGE OF AVENGERS – AGE OF ULTRON**

**AUTHOR: EDUARDO SILVA SIMIONI**

**ADVISOR: LAURA STRELOW STORCH**

Date and place of qualification: Santa Maria, December 14<sup>th</sup>, 2015.

This present research's work discusses the construction of journalistic event in segmented communication channels, systematized in this work by the example of YouTube channel "OmeleTV" which integrates Omelete site, in the coverage of the film "Avengers - Age of Ultron." We start from the understanding that, in the Internet, the informational narrative happens from specific criteria linked to public segments to which they are intended. So that we can see the realization of this very particular form of event construction, our general objective is to understand how the content produced by OmeleTV, referring to the Avengers - Age of Ultron, build this event to your niche audience, Nerd and Geek. To achieve this general objective, the specific objectives have been designed to attempt to understand the culture Nerd / Geek as a particular form of culture, and placed in a global perspective, present in cyberspace. We also seek to discuss the type of journalism done by these segmented communication channels, by appropriating the journalistic discourse. Still we are trying to understand how the event is built from matrixes that are specific to the Nerd and Geek axis, and of the journalistic communication matrix. The methodology used was the Content Analysis, which allowed the observation of the 27 videos that make up the excerpt of the study. We seek to detect trends and production contexts, in the informational OmeleTV practice, in the construction of the event. The analysis showed that the OmeleTV draws on the own matrix of the Nerd and Geek culture (comics and Marvel movies) and of the journalistic matrix to legitimize as a communication channel, from micro-events, build an event.

**Keywords:** segmented journalism; event; cyberculture; OmeleTV; Avengers - Age of Ultron.

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Lista com a projeção de produção de filmes de super-heróis até 2020.....	26
Tabela 2 - Recorte dos vídeos para análise .....	49



## LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Formato do vídeo Live .....	61
Imagem 2 - Inserções de imagem do trailer .....	61
Imagem 3 - Formato do vídeo Bloco .....	64
Imagem 4 - Inserções de imagens divulgadas.....	65
Imagem 5 - Ilustração da Live, indicando o provável castelo do Barão Von Strucker .....	66
Imagem 6 - Ilustração do easter-egg da Torre dos Vingadores em Demolidor .....	67
Imagem 7 - Bloco gravado com o redator Érico Borgo direto de Los Angeles, via Skype.....	75

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. CULTURA GLOBAL NA WEB: UMA AVENTURA NO CIBERESPAÇO COM NERDS E GEEKS.....	14
2.1 Cultura: reconhecimento, pertencimento e participação do sujeito .....	14
2.2 Cultura global: índices de pertencimento cultural em escala mundial .....	17
2.3 Cibercultura: relações interconectadas e identidades dos sujeitos na <i>web</i> .....	20
2.4 Cultura Nerd/Geek: origem do esquisito e ascensão do descolado, no século XXI .	23
2.4.1 Nerds/Geeks: dos bytes dos computadores para o mundo .....	24
2.4.2 A época boa para ser nerd é agora .....	25
3. O ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO: PERSPECTIVAS TEÓRICAS E SEGMENTAÇÃO DO PÚBLICO.....	30
3.1 De que jornalismo estamos falando? .....	30
3.2 A falha da normalidade: o Acontecimento Jornalístico.....	33
3.3 Os critérios noticiabilidade e a relação espaço-tempo na internet.....	35
3.4 Um olhar sobre o público: segmentação sob as lógicas do ciberespaço .....	37
4. PERCURSO METODOLÓGICO: A ANÁLISE DE CONTEÚDO NA CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO.....	40
4.1 Objeto: OmeleTV na cobertura de Vingadores – Era de Ultron .....	40
4.1.1 Omelete e OmeleTV: “Entretenimento levado a sério” .....	40
4.1.2 Marvel, Universo Cinematográfico e Vingadores – Era de Ultron.....	42
4.2 Recorte .....	48
4.3 Métodos aplicados para a análise.....	49
4.3.1 A Análise de Conteúdo e suas contribuições .....	52
5. COZINHEIROS EM MISSÃO: VINGADORES – ERA DE ULTRON, OMELETV E ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA .....	56
5.1 Nível Narrativo .....	57
5.1.1 Histórias em Quadrinhos .....	58
5.1.2 Universo Cinematográfico da Marvel.....	63
5.2 Nível Informativo-Institucional.....	69
5.3 Categorias cruzadas: Nível Narrativo x Nível Informativo-Institucional.....	77
5.4 Cronologia micro-acontecimental e frequência das matrizes .....	82
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	94

## 1. INTRODUÇÃO

Repensar o posicionamento do jornalismo em meio a Era da Informação não tem sido uma tarefa fácil. A sua concepção enquanto forma de comunicação, que trabalha sob lógicas de um pensamento institucionalizado como democrático em função dos seus valores e da ética profissional, e do compromisso com a sociedade, e de uma prática enquanto processo de produção de informação, tem sido colocados em cheque a partir do momento em que se procura construir a sua definição em meio à efusão de diversas práticas informacionais presentes na Internet.

Em uma perspectiva comunicacional, percebe-se, muito claramente, que o advento da Internet e as suas múltiplas potencialidades vem fomentando, cada vez mais, a criação de novos e diferentes canais de produção de informação e de conteúdo dentro de uma lógica de segmentação, mas que vem das mais diversas áreas da sociedade contemporânea. E por meio dessa realidade, o jornalismo tem buscado encontrar respostas através de novas formas de se reorganizar, legitimar e atender as mais diversas demandas presentes no ciberespaço. Enquanto as respostas não chegam, esses novos canais dialogam de forma categórica com os nichos de públicos para qual se dirige a sua abordagem.

A proposta deste trabalho é contribuir para o pensamento do jornalismo na Era da Informação, procurando compreender a apropriação do seu discurso enquanto instituição e prática pelos canais de comunicação segmentada, na Internet. E a partir da apropriação do discurso do jornalismo, como esses canais segmentados se legitimam e produzem coberturas e conteúdos que dialogam com seus públicos.

A apropriação do discurso jornalístico (instituição e prática profissional) pelos canais de comunicação segmentada na *web* promove a sua legitimidade enquanto lugar de enunciação para seus nichos. Uma prática e uma forma de pensar enraizada desde o fomento do jornalismo em suas origens, e que se estende até os dias de hoje. Enquanto objeto complexo, o jornalismo tem sido cada vez mais estudado por pesquisadores do ramo da comunicação por conta dos diversos fenômenos que sua prática institui na sociedade. E um desses fenômenos é a construção do acontecimento.

Diversos contribuintes procuram compreender a formação e a construção do acontecimento jornalístico em diversos canais de informação jornalística (BENETTI, 2009; FONSECA, 2010; RODRIGUES, 1993, ZAMIN, 2012). Quase todos contribuíram

para o pensamento sob a ótica dos meios jornalísticos massivos. Entretanto, o que se pretende realizar neste estudo é a discussão da construção do acontecimento jornalístico em canais de comunicação segmentada para públicos extremamente específicos. Isso porque, ao se apropriar do discurso jornalístico, esses canais de comunicação segmentada acabam também se apropriando das práticas e da instituição jornalística para garantir legitimidade às informações, utilizando critérios próprios do nicho para definir o que é acontecimento e notícia. Neste caso, ao invés do grande público acompanhar o acontecimento, serão os públicos de nicho os participantes deste processo.

Portanto, neste momento, se faz mister apresentar o objeto de pesquisa e suas especificidades, bem como os objetivos deste trabalho. O objeto de pesquisa escolhido para este trabalho é o canal no YouTube, OmeleTV, vinculado ao site Omelete. E isso nos leva para a justificativa da escolha deste objeto em meio à temática deste estudo. Ao tomarmos por base que o conteúdo do site Omelete está ligado diretamente com os interesses dos grupos conhecidos como Nerds e Geeks, a proposta deste estudo pretende avançar na construção do acontecimento jornalístico pelo site Omelete, via OmeleTV, através da tematização de seus conteúdos, para o público Nerd e Geek, sistematizado pelo exemplo na cobertura do filme **“Vingadores – Era de Ultron”**. A escolha por Vingadores – Era de Ultron parte da premissa de que é um filme que está inserido dentro da Cultura Nerd e Geek, e é acontecimento jornalístico por reunir nas telas de cinema, pela segunda vez, os Vingadores, após o sucesso do primeiro filme da franquia, *The Avengers – Os Vingadores* (2012). A ideia, portanto, é compreender a construção do acontecimento jornalístico pelo site Omelete, enquanto canal de comunicação segmentada, e Nerds e Geeks como públicos de nicho que vão acompanhar essa construção, enquanto consumidores e espectadores do acontecimento.

Para que se possa compreender a construção do acontecimento nesta perspectiva, este trabalho está dividido em dois momentos teóricos. No primeiro capítulo teórico, a discussão norteadora será compreender a formação da cultura Nerd/Geek – linguagens, apropriação de bens simbólicos, apropriação do ciberespaço – segundo as definições de Matos (2011) e Clemente (2010). A compreensão da formação da cultura Nerd/Geek parte, em um primeiro momento, das conceituações sobre cultura, conforme apontam as propostas de Geertz (1989), Wagner (2012) e Rodrigues (2008), ao entendê-la como um mecanismo de controle criado pelos sujeitos, que possuem

linguagens, valores e características muito próprias. Então, é feita uma reflexão a cerca da cultura global, a partir dos pressupostos de Featherstone (1990), King (1990) e Smith (1990), ao entender a cultura global como uma cultura que permite o reconhecimento e o pertencimento do sujeito em uma cultura globalizada, a partir de índices muito particulares desta determinada cultura. A discussão avança para as conceituações sobre cibercultura e construção de identidades, conforme os trabalhos de Castells (1999), Santaella (2007) e Martino (2014), em que grupos de socialização são criados a partir da cibercultura, para afirmação e construção de identidades. Já o segundo capítulo teórico centra a sua discussão sobre o jornalismo e a construção do acontecimento em públicos segmentados. O movimento que é realizado no segundo capítulo é de compreender as novas formas de comunicação que se apropriam do discurso jornalístico em todas as suas conceituações (jornalismo como forma de conhecimento, comunicação, discurso, construção sócio-histórica), conforme apontam Meditsch (2004), Traquina (2004), Charaudeau (2006) e Franciscato (2005); a construção do acontecimento a partir do seu relato, como apontam Zamin (2012), Fonseca (2010), Benetti (2009) e entre vários contribuintes; seus critérios de noticiabilidade, segundo os trabalhos de Hohlfedlt (2001) e Silva (2005), que a partir da particularidade do processo de segmentação, os critérios são próprios para o nicho; e a formação e recepção do público segmentado na internet, segundo Wolton (2012), Lévy (1996), e Rovida (2010).

A partir destes dois movimentos teóricos, para compreender a construção do acontecimento jornalístico, é necessário apontar os objetivos que vão permear este trabalho. Em uma perspectiva *macro*, este trabalho tem como objetivo compreender de que forma o OmeleTV constrói um acontecimento jornalístico para o seu público de nicho. Em uma abordagem específica, os objetivos que vão margear o objetivo geral deste trabalho são: 1) visualizar a formação de grupos de socialização em rede a partir da cibercultura e da cultura global, sistematizado pelo exemplo da cultura Nerd e Geek; 2) compreender que tipo de jornalismo é produzido pelos canais de comunicação segmentada, através da apropriação do discurso jornalístico; 3) verificar, a partir da apropriação da prática e dos valores em que se ancora o jornalismo, a construção do acontecimento nos eixos culturais específicos dos Nerds e Geeks, e do eixo do próprio jornalismo.

Em função dos objetivos gerais e específicos, e entendendo que a construção do acontecimento se materializa a partir de um fluxo informacional, a aplicação

metodológica deste trabalho será por meio do viés quali-quantitativo, em uma metodologia de Análise de Conteúdo, seguindo os trabalhos de Laurence Bardin (2011), Wilson Corrêa da Fonseca Júnior (2012) e Heloíza Herscovitz (2007). A partir da aplicação do método, elucidado por estes autores, foram criadas duas categorias de análise, sendo uma delas dividida em outras duas subcategorias a fim de contemplar os mais diversos níveis de informação e argumentação que os vídeos do OmeleTV apresentam através dos redatores. São **27** vídeos em análise, em que se deu preferência aos formatos de Bloco e Live, por conta do espaço-tempo de discussão e construção do acontecimento ser maior e contemplativo com relação às 4 categorias de análise criadas.

## **2. Cultura global na *web*: uma aventura no ciberespaço com Nerds e Geeks**

Neste capítulo, a discussão norteadora será sobre a cultura e seus desdobramentos enquanto lugar de construção de identidades e reconhecimento de si. Por esta perspectiva, este capítulo pretende avançar sobre os conceitos de cultura como lugar de pertencimento, sobretudo perante o atual sistema de comunicação mundial, sistematizado, entre outros exemplos, a partir da internet. Em função dos processos globalizatórios, será feita uma discussão de como as culturas rompem fronteiras e se tornam perceptíveis e apropriadas pelos sujeitos que, em contato com elas, se reconhecem e passam a vivenciá-las em suas vidas, somando-se às suas experiências culturais de origem, fomentando a construção de sua identidade.

Tomando a internet como um espaço em que as culturas definitivamente se alastram de forma constante, discutiremos os conceitos de cibercultura e de construção e reconhecimento da identidade dos internautas, ao formar grupos de socialização vinculados aos seus interesses em comum. E sob esta perspectiva, o grupo analisado neste capítulo será o grupo Nerd/Geek, que se tornou um dos grupos cujas manifestações culturais são apropriadas em praticamente todo o território global.

O movimento, portanto, deste capítulo, é reconhecer que uma cultura, quando exposta pela globalização e seus efeitos, conforma espaços em que os sujeitos podem acessá-la e se apropriar de seus índices culturais. O espaço a ser analisado neste trabalho é o espaço da internet, local em que Nerds e Geeks se apropriam e sustentam suas redes de interesses.

### **2.1 Cultura: reconhecimento, pertencimento e participação do sujeito**

“Quando falamos de pessoas que pertencem a diferentes culturas, estamos, portanto, nos referindo a um tipo de diferença muito básico entre elas, sugerindo que há variedades específicas no fenômeno humano” (WAGNER, 2012, p. 38). Essas diferenças culturais, quando colocadas frente a frente, geram o que o autor chama de “invenção da Cultura”, resultado do trabalho de campo do antropólogo, que tem suas particularidades advindas de sua cultura, com a vivência das particularidades da cultura estudada. Esse

processo promove uma terceira cultura, que possibilita ao antropólogo reconhecer a cultura estudada, e olhar para a sua própria cultura. Com isso, é possível também reconhecer e tornar a sua própria cultura como um objeto para investigação.

Ainda que esse capítulo não procure abordar a discussão sobre a “invenção da Cultura”, a proposta de debate promovida por Wagner nos permite compreender a variedade da organização humana, de modo que se possa avançar e discutir como o fenômeno humano estabelece códigos, regras e linguagens, tornando-se, pois, dependentes destas regras. É a partir desta perspectiva que o conceito de cultura será estudado.

Clifford Geertz (1989), importante antropólogo estadunidense, nos provoca a pensar a noção de cultura mais do que um complexo de padrões, tradições, feixes de hábitos. Para o autor, a cultura pode ser compreendida como um mecanismo de controle, e o homem como dependente desse mecanismo, que ordena e controla o seu comportamento em sociedade (1989, p. 56).

Para Geertz, nós somos animais incompletos e inacabados sem a cultura, que é onde nós nos completamos e nos moldamos. Porém, o autor ressalta que não se trata de pensar uma cultura geral, a mesma para todos os indivíduos, mas de compreender a existência concomitante de formas muito particulares de cultura, com linguagens próprias, com significados. Segundo o autor,

Entre os planos básicos para nossa vida que nossos genes estabelecem – a capacidade de falar ou de sorrir – e o comportamento preciso que de fato executamos – falar inglês num certo tom de voz, sorrir enigmaticamente numa delicada situação social – existe um conjunto complexo de símbolos significantes, sob cuja direção nós transformamos os primeiros no segundo, os planos básicos em atividades (1989, p.36).

Nesse mesmo sentido, Roy Wagner compreende que “nossa cultura é um estilo de vida que escolheu traçar as suas distinções convencionais deliberada e conscientemente, em vez de precipitá-las” (2012, p. 190). Ainda segundo Wagner (2012), trata-se de regras que criamos e das quais nos tornamos dependentes. É uma invenção da qual nos tornamos reféns. As suas exigências são inventadas pelos próprios indivíduos que integram essa cultura.

Também para o sociólogo brasileiro José Carlos Rodrigues, as culturas são definidas pelas regras que regulam a sintaxe das relações entre seus elementos, não



somente por seus vocabulários, ou seja, é a dimensão dos significados e simbolismos que a linguagem imprime na cultura. Segundo o autor, “as culturas são análogas às regras dos jogos: definem quais são os jogadores, quais são os apetrechos e metas do jogo, como se devem computar os pontos, que jogadas são permitidas ou proibidas” (RODRIGUES, 2008, p.117).

Para os historiadores brasileiros Kalina Vanderlei Silva e Maciel Henrique Silva (2006), todas as culturas têm uma estrutura própria, mas todas também mudam, são dinâmicas. Há algum tempo, no campo antropológico, era comum, por exemplo, que os pesquisadores reconhecessem modelos culturais mais ou menos “avançados”. Para Silva e Silva (2006) noções como a de culturas “atrasadas” são obsoletos, já que não existem formas de julgamento a partir de um parâmetro de culturas “adiantadas”. É o que Roy Wagner também defende ao falar sobre a existência de uma “relatividade cultural” (2012, p.40), uma vez que cada cultura, apesar de suas particularidades, é equivalente umas às outras. A partir dessa concepção somos capazes de reconhecer que a dificuldade de elaboração de quaisquer sistemas de avaliação de forma ordenada de cultura em seus tipos naturais.

Os grupos constroem seus padrões culturais expressos em linguagens e comportamentos que ordenam as suas vidas na sociedade em que estão inseridos. Segundo Geertz (1989), a cultura pode ser definida como:

[...] padrão de significados transmitido historicamente, incorporado em símbolos, um sistema de concepções expressas em formas simbólicas por meio das quais os homens se comunicam, perpetuam e desenvolvem seu conhecimento em relação à vida (1989, p.103).

Em suma, cada cultura possui seus códigos próprios, suas próprias regras, suas próprias linguagens (verbal e não-verbal), e cada indivíduo de determinada cultura é, de certa forma, peça imprescindível para a manutenção da existência dessas regras que os tornam dependentes destas manifestações culturais. Ainda assim, somos capazes de reconhecer, no contemporâneo, um importante processo de expansão (e até homogeneização) cultural. Esse processo pode ser reconhecido na história recente do ocidente, a partir do desenvolvimento do fenômeno que ficou conhecido como globalização. De modo a compreender a expansão do consumo de bens culturais em escala global e a formação de nichos culturais organizados a partir de interesses

semelhantes, a proposta a seguir é avançar o debate sobre cultura para compreender a formação de uma cultura global.

## **2.2 Cultura global: índices de pertencimento cultural em escala mundial**

Antes de se pensar as culturas na esfera globalizada, é importante destacar aqui os processos históricos que levaram ao desenvolvimento da globalização como a conhecemos nos dias de hoje. Fazendo um pequeno resgate histórico, pode-se perceber que a globalização já se manifestava na época das Grandes Navegações, na Revolução Industrial, nos Imperialismos no século XIX, e entre vários momentos da história, como aponta Carlos Vilas (1999) em seu estudo sobre o processo de globalização<sup>1</sup>.

Muitos historiadores acreditam que foi durante as Grandes Navegações, com a abertura da economia para todo o território global, que a globalização deu seus primeiros sinais de existência. A prática mercantil e colonialista dos países europeus sob territórios inexplorados, e também naqueles que já se consolidavam como colônias europeias, promoviam a formação do capitalismo, base do processo de globalização. Ao se entender a globalização também como um processo cultural, as Grandes Navegações foram pioneiras para que os choques culturais de diferentes sociedades pudessem ser exercidos a partir do processo globalizatório<sup>2</sup>. Segundo Paulo Vargas Groff (2009, p. 2), o colonialismo e as grandes navegações “puseram em contato diferentes culturas que, na busca desesperada por capitais, deram início à escravização de povos, surgindo daí grande parte das minorias hoje existentes”.

Alguns autores, porém, acreditam que a globalização começou na Revolução Industrial, afetando diretamente os setores econômicos, sociais, culturais e tecnológicos da época. Segundo Luiz Carlos da Silva Bistene (2008, p.3), a globalização se caracteriza como,

---

<sup>1</sup> Segundo Carlos Vilas (1999, p. 23), “a globalização é um processo, ou melhor ainda, um conjunto de processos, que vêm desenvolvendo-se com acelerações e desacelerações ao longo dos últimos cinco séculos”. Ainda segundo Vilas, trata-se de um processo ligado diretamente com o desenvolvimento do capitalismo como “modo de produção intrinsecamente expansivo em relação a territórios, populações, recursos e processos e experiências culturais” (1999, p. 25).

<sup>2</sup> Ainda que as “trocas” culturais fossem comuns em diferentes períodos da história, no Ocidente e no Oriente a globalização como um processo sociológico compreende a ampliação em escala global das inter-relações (sociais, econômicas e culturais). A formação do capitalismo e, em sua complexidade, os processos de expansão econômica na Europa nos séculos anteriores à Revolução Industrial (marcadamente presentes no que se denomina como Grandes Navegações), sistematizam com maior precisão os exemplos de um processo de globalização das relações, entre elas também culturais.

[...] uma consequência do processo evolutivo que teve início na Revolução Industrial, gerando uma nova dinâmica de acumulação de riquezas e de evolução tecnológica e cultural, com profundas modificações na evolução da organização social da humanidade.

Para o autor, o conteúdo da globalização passou despercebido por muito tempo. Segundo Bistene (2008), muitos economistas acreditam que foi após a Segunda Guerra Mundial, ou após a Revolução Tecnológica, que a globalização surgiu. Segundo Eric Hobsbawm (2014), a Segunda Guerra Mundial serviu como um mecanismo catalisador dos avanços técnicos, sob custos em que em tempos de paz ninguém teria investido.

Se por um lado, historicamente a prática econômica é o centro da política globalizatória, não se pode esquecer os efeitos culturais promovidos por ela. Para Groff (2009, p. 2), “aqueles países que tinham suas identidades culturais relativamente definidas difundiram-se com grupos culturais distintos, tanto por seus costumes, credos e religiões tanto quanto por suas diferenças biológicas”. Segundo Groff (2009), por se falar em relações sociais, a globalização promove conflitos, tendo culturas vencedoras e vencidas.

Em suma, é importante destacar até o momento que a globalização não é algo recente. Trata-se de um processo lento e gradual que desde as Grandes Navegações ela já se sustentava econômica, social, política e culturalmente nas sociedades mundiais. Porém, foi a partir do pós Segunda Guerra Mundial, com a evolução tecnológica, que o processo globalizatório se firmou e permanece em constante evolução até os dias atuais. Em função disso, muitos pesquisadores entendem e defendem que a globalização, enquanto processo de reestruturação e fortalecimento da economia capitalista, é algo recente.

Entretanto, a ideia deste capítulo é compreender de que forma a globalização influenciou diretamente nas culturas existentes ao redor do globo terrestre, e como as culturas se globalizam cada vez mais, e convergem de forma influente, em função das novas tecnologias de transporte e comunicação. Vale destacar aqui que os conflitos culturais, e a prevalência das culturas mais fortes já vinham acontecendo, como foi visto anteriormente, desde as Grandes Navegações. De lá para cá, foi instituída uma cultura global, que nasce dos choques e das apropriações de uma cultura sobre outras, prevalecendo, algumas vezes, as culturas mais fortes.

Os avanços dos meios de comunicação e dos meios de transporte, bem como o barateamento dos mesmos, em função da evolução tecnológica promovida no pós Segunda Guerra Mundial, as fronteiras culturais, econômicas, sociais e políticas deixaram de cercear os aspectos mais particulares de cada nação e promoveu um encurtamento das relações entre as nações mundiais. Na esfera cultural, a globalização promove uma multiplicidade de convergências culturais, motivadas pelos sistemas de comunicação (televisão, rádio, internet). Como discutido anteriormente, as culturas possuem suas linguagens e códigos próprios, e os indivíduos são sistematicamente formadores e dependentes das culturas nas quais estão inseridos. Segundo Mike Featherstone (1990, p. 17),

As variedades de respostas ao processo de globalização sugerem com toda a clareza que existe pouca perspectiva de uma cultura global unificada; pelo contrário, existem muitas culturas no plural. Não obstante a isso, como destacaram diversos contribuintes, a intensidade e a rapidez dos fluxos da atual cultura global contribuíram no sentido de que o mundo seja um lugar único que proporciona a proliferação de novas formas de cultura para os encontros internacionais.

Para Anthony Smith (1990, p. 189), a cultura global em que vivemos agora, “não está ligada a nenhum lugar ou período”. Segundo Smith (1990), trata-se de uma miscelânea de componentes distintos extraídos de vários lugares, mediados pelos modernos sistemas de comunicação global.

Essa cultura global, segundo Anthony King (1990), é em grande parte um “produto de uma economia política mundial do capitalismo, bem como o resultado dos seus efeitos tecnológicos e de comunicação” (1990, p.434-435). Porém, o autor ressalta que essa cultura globalizadora não atua em paralelo com o processo de globalização, pois ela (cultura global) não exerce, de fato, uma homogeneização cultural em território mundial.

Esse processo de apropriação de características culturais de outras culturas é o que Renato Ortiz (1998) define como mundialização. Segundo o autor,

O processo de mundialização é um fenômeno social total que permeia o conjunto das manifestações culturais. Para existir, ele deve se localizar, enraizar-se nas práticas cotidianas dos homens, sem o que seria uma expressão abstrata das relações sociais. Com a emergência de uma sociedade globalizada, a totalidade cultural remodela, portanto, sem a necessidade de raciocinarmos em termos sistêmicos, a “situação” na qual se encontravam as múltiplas particularidades (1998, p. 30-31).

Ainda segundo Ortiz, a cultura mundializada, ainda que presente em todo o território global, não exerce homogeneização. O autor ainda diz que “para muitos, a ‘aldeia global’ consagraria a homogeneização dos hábitos e do pensamento”, o que para ele se trata de um equívoco.

Por fim, a cultura global, enquanto um processo advindo da globalização trata de uma cultura em que os traços e características de outras culturas são apropriadas e coabitadas na própria cultura em que o sujeito vive. A cultura global é capaz de exercer o reconhecimento do sujeito como parte de um grupo social que irá fornecer sinais de pertencimento a uma determinada cultura, uma vez que estes sinais culturais estão espalhados ao redor do globo terrestre, e são alimentados e apropriados pelos sujeitos em função a comunicação. Nos dias atuais, principalmente, em função da internet.

### **2.3 Cibercultura: relações interconectadas e identidades dos sujeitos na web**

A globalização da cultura motivada pelos avanços tecnológicos dos meios comunicacionais e de transporte promoveu o encurtamento das distâncias culturais e das relações entre indivíduos de contextos culturais diferentes. Apesar das diferentes culturas estarem em constante processo de trocas, viu-se que a concepção de cultura global não exerce homogeneização de práticas e atividades culturais de somente uma cultura. Estas proposições se tornam ainda mais fundamentadas quando se observam as relações estabelecidas com o advento da internet, e todo o seu potencial comunicacional na rede. As relações em rede vêm promovendo o que Manuel Castells (1999) sugere de geração de laços fracos múltiplos. São laços que nascem a partir da socialização e convivência na rede. Segundo Castells, “tanto *off-line* quanto *on-line*, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além os limites socialmente definidos do auto-reconhecimento” (1999, p. 445, destaques originais).

Esses laços estabelecidos via rede podem ser definidos como a estrutura da chamada *cibercultura*. Segundo Luís Mauro Martino (2014, p. 27), a cibercultura é “a reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores, isto é, no ciberespaço”. A cibercultura seria, pois, a cultura que acontece no ciberespaço,

abrangendo a produção humana, seja material, simbólica e intelectual (MARTINO, 2014).

Por ser oriunda da globalização da cultura, a cibercultura não possui um elemento unificador de todas as multiplicidades de perspectivas culturais imersas na rede. Segundo Martino (2014, p. 28), “a cibercultura se caracteriza pela multiplicidade, pela fragmentação e desorganização”. Essa inexistência de um elemento unificador é justificada pelo fato de o ciberespaço ser uma arquitetura aberta, que, para Martino (2014), cresce indefinidamente.

Ao citar os trabalhos de Pierre Lévy (1997), Martino aborda a questão da inteligência coletiva, que seria a capacidade do ciberespaço promover, a partir de inteligências individuais partilhadas, uma rede de conhecimentos que todos possam usufruir.

Com a cibercultura, novas formas de organização em rede se potencializaram ao longo dos anos. As redes sociais (grupos, eventos, páginas específicas), jogos *on-line*, *fandoms*<sup>3</sup>, canais de entretenimento audiovisuais, e diversos outros formatos virtuais de trocas simbólicas em rede podem ser percebidos ao se navegar na *web*. Estes formatos partem de uma organização coletiva em comum, de linguagens e especificidades convergentes entre os internautas que navegam no ciberespaço, que procuram, compartilham e consomem aquilo que lhe são de interesse. Segundo Martino,

[...]se a formação do ciberespaço acontece dentro de um contexto de globalização e hegemonia econômica, por outro lado sua própria arquitetura abre espaços de resistência, diálogo e contra-hegemonia a partir da afirmação de grupos e identidades (2014, p. 52).

As identidades são entendidas por Castells (1999) como o processo de reconhecimento do ator social e a sua construção de significado, tendo por base um atributo ou um conjunto de atributos culturais. Castells explica que afirmar a identidade não está relacionado diretamente com a incapacidade de se relacionar com outras identidades. Trazendo para a realidade da internet, ainda segundo Castells, essa nova forma de comunicação em rede “está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos” (1999, p. 40).

---

<sup>3</sup> Fandom (FAN + KINGDOM) é uma palavra de origem inglesa, que se refere a um conjunto de fãs de determinado tipo de produto cultural, seja ele da música, da televisão, da literatura, do cinema, etc.

Porém, ao falar de cibercultura, se fala de identidades multifacetadas. Segundo Santaella (2007, p. 96),

[...] na era da cibercultura e outras mídias eletrônicas, como fruto de seus efeitos imersivos, já não podemos falar em identificação, visto que esta requer uma distância entre o sujeito e aquilo a que ele pode porventura identificar, algo que as experiências de interatividade não permitem.

Santaella (2007, p. 97) argumenta que a identidade humana, por natureza, é flexível, múltipla. Porém, é no ciberespaço que se pode perceber a evidência dessa proposição. Segundo Stuart Hall (2000, p. 38) “a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento”. Como vimos, a cultura advinda pela globalização é uma cultura sem história, sem memória, sem raízes. É uma cultura que permite que o processo de mundialização, ou seja, apropriação de manifestações culturais sem perder as raízes culturais de origem, seja efetivada. Existe a descentralização e a multiplicação de tipos de realidade que se encontram na sociedade, motivados pela comunicação das novas mídias (Santaella, 2007). Isso porque, no ciberespaço, a multiplicidade de linguagens que o internauta tem acesso é o que promove essa fragmentação identitária. Para Santaella (2007, p. 91), “é através da linguagem que o ser humano se constitui como sujeito e adquire significância cultural”.

O que se quer dizer, em suma, é que as múltiplas potencialidades e espaços no ambiente de *web*, também vêm a promover a fragmentação de uma identidade que o sujeito acredita ter, e que em contato com diversas linguagens, ele se torna um sujeito adaptável, imerso em uma cultura desorganizada e flexibilizada pela própria natureza humana no ambiente virtual.

Porém, aquilo que lhe é de interesse e está disponível na *web* também pode vir a convergir com interesses de outros internautas. As redes sociais, por exemplo, segundo Livia de Pádua Nóbrega (2010, p. 97),

É um espaço de construção dos sujeitos. Um local onde aqueles que se identificam unem-se sob a perspectiva do pertencimento. Pertencer a uma determinada comunidade virtual é compartilhar um mesmo território, os mesmos sentimentos e impressões. É exibir-se da forma que se achar mais conveniente, carregando consigo a segurança de ter ao lado várias outras pessoas que pensam da mesma forma e que assim reforçam o ideal de grupo.

O sujeito, em contato com outros internautas, se organiza de forma descentralizada, em grupos, que promovem trocas simbólicas através da linguagem. Isso não significa que o mesmo está corroborando a identidade que ele acredita que tem, pois como vimos, a fragmentação identitária é da natureza humana. Entretanto, ele está incorporando na rede seus interesses particulares e compartilhando-os com internautas que também participam do mesmo processo de incorporação convergente de interesses.

Sendo o meio virtual um espaço de reconhecimento de si e de compartilhamento de interesses em comum com os demais internautas a partir da formação de grupos de interesses convergentes, será discutido no próximo item deste estudo a formação e a relação de um grupo que, a partir da realidade virtual, cresceu demasiadamente, e se tornou peça fundamental na produção de conteúdos de seus interesses para todo o território global. Isso porque esta cultura que será estudada a partir de agora é, indubitavelmente, uma cultura globalizada: a cultura *Nerd/Geek*.

#### **2.4 Cultura Nerd/Geek: origem do esquisito e ascensão do descolado, no século XXI**

Com o crescente avanço tecnológico, as relações socioculturais que antes eram dadas como incomunicáveis e distantes, hoje se estabelecem de maneira quase que inexorável. A *web* tornou-se um dos grandes canais para o estabelecimento das relações sociais. Com o advento da globalização, e o conseqüente nascimento do ciberespaço, culturas antes dadas como distantes, incompreendidas e até mesmo refutáveis, já não podem ser corroboradas dessa forma em sua totalidade.

E uma dessas culturas será abordada neste capítulo. Ela é o centro de toda a discussão que se pretende avançar nesse trabalho. Suas linguagens, relações e apropriações do meio virtual serão discutidas pontualmente. Trata-se de uma cultura cada vez mais em ascensão. Segundo Patrícia Matos (2011), a tecnologia estaria fazendo este grupo se popularizar cada vez mais. De alvo dos valentões, o esquisito e o segregado virou o descolado, o popular e o reconhecido. Suas linguagens, suas formas de expressão e seus comportamentos hoje são tidos como referências em meio ao avanço tecnológico. Essa cultura é a chamada “Cultura Nerd/Geek”.



Neste subcapítulo, será discutida a cultura nerd/geek em dois níveis: suas origens e sua popularização (bens de consumo, globalização da cultura nerd/geek e apropriação do ciberespaço para trocas simbólicas).

#### 2.4.1 Nerds/Geeks: dos bytes dos computadores para o mundo

Não existe na história qualquer dado referente ao primeiro uso da terminologia *nerd*. Muitos acreditam que a palavra venha das iniciais de *Nothern Eletric Research and Development* (Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento da companhia Northern Eletric do Canadá) em função dos jovens que trabalhavam nos laboratórios da instituição, que ficavam muitas horas em suas pesquisas. Outros fatos históricos já apontam a origem do termo vindo do MIT (*Massachussets Institute of Tecnology*). Segundo Clemente (2010, p. 46), o termo vem da expressão “knurds”, um palíndromo de “drunks”, que em inglês significa “bêbados”. Isso porque, enquanto os demais universitários iam para as festas beber, os “knurds” (*nerds*) ficavam em seus aposentos estudando e pesquisando.

Ao longo dos anos, o termo “*nerd*” passou a ganhar uma conotação extremamente negativa. É comum que se pense que os *nerds* tenham uma inteligência muito superior aos demais, que é esquisito, antissocial, e por conta de suas “esquisitices” (estudos, objetos de consumo, vestuário fora de moda), eles não são tão sociáveis e populares perante as pessoas ditas “normais”. Segundo Madeira (2014, p.6), apesar das dificuldades de socialização com as pessoas estranhas, as relações entre os próprios *nerds* são melhores e mais desenvoltas. Ao contextualizar para a realidade brasileira, para designar um *nerd* usa-se a expressão CDF (cabeça de ferro). Entretanto, segundo Patricia Matos (2011, p. 22) “O termo CDF pode ser considerado sinônimo de *nerd*, mas a cultura *nerd*, como se configura nos dias de hoje, não está relacionada exclusivamente ao desempenho escolar, sendo admissível até que um *nerd* não tenha boas notas”.

Este termo, porém, entra em contraste com a designação de *geek*, um conceito de *nerd* mais descolado e popular, cujas atenções são voltadas a tecnologia e *gadgets*<sup>4</sup>. Ainda segundo Patricia Matos (2011), no Brasil estes dois conceitos não possuem muita diferenciação. Eles só entram em contraste quando se enfatiza o gosto e conhecimento

---

<sup>4</sup> Gadgets são equipamentos e dispositivos eletrônicos portáteis como smartphones, palmtops, MP3 player e etc. Quando trabalhados na interface de sistemas operacionais, os gadgets podem ser também pequenos softwares que agregam funcionalidades ao sistema operacional.

de tecnologia, característica mais nítida em *geeks*. Ainda que o termo *geek* tenha se popularizado muito mais nos dias atuais, a origem dele está lá no passado. O *geek*, segundo Clemente (2010, p. 46),

[...]era aquele cara estranho das praças de Londres de meados de 1890 que fazia coisas estranhas para gente estranha que estranhamente gostavam e pagavam para ver alguém comendo um inseto vivo ou coisa pior. Assim, quando surgiu o “bug do milênio” – alguém ainda lembra dele? – os comedores de insetos (ou bug geeks) foram chamados para resolver esse problema que deixava os nerds arrepiados até a última molécula de acetato de seus óculos.

Hoje, o termo *geek* se confunde muito com *nerd*, mas é justamente o seu apelo popular e seu gosto por tecnologia que o diferencia do *nerd*. Porém, o que os tempos mais próximos dos dias atuais nos mostram é justamente essas duas culturas sendo cada vez mais visadas, popularizadas e em constante crescimento. E é essa popularização que será abordada agora.

#### 2.4.2 A época boa para ser nerd é agora

O crescente avanço tecnológico, principalmente aqueles concentrados no Vale do Silício, nos Estados Unidos, reconfigurou a imagem do *nerd* lhe garantindo prestígio (Matos, 2011, p. 27-30). Ele passa a exercer uma função imprescindível no ciclo tecnológico e econômico dos Estados Unidos, sendo visado em vários lugares do mundo.

Ademais, os bens de consumo dos *nerds* e *geeks* também passaram a se popularizar. Conhecido por seu grande interesse em boas narrativas, os *nerds* e *geeks* as encontravam em Histórias em Quadrinhos, livros, filmes, animações, etc. Clemente (2010, p. 47) sugere que os livros de ficção, com narrativas de magia e histórias fantásticas, com significados e enredos mais complexos, são os que atraem o gosto dos *nerds* e *geeks*. Histórias em Quadrinhos, popularizados pela Marvel Comics e DC Comics também fazem parte deste cenário. Os games, bens culturais muito consumidos por *nerds* e *geeks*, principalmente aqueles que se utilizam de plataformas *on-line*, através do modelo MMORPGS<sup>5</sup>, estão em uma crescente onda de apropriação e consumo, se popularizando ainda mais.

---

<sup>5</sup> Massively Multiplayer Online Rolling Play Game é uma plataforma de jogos on-line que permite que vários jogadores, na internet, interajam, ao criar e viver seus próprios personagens.

Mas foi na indústria cinematográfica que o jogo começou realmente a virar. Um crescente número de adaptações de obras literárias e de quadrinhos para a sétima arte começaram a ser produzidas, levando milhares de pessoas às salas de cinema. O avanço dos recursos de efeitos especiais promoveu a produção em larga escala de filmes adaptados das histórias fictícias que eram (e ainda são) consumidas por *nerds* e *geeks*. As sagas de *Star Wars*, *Star Trek*, a trilogia do *Senhor dos Anéis*, a saga de *Harry Potter*, os *universos cinematográficos da Marvel Studios e Warner/DC* e entre várias outras histórias fictícias fizeram e ainda fazem parte do cenário atual. E o sucesso destas narrativas são realmente absolutos que, hoje, ao consultar os dados oficiais das maiores bilheterias mundiais<sup>6</sup>, o Top 10 pertencem a, pelo menos, 6 filmes que são gosto dos *nerds*, sendo 3 deles, com a temática voltada para os super-heróis<sup>7</sup>. A popularização dos super-heróis dos quadrinhos para as telas de cinema se deu de tal forma que, até 2020, pelo menos 29 filmes de super-heróis vão ser produzidos, como mostra a tabela abaixo (Tabela 1):

**Tabela 1 - Lista com a projeção de produção de filmes de super-heróis até 2020**  
**Fonte: Site O Supernerd e Omelete<sup>8</sup>**

<b>ANO DE 2016</b>	<b>FILME</b>
11 de fevereiro	Deadpool (Fox)
24 de março	Batman vs Superman (Warner Bros.)
5 de maio	Capitão América: Guerra Civil (Marvel Studios)
26 de maio	X-Men: Apocalipse (Fox)
4 de agosto	Esquadrão Suicida (Warner Bros.)
3 de novembro	Doutor Estranho (Marvel Studios)
<b>ANO DE 2017</b>	<b>FILME</b>
2 de março	Wolverine 3 (Fox)
4 de maio	Guardiões da Galáxia 2 (Marvel Studios)
22 junho	Mulher-Maravilha (Warner Bros.)
26 julho	Homem-Aranha (Sony/Marvel Studios)
2 de novembro	Thor: Ragnarok (Marvel Studios)
16 de novembro	Liga da Justiça Parte 1 (Warner Bros.)
<i>Data a ser definida</i>	Gambit (Fox)

(continua)

<sup>6</sup> Dados do site especializado em estatísticas de cinema, Box Office Mojo. Disponível em <<http://www.boxofficemojo.com/alltime/world/>>. Acesso em julho de 2015.

<sup>7</sup> Ranking dos filmes com temática de super-herói, no Top 10 das maiores bilheterias mundiais: 4º lugar: The Avengers (2012); 6º lugar: Avengers – Age of Ultron (2015); 9º lugar: Iron Man 3 (2013).

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://osupernerd.com.br/cinema/calendario-de-filmes-marvel-e-dc/>> Acesso em 24 de jul. 2015 e em <<http://omelete.uol.com.br/filmes/noticia/homem-formiga-e-vespa-marvel-anuncia-sequencia-e-mais-tres-filmes-na-fase-3/>> Acesso em 27 de out. 2015.

(continuação)

Tabela 1 – Lista com a projeção de produção de filmes de super-heróis até 2020

<b>ANO DE 2018</b>	<b>FILME</b>
15 de fevereiro	Pantera Negra (Marvel Studios)
22 de março	The Flash (Warner Bros.)
3 de maio	Vingadores: Guerra Infinita Parte 1 (Marvel Studios)
6 de julho	Homem-Formiga e a Vespa (Marvel Studios)
20 de julho	Homem-Aranha – longa animado – (Sony)
26 de julho	Aquaman (Warner Bros.)
<b>ANO DE 2019</b>	<b>FILME</b>
7 de março	Capitã Marvel (Marvel Studios)
4 de abril	Shazam! (Warner Bros.)
2 de maio	Vingadores: Guerra Infinita Parte 2 (Marvel Studios)
14 de junho	Liga da Justiça Parte 2 (Warner Bros.)
11 de julho	Inumanos (Marvel Studios)
<b>ANO DE 2020</b>	<b>FILME</b>
3 de abril	Ciborg (Warner Bros.)
30 de abril	<i>Título do filme do Marvel Studios ainda a ser divulgado</i>
19 de junho	Green Lantern Corp (Warner Bros.)
9 de julho	<i>Título do filme do Marvel Studios ainda a ser divulgado</i>
5 de novembro	<i>Título do filme do Marvel Studios ainda a ser divulgado</i>

(conclusão)

O crescimento do prestígio do *nerd* em função de suas habilidades intelectuais a serviço da tecnologia, a relação do *nerd* e do *geek* com o consumo de bens simbólicos e a popularização destes bens, os fizeram cada vez mais ganhar o apelo popular. A sua participação na evolução tecnológica, aliado a popularização dos seus bens de consumo os tornaram cada vez mais populares, sendo cada vez mais visados e procurados como fontes de informação e opinião sobre todo o contexto que envolve questões voltadas à tecnologias, *games*, Histórias em Quadrinhos, livros ficcionais, filmes adaptados de suas literaturas de preferência, enfim, todo o aparato de conhecimento e de bens que pertencem ao círculo de interesses dos *nerds* e *geeks*.

A cultura *pop*<sup>9</sup>, que margeia os interesses *nerds* e *geeks*, estabelecem formas de fruição e consumo, em que constrói um senso de afinidade e convergência de interesses,

<sup>9</sup> Cultura pop, segundo Thiago Soares (2013, p. 2), é o “conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que tem como gênese o entretenimento; se ancora, em grande parte, a

situando os indivíduos em uma esfera transnacional e globalizante, conforme aponta Thiago Soares (2013, p.8). Isso justifica o fato de que os produtos da cultura *nerd/geek* sejam reconhecidos e apropriados ao redor de todo o planeta, ao circularem na esfera midiática, havendo, pois, a sensação de pertencimento global pelos sujeitos que consomem tais produtos. Por exemplo, uma pessoa pode se sentir inserida no contexto global ao consumir uma HQ do Homem-Aranha, porque trata de um personagem/produto midiaticamente construído e circulado em todo o território global. Ainda que ela não faça parte do universo cultural específico da narrativa, e nunca tenha partilhado a experiência de viver nos Estados Unidos (ou viver como um norte-americano, por exemplo), ela reconhece valores que circulam no universo da personagem e acionam conhecimentos compartilhados sobre o modo de vida dos super-heróis norte-americanos. Como vimos anteriormente, segundo Santaella (2007), é por meio da linguagem que o indivíduo se constitui como sujeito e adquire significância cultural. Ele adquire tal significância porque também possui uma identidade construída a partir de suas experiências de vida, em contato com outras formas particulares de cultura. E nesse sentido, pode-se pensar o fato de porquê esses produtos de interesses de *nerds e geeks* os ajudam a se popularizarem mundialmente, cada vez mais.

Entrementes, não se pode dizer que, ao se consumir um produto de interesse *nerd/geek*, que é mundialmente popularizado, uma pessoa é um *nerd/geek*<sup>10</sup>. Segundo Patricia Matos, para um indivíduo ser *nerd/geek*, no contexto atual, em que o termo *nerd* passa por um processo de ressignificação, ele precisa ser “entre outras coisas, um aficionado por determinado assunto, seja histórias em quadrinhos, jogos de computador, história, ciência e até mesmo esportes” (2011, p. 47).

É uma cultura da curiosidade, da troca de referências, do repertório (sub)cultural e da expertise e onde o custo de entrada diminui a medida que essa cultura se populariza e podemos perceber que há conflitos e mudanças em curso no que diz respeito a subjetividade *nerd* (MATOS, 2011, p. 47).

---

partir de modos de produção ligados às indústrias da cultura (música, cinema, televisão, editorial, entre outras) e estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante”.

<sup>10</sup> É comum, por exemplo, que produtos das franquias dos super-heróis ou das histórias de fantasia sejam apropriados pelos mais diversos públicos. Parte considerável do sucesso de bilheteria dessas narrativas originalmente consumidas pelos nichos *nerd/geek* se dá, exatamente, pela sua capacidade de multiplicar públicos a partir de nichos distintos – são capazes de se tornar narrativas universais. Ainda assim, defendemos a necessidade de compreender a expressividade dessas narrativas a partir da compreensão do reposicionamento sócio-cultural e econômico deste nicho específico, o *nerd/geek*.

Por fim, *nerds* e *geeks*, em função de sua curiosidade por temas de seus interesses, também se organizam no ciberespaço, lugar onde eles se popularizam cada vez mais, e criam canais de comunicação como blogs, vlogs e sites especializados, a fim de noticiar, divulgar, “caçar *easter-eggs*”<sup>11</sup> e compartilhá-los, e produzir conteúdos que pertencem ao seu nicho de interesses, como visto acima. Se o custo de entrada para ser nerd/geek se tornou cada vez mais rarefeito, é no ciberespaço que eles mostram a sua verdadeira identidade: o indivíduo que dedica tempo, atenção, entrega e curiosidade em seus assuntos de interesse, para compartimentalizar e compartilhar na rede suas impressões, sugestões e opiniões sobre tais assuntos, a fim de que mais *nerds* e *geeks* tenham acesso a tais impressões.

No próximo capítulo discutimos as implicações específicas deste cenário a partir de um panorama de conteúdo informativo pela dinâmica da segmentação, e como a partir desse processo de produção informativa “nichada” se estabelece a construção de um acontecimento jornalístico.

---

<sup>11</sup> Expressão em inglês para “ovos de Páscoa”. É usada no meio virtual, e tratam-se de referências que são encontradas pelos “caçadores”, em músicas, filmes, séries, games e etc. Essas referências podem ser pessoas, produtos, lugares etc.

### 3. O acontecimento jornalístico: perspectivas teóricas e segmentação do público

Neste capítulo, pretende-se explorar as transformações na prática jornalística a partir de uma discussão mais detalhada sobre a construção do acontecimento jornalístico, considerando a conformação dos espaços de circulação segmentada de informações, sob a perspectiva dos formatos, da sociabilidade criada a partir desses nichos informacionais, e como esse fluxo de conteúdos produzidos por canais de informação de nicho possibilitam a construção de um acontecimento jornalístico. Para isso, é necessário compreender de qual jornalismo estamos falando em uma breve explicação, e como esse jornalismo vem sendo transformado por conta da emergência das novas mídias, com o advento do jornalismo digital. Com isso, será possível discutir jornalisticamente as perspectivas acontecimentais e de segmentação de público.

#### 3.1 De que jornalismo estamos falando?

O jornalismo, em uma instância institucional, é visto de diversas formas. Todas elas são conceituadas partindo do pressuposto de que a sua prática levanta hipóteses que o compreendem não apenas em um, mas em diversos níveis. Em função do tipo de abordagem teórica que se pode pensar o jornalismo, pode-se discuti-lo, como objeto, a partir diferentes perspectivas, pois o jornalismo é um objeto complexo.

O jornalismo é uma **forma de conhecimento** (GENRO FILHO, 1992; MEDITSCH 2004), porque trabalha com a relação universal/singular. O jornalismo seria, pois, uma forma social de conhecimento. Um conhecimento cristalizado no singular (2004, p.29). Ele se sustenta por atribuir relevância ao singular, e tem como matéria-prima os acontecimentos. Segundo Rodrigues (1993, p. 27) acontecimento “é tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história”, ou seja, o singular perante o universal. Quando se admite o jornalismo como uma **forma de comunicação** (TRAQUINA, 2004), é possível reconhecer que ele se sustenta a partir de um *ethos* específico, enraizado por valores próprios e por constrangimentos profissionais, cujos ideais de liberdade e objetividade são partilhados para a afirmação da profissão. O jornalismo também pode ser **discurso** (CHARAUDEAU, 2006; BENETTI, 2007). Segundo Patrick Charaudeau (2006, p. 67),

A situação de comunicação é como um palco, com suas restrições de espaço, de tempo, de relações de palavras, no qual se encenam trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico. Como se estabelecem tais restrições? Por um jogo de regulação das práticas sociais.

Ainda segundo Charaudeau, essas restrições não são submetidas somente pelos locutores, mas também pelos interlocutores/destinatários. E são nessas situações de troca que os sentidos dos discursos são concebidos (2006, p. 68). Pode-se dizer que o discurso é resultado das circunstâncias em que se fala, da identidade de quem fala e daquele a quem se dirige, e da relação de intencionalidade que liga o locutor e o interlocutor (2006, p.68-69). A informação, portanto, seria um processo de produção de discurso, pois informar não é selecionar somente conteúdos, mas efeitos de sentido para influenciar o outro. “[Ao discurso jornalístico] cabe hierarquizar os sentidos e valores. A ele cabe preconizar as condutas. Cabe preconizar modos de falar e, ainda mais, cabe-lhe separar o que é dizível e o que é indizível” (BUCCI, 2003, p.12).

Esses e outros conceitos mostram que as definições do jornalismo em sua perspectiva institucional são diversas, dependendo da abordagem que se pretende estudar. Para Franciscato (2005), o jornalismo possui características que perpassam muitas das formas sócio-históricas de sua constituição (2005, p. 166). O autor enumera oito dessas características que são: a) princípios que singularizam a prática e o produto jornalístico (ideia de verdade e de real, fidelidade ao real, produtos que dão a capacidade de vivenciar o tempo presente); b) legitimidade social historicamente fundada que reconstrói discursivamente o mundo, através da fidelidade do seu relato e os fatos cotidianos; c) atua em um ambiente que limita suas capacidades de produção em função de um contexto espaço-temporal; d) seus formatos são o produto de modelos históricos de desenvolvimento da cultura, da economia, da política e da tecnologia; e) o seu texto não é resumo, mas sim um recorte da realidade, através da descrição e interpretação do jornalista e sua equipe; f) existência de um diálogo entre a instância da produção e da recepção; g) trata-se de um trabalho que oscila entre o autoral e coletivo (no primeiro caso existe a subjetividade do autor, e no segundo caso o trabalho em equipe significa a divisão da produção e das decisões entre vários profissionais); h) o seu produto é de uso público, pois ele rompe a esfera dos laços de intimidade da vida privada (FRANCISCATO, 2005, p. 166-169).

Ao enumerar essas características, Franciscato (2005) reconhece o jornalismo sob suas perspectivas práticas e institucionais, em todos os seus níveis e nichos de



produção. O jornalismo precisa ser reconhecido, portanto, a partir de sua dupla condição: é, ao mesmo tempo, uma prática profissional (com valores e técnicas específicas, historicamente formadas) e uma instituição socialmente reconhecida como lugar de mediação de diferentes discursos sociais.

Porém, com o advento da *web*, novas práticas de produção jornalística passaram a ser cada vez mais frequentes no ciberespaço. Esse ciberespaço abre a possibilidade de uma fragmentação social, em que os internautas buscam na *rede* seus interesses particulares, retirando do jornalismo o seu potencial de convergência da atenção pública para os assuntos comuns (2005, p. 230). Dominique Wolton (2012) entende que o rádio, a televisão e os jornais se revelam mais democráticos que os meios on-line, por terem como característica a atuação no universal, em que a informação é dirigida para todos, e o acesso é menos segregativo, diferentemente da realidade da internet. Segundo Franciscato, ao citar os trabalhos de Nerone e Barnhurst (2001), a *web* oferece duas situações, no que se refere à produção de conhecimento especializado: a popularização de conteúdos de nichos que pouco tem acesso a outras mídias, e a redução do jornalista como mediador no controle do percurso de leitura (2005, p. 230).

É importante ressaltar que o processo de produção de informação na internet, sob a perspectiva de nicho, nem sempre é organizado profissionalmente ou pelo o que se pode considerar como jornalismo. Entretanto, no ciberespaço, muitos conteúdos de nicho tem se ancorado nos valores e nas práticas da instituição e da atividade jornalística, respectivamente, para se legitimar. É explorado, portanto, o reconhecimento social do gênero discursivo que se ancora o jornalismo. Podemos citar o caso da construção de *blogs*, *vlogs* e sites especializados, que tem cada vez mais se apropriado dos valores e das práticas jornalísticas, pois reconhecem que elas lhes garantem legitimidade. Os valores-notícia, por exemplo, orientam a prática jornalística, como aponta Martino (2014). Ao trazer para a realidade dos *blogs*<sup>12</sup>, Martino afirma que,

[...] O autor do blog, ao se pautar, já seleciona as informações das quais pretende tratar e, como resultado, escolhe os critérios de seleção de notícias conforme a sua ética particular – e, nesse sentido, pode dar espaço para temas distantes das pautas nas empresas de comunicação (2014, p. 172).

---

<sup>12</sup> Aqui, vale destacar que nem toda a informação que é produzida nesses locais de produção de conteúdo segmentada se enquadra como jornalismo. Porém, se trata de uma prática que carrega consigo os valores e as práticas do jornalismo, em sua essência, para que seus conteúdos tenham legitimidade para o público para qual ele dirige. É uma forma de produzir informação com um tempo diferente, com uma forma de produção diferente, mas busca nos valores e atividades tradicionais do campo, uma forma de se manter e dialogar com os públicos segmentados.

Esses critérios só existem porque o jornalismo trabalha com acontecimentos. Sem os acontecimentos, não existe notícia. É o campo jornalístico que vai definir, através dos seus critérios de noticiabilidade, quais acontecimentos devem ou não ser veiculados. É a partir do acontecimento que o jornalismo começa a agir. É a partir do acontecimento que o jornalismo vai o ressemantizar em notícia. E é o acontecimento que será discutido a partir de agora.

### **3.2 A falha da normalidade: o Acontecimento Jornalístico**

Inúmeros estudos referentes à teoria do acontecimento são feitos no campo da comunicação, em especial, o jornalístico. São diversas hipóteses que procuram fundamentar o conceito de acontecimento e suas implicações no jornalismo, que se utiliza de sistematizações do seu campo para transformar acontecimentos cotidianos em acontecimentos jornalísticos e, posteriormente, em notícias. Frederico Tavares e Christa Berger (2009) visualizam o acontecimento em dois planos: o acontecimento que é vivido no cotidiano, e o acontecimento jornalístico. O primeiro é entendido na esfera da História, da Filosofia, e das Ciências Humanas como um todo, servindo de base para estudos e investigações, “tangenciando reflexões que perpassam uma relação com o tempo, objetivo e/ou (inter)subjetivo” (2009, p. 2) Em contrapartida, é acontecimento jornalístico aquele que está dentro da perspectiva de compreendê-lo dentro de sua representação midiática, como objeto. É a sistematização do campo do jornalismo, que se aporta das formas de notícia e de linguagens do jornalismo para construir o acontecimento (2009, p. 2-3). Porém, Berger e Tavares entendem ser impossível separar de forma categórica a reflexão sobre estes dois tipos de acontecimentos.

Segundo Ângela Zamin (2012), o acontecimento é um dos conceitos fundamentais do campo jornalístico, e que é “tramado por meio de aproximações e distinções a acepções de outras áreas: acontecimento na História, acontecimento na Filosofia, na Arte, na Sociologia, na Antropologia, etc.” (2012, p. 81). Mas é o campo do jornalismo que ressemantiza o termo, que o envolve em complexas cadeias de significados, que configuram, pois, um diferente e novo estatuto para acontecimento, segundo os interesses do campo (2012, p. 81). É o que Louis Queré (2005) busca trazer em seus estudos, ao dizer que o acontecimento possui um caráter inaugural. Segundo o

autor, ele não apenas marca o início de um processo, mas o fim de uma época e o começo de outra (2005, p.3) É essa nova época, um novo processo, o fim de um processo já existente que faz o acontecimento ser sistematizado pelo jornalismo e transformado em notícia.

Zamin (2012) visualiza o acontecimento como a irrupção, a falha, a desordem das coisas e rotinas do mundo (2012, p. 82). Entretanto, segundo a autora, essa ruptura está ligada a uma excepcionalidade gerada, enquanto que o acontecimento necessita ser percebido, visto, nomeado. É o que Patrick Charaudeau (2006) compreende do acontecimento, que é construído em três etapas: a modificação do estado natural das coisas do mundo, a capacidade dos sujeitos que percebem estas mudanças, e a compreensão do sujeito dessa cadeia de significados. Nesse sentido, Miquel Alsina (2009) enumera três premissas sobre o acontecimento:

1) Os acontecimentos são gerados através de fenômenos que são externos ao sujeito. 2) Mas os acontecimentos não fazem sentido longe dos sujeitos, pois são eles os que lhes conferem sentido. 3) Os fenômenos externos que o sujeito percebe tornam-se acontecimentos por causa da ação deste sobre aqueles. Os acontecimentos se compõem das características dos elementos externos nos quais o sujeito aplica seu conhecimento. (2009, p. 114).

O meio midiático é onde os acontecimentos ganham vida, são revelados, pois os mesmos carecem de relatos. Zamin (2012), citando Verón (2002), entende que é por meio da linguagem que o acontecimento se materializa. É o meio midiático que, segundo Alsina (2009) nos aproxima dos fatos de uma maneira diferenciada, completa, com diferentes pontos de vista, e nos aproxima até onde o olho humano não permite (2009, p. 130). O discurso jornalístico fundamenta o acontecimento em acontecimento jornalístico. Segundo Zamin, “acontecimento torna-se acontecimento jornalístico por uma construção discursiva que busca estabelecer o contexto da sua emergência, explicar-lhe o sentido” (2012, p. 88).

O acontecimento jornalístico, para Fonseca (2010) “é um acontecimento de natureza especial, que se distingue do número indeterminado dos acontecimentos, em função de uma hierarquia, de uma classificação, ou de uma ordem ditada pela lei das probabilidades” (2010, p. 174). Segundo Márcia Benetti (2009), o acontecimento jornalístico é compreendido a partir de uma concepção positiva ou funcional da história,

sendo aquilo que se destaca, “o excepcional em relação ao comum, o desvio em relação à norma” (2009, p.3).

Essas sistematizações definidas pelo jornalismo para avaliar o que é notícia são os chamados critérios de noticiabilidade. É através deles que o jornalismo, enquanto lugar de produção noticiosa vai atribuir ao acontecimento um caráter noticioso. E são os critérios de noticiabilidade que serão estudados a partir de agora.

### **3.3 Os critérios noticiabilidade e a relação espaço-tempo na internet**

Reconhecer, entre os diversos acontecimentos cotidianos, o que é notícia, é um dos saberes técnicos do jornalismo. Como visto anteriormente, o jornalismo lança mão de sistematizações de seu campo para definir que determinados acontecimentos sejam considerados notícia. Esse conhecimento específico do campo é chamado de critérios de noticiabilidade. Trata-se de um processo que foi constituído historicamente ao longo da construção da prática profissional jornalística, e se estende até os dias atuais. Segundo os trabalhos do historiador Mitchell Stephens (apud TRAQUINA, 2005), após realizar uma pesquisa em três épocas distintas da história humana, percebeu que estes critérios praticamente não mudaram. Mas, então, o que são os critérios de noticiabilidade?

Segundo Antonio Hohlfeldt (2001, p. 209), são regras práticas inserida em um *corpus* de conhecimento profissional, nas quais justificam a transformação de um acontecimento em notícia. Felipe Pena (2005) entende que se trata de uma cultura própria em que os jornalistas se valem para definir o que deve ou não ser noticiado. Para Gislene Silva (2005, p. 96), trata-se de um fator que implica no processo de produção de notícia, que compreende os julgamentos pessoais do jornalista, a cultura profissional da categoria, as condições da empresa de mídia, a qualidade do material (imagem e texto), a relação com as fontes e com o público, fatores éticos, e questões históricas, políticas, econômicas e sociais. Para Hohlfedlt (2001), a noticiabilidade está vinculada aos valores-notícia, que são, segundo o autor,

[...] conjunto de elementos e princípios através dos quais os acontecimentos são avaliados pelos meios de comunicação de massa e seus profissionais em sua potencialidade de produção de resultados e novos eventos, se transformados em notícia (2001, p. 208).

Nelson Traquina (2005) divide os critérios de noticiabilidade em duas categorias: os critérios substantivos e os critérios contextuais. Os critérios substantivos são aqueles que dizem respeito à **natureza dos acontecimentos**. Para Traquina, ao elaborar sua própria lista de valores-notícia, os critérios substantivos são: morte, notoriedade, proximidade, relevância, tempo, novidade, notabilidade, conflito, infração (2005, p. 79-85). Já os critérios contextuais englobam as **condições da produção noticiosa**. O autor estabelece que a disponibilidade/facilidade da cobertura do acontecimento, a visualidade (boas imagens da cobertura), a concorrência (ter mais que o jornal concorrente), o equilíbrio (valorizar e equilibrar todos os cadernos e editoriais de um jornal) e o dia noticioso (a ocorrência de um mega-acontecimento perante aos diversos acontecimentos do dia) são os valores-contextuais.

Assim como Traquina e diversos contribuintes, Hohlfeldt (2001, 209-212) conceitua e define algumas características para que um acontecimento seja tratado como notícia: importância, interesse, atualidade, impacto, quantidade de pessoas envolvidas, e etc. Ana Estela de Sousa Pinto (2009, p. 60), lista algumas características utilizadas pelos grandes jornais para definir a importância de uma notícia, como o ineditismo (informações inéditas), improbabilidade (notícias menos prováveis), apelo (notícia que desperta a curiosidade) e etc. Essas e outras definições do que seja notícia trata-se, portanto, de uma cultura da profissão jornalística, de uma competência profissional (ainda que pareça instintiva), que reconhece, a partir dos acontecimentos do cotidiano, o que deve ser notícia.

Quando se lança a luz sobre o jornalismo generalista, é possível visualizar que, em função do seu limite físico e temporal, existe uma impossibilidade de publicar todos os acontecimentos que são tratados como notícias pelo campo jornalístico. E em função disso, os jornalistas precisam, portanto, estabelecer uma hierarquia entre os acontecimentos. Aqueles que são mais importantes do que outros, deverão estar presentes no jornal. Entretanto, ao observarmos o modo de produção do jornalismo segmentado, cujo espaço-tempo é aberto e sem restrições, se altera a percepção sobre os critérios de noticiabilidade. Isso acontece, por exemplo, no jornalismo segmentado na internet, cuja arquitetura é aberta e indefinida (MARTINO, 2014).

Ao analisarmos o jornalismo segmentado que acontece no ciberespaço, é possível perceber que a intensidade da cobertura muda, a partir do momento em que determinados valores-notícia são mais favorecidos do que outros, uma vez que a sua

produção é desenvolvida a partir de um mesmo tema, de uma mesma abordagem, de um mesmo nicho de conteúdo.

É a partir destes nichos que o jornalismo se reorganiza, pensa seus critérios de noticiabilidade, avalia segundo estes critérios a potencialidade de determinado acontecimento ser enquadrado como acontecimento jornalístico, e posteriormente, em notícia, para o seu público segmentado. Segundo Benetti,

O jornalismo, ao adotar a concepção positiva e funcional de uma história compacta, linear e consensual sobre o que seja a norma e o que seja o desvio, utiliza a mesma lógica para supor os interesses de seus públicos e, com base nestes supostos interesses, orientar o próprio olhar sobre o que seja o acontecimento jornalístico (2009, p.5).

Esse ciclo entre leitor e notícia, alimentado por lógicas pertencentes ao discurso jornalístico, em uma perspectiva “acontecimental”, tipifica o acontecimento em uma lógica que também lança um olhar para o público imaginado.

### **3.4 Um olhar sobre o público: segmentação sob as lógicas do ciberespaço**

A emergência do ciberespaço e suas potencialidades vêm produzindo diversos fenômenos na sociedade. Um deles é discutido pelo filósofo francês Pierre Lévy (1996). O autor, ao discutir as potencialidades do ambiente de *web*, mostra que o ciberespaço é capaz de gerar uma inteligência coletiva, sob o aspecto democrático dos meios on-line, em que informações e conhecimentos, quando partilhados na internet, fomentam não só a formação de uma inteligência pessoal do internauta, mas a sua participação na constituição de uma inteligência coletiva. Este pensamento, entretanto, tem levado a alguns contrapontos de alguns autores que também estudam o ciberespaço. Um deles é o sociólogo francês Dominique Wolton (2012). O autor entende que as novas mídias, que segundo ele são concebidas a partir de sua autonomia, o domínio e a velocidade, permitem a formação de nichos de conteúdo, de segmentação de público, provocadas pelo distanciamento das pessoas, em função do estabelecimento de desigualdades socioculturais. Esse processo informacional sem regras, obrigações, e partindo da ideia de um segmento específico de conteúdos que interessam um segmento da comunidade on-line, o autor chama de “solidões interativas”. As demandas dos públicos acabam, pois, fragmentando os internautas em pequenas comunidades que partilham entre si,

conteúdos específicos de seus interesses, não contribuindo para a construção de uma inteligência coletiva.

Em um conceito previamente trabalhado pela lógica do jornalismo impresso de revistas, mas que vem sendo apropriado por diversos suportes (rádio e a televisão), o da segmentação de público, vem sendo também utilizado no universo on-line. Hoje, é possível visualizar que o ciberespaço tem sido configurado sob uma perspectiva cada vez mais focada e direcionada em um nicho de conteúdos para um nicho de internautas. Os ambientes virtuais, por conta de suas múltiplas possibilidades na apresentação da forma do conteúdo bem como os sentidos enraizados nos discursos dos próprios conteúdos veiculados no ambiente digital, vêm nichando cada vez mais o público internauta, que procura, sob suas lógicas de interesses, aquilo que mais lhes agrada. São nestes nichos de público que são criados canais de comunicação de especialização. O nicho Nerd/Geek, exemplificado neste trabalho, ao se socializarem em rede, apropriam-se do ciberespaço para criar canais de comunicação para a produção de informação, segundo os seus interesses.

Como visto anteriormente, esses canais de comunicação de nicho se apropriam do discurso jornalístico enquanto instituição e prática e promovem um jornalismo de forma segmentada. Segundo Rovida (2010), o Jornalismo Segmentado é concebido da seguinte forma:

[...] é um tipo de comunicação jornalística focado em grupos sociais específicos formados com base em um interesse comum que, em geral, se relaciona a temas profissionais. O Jornalismo Segmentado é apresentado em veículos com distribuição dirigida. O texto desse tipo de comunicação jornalística apresenta aspectos de proximidade com o público-alvo e traz características que contradizem os preceitos de pluralidade encontrados no jornalismo de informação geral. Dessa forma, os veículos segmentados são voltados para públicos restritos, trabalham com uma lógica de proximidade com o público, possuem uma periodicidade mais flexível e, portanto, não há uma ênfase na atualidade, mas sim no aprofundamento objetivando a informação, a interpretação e a formação do público (2010, p. 75).

A partir desta perspectiva, a existência de um jornalismo destinado para um público-alvo permite a construção e o aprofundamento dos conhecimentos de interesses particulares. Rovida (2010) visualiza esta perspectiva sob dois aspectos: a especialização temática e a intensificação dessa especialização segundo as necessidades dos públicos (2010, p. 77). Trata-se, pois, de uma nova forma de fazer jornalismo. Segundo Thomaz Souto Corrêa (1985, apud MIRA, 2001, p. 148) “segmentar o mercado é

identificar interesses e desejos do público leitor, é saber detectar as tendências e comportamento do mercado”.

É a partir destes conceitos norteadores de segmentação de conteúdo e de público que é possível visualizar e compreender, a partir do jornalismo segmentado, de que forma o fluxo informativo e discursivo que circulam nestes segmentos abrem a possibilidade de construir acontecimentos jornalísticos para este público de nicho presente no ciberespaço.



## **4. Percurso metodológico: A Análise de Conteúdo na construção do acontecimento**

Para avançarmos na discussão referente à construção do acontecimento jornalístico para o público de nicho – sistematizado neste trabalho pelos sujeitos pertencentes à cultura Nerd/Geek – é necessário apresentar o percurso metodológico para a análise pretendida neste estudo.

Ao se tomar a internet como fruto dos avanços tecnológicos promovidos pela globalização – avanços esses que tiveram grande contribuição pelos *nerds* – e que a internet processa inúmeros formatos de produção de conhecimento, saberes e convergências culturais através do ciberespaço, a discussão a ser feita neste capítulo é apresentar um percurso metodológico capaz de compreender de que forma os grupos *nerds/geeks* se apropriam do ciberespaço para a produção de conhecimento e saberes, e a partir desse fluxo de produção informativa, se constrói um acontecimento jornalístico.

A fim de que essa sistematização metodológica seja possível ser estabelecida, este capítulo fará um movimento de discussão em **três momentos**: primeiramente, é apresentado o objeto de pesquisa e seus formatos; depois serão discutidos os critérios de recortes para a análise do objeto; e por fim, será apresentado o método a ser aplicado para análise (Análise de Conteúdo).

### **4.1 Objeto: OmeleTV na cobertura de Vingadores – Era de Ultron**

Nesta seção, será apresentado o objeto de pesquisa deste trabalho, bem como as suas particularidades. Será, inicialmente, apresentado o OmeleTV, programa audiovisual na internet, vinculado ao site Omelete, e em um segundo momento, será discutido o foco da cobertura que este trabalho pretende avançar na construção do acontecimento, que é o filme “Vingadores – Era de Ultron”, e sua inserção no Universo Cinematográfico da Marvel.

#### *4.1.1 Omelete e OmeleTV: “Entretenimento levado a sério”*

Em maio de 2000, o designer gráfico Érico Borgo, e o publicitário Marcelo Forlani lançavam na internet brasileira o site Omelete, um dos principais portais brasileiros de

cobertura do universo do entretenimento. Com 15 anos de produção, o site Omelete veicula diariamente informações, vídeos e críticas do certame do entretenimento. Com o slogan “Entretenimento levado a sério”, o site está dividido em cinco eixos de discussão, que são eles: filmes, séries de TV, quadrinhos, games e música. Hoje, com uma redação relativamente maior do que há 15 anos, a produção do site tem evoluído de tal forma que os redatores conseguem articular informações e produções tanto no site, quanto audiovisuais semanais.

Além disso, o site realiza cobertura dos maiores eventos do mundo do entretenimento. Entre eles, a San Diego Comic Con, que reúne grandes nomes dos quadrinhos mundiais, estúdios cinematográficos, empresas de games e etc. O site, em 2014, promoveu a primeira Comic Con genuinamente brasileira: a Comic Con Experience, que reuniu grandes nomes do universo do entretenimento brasileiro e mundial. E em 2015, repetiu o evento.

Desde dezembro de 2007, o Omelete mantém na rede social YouTube seu canal de vídeos, intitulado “Omeleteve”. As produções são semanais e os conteúdos são os mais variados, dentro das lógicas de pauta do site Omelete. Desde a sua criação até hoje, os formatos, estúdios e a linguagem dos vídeos sofreram diversas alterações, e hoje, os principais formatos dos vídeos do canal são: Omelete Hyperdrive, OmeleTV, Live do Omelete e o Bloco X. Para este trabalho, não será discutido o primeiro e o último.

O OmeleTV é o principal vídeo veiculado pelo site Omelete. Os redatores do site Omelete se reúnem e gravam pelo menos 3 blocos de aproximadamente 10 minutos sobre os fatos mais importantes da semana, e em forma de debate, colocam suas impressões sobre a pauta da discussão. Os blocos podem variar de acordo com o acontecimento da semana no mundo do entretenimento, bem como fora dele, mas que seja possível fazer uma analogia com questões já abordadas em filmes, séries, quadrinhos, e até mesmo games. Esses blocos eram gravados ao longo da semana, e publicados todos na sexta-feira à tarde. No dia 14 de outubro de 2014, o Omelete fez sua primeira Live informativa (vídeo com transmissão ao vivo, direto do YouTube), em que os redatores Érico Borgo e Marcelo Hessel comentaram sobre as informações de que o arco da Guerra Civil da Marvel seria adaptada para o cinema em “Capitão América 3”. Semanas depois, o Omelete fez outra Live para comentar o trailer de Vingadores - Era de Ultron que havia vazado no dia anterior. E ao longo das semanas, mais informações

consideradas importantíssimas, como o anúncio do Universo Cinematográfico da DC e a Fase 3 do Marvel Studios também foram pautadas nas Lives do OmeleTV.

Por conta do retorno positivo dos internautas, o Omelete adotou o seguinte formato: gravar os blocos ao longo da semana, publicar eles na sexta-feira, e ainda na sexta-feira a tarde, antes de liberar os blocos para os internautas assistirem, haveria uma Live para resumir e comentar os principais fatos da semana. Ou seja, as Lives se tornaram fixas e completamente integradas ao OmeleTV.

No dia 16 de março de 2015, o site mudou a lógica de postagem do Omeleteve. Os blocos seriam publicados ao longo da semana (um bloco na segunda-feira, outro na terça-feira e outro na quinta-feira) e a sexta-feira seria, então, apenas reservada para as Lives.

Além das Lives e do OmeleTV, o site Omelete ainda produz o Omelete Hyperdrive. Este último é um resumo dos principais fatos do dia, em forma de vídeo, que geralmente não ultrapassam 3 minutos. O redator elenca os principais fatos do dia, e em uma espécie de nota, resume as informações que o internauta deve saber sobre determinado fato elencado pelo redator. O vídeo é veiculado ao final do dia, e serve como um resumo do que o Omelete pautou durante o dia de produção. Na quarta-feira, há ainda o Bloco X, formado apenas pelas redatoras do Omelete, que discutem os mais variados temas da cultura *pop*.

#### *4.1.2 Marvel, Universo Cinematográfico e Vingadores – Era de Ultron*

Após passar por uma crise em meados da década de 1990, por conta da baixa vendagem dos seus quadrinhos e problemas internos, a Marvel precisou pensar em estratégias para escapar da situação desconfortável em que estava. A produtora estava praticamente à beira da falência. Para isso, a Marvel resolveu migrar para outras mídias, além da imprensa.

Peter Cuneo, CEO da Marvel entre os anos de 1999 e 2002 pensou estrategicamente em ideias para tirar a empresa do caos. Para ele, potencializar a exposição da marca da Marvel para níveis mundiais seria a melhor saída para a empresa escapar da falência. A ideia era vender o direito de uso de personagens para brinquedos, videogames, filmes e demais plataformas, para outros estúdios. E, além disso, as histórias em quadrinhos produzidas pela Marvel não deveriam passar de seis edições,

para não afastar leitores que, anteriormente, liam números bastante significativos de histórias para completar o arco da narrativa em que acompanhavam. Com as regras das HQs na Marvel postas, e os direitos dos seus personagens à venda, a Marvel começava a dar sinais de ressurreição no mercado do entretenimento.

Foi então que o produtor de cinema Avi Arad comprou os direitos de alguns personagens da Marvel e vendeu para estúdios como Sony, Universal e Fox. Os heróis considerados carros-chefe da Marvel, como o Homem-Aranha, o Quarteto Fantástico e os X-Men não poderiam ser explorados pela produtora em outras mídias, se não nos quadrinhos.

Com os grandes sucessos de bilheteria dos X-Men, da Fox, e da trilogia do Homem-Aranha, da Columbia/Sony, a Marvel pensou em criar o seu próprio estúdio. Com um investimento de cerca de US\$ 500 milhões para construir sua própria produtora de filmes, séries, games, desenhos e etc., o Marvel Studios lança em 2008 o primeiro filme inteiramente pertencente a sua empresa, comandado pelo produtor do estúdio, Kevin Feige: o Homem de Ferro, cujo herói foi interpretado por Robert Downey Jr. O retorno foi maior do que o investimento feito para o filme: US\$ 600 milhões. O que tinha tudo para ser uma aposta, havia se tornado algo ainda maior para o estúdio. O retorno financeiro foi maior do que o esperado, e o herói de segundo escalão da Marvel (o Homem de Ferro) caiu nas graças dos espectadores que acompanhavam a produção. Começava, então, o **Universo Cinematográfico da Marvel (UCM)**.

Ainda no mesmo ano, para dar continuidade ao sucesso que foi Homem de Ferro, o Marvel Studios lança O Incrível Hulk. O papel do Gigante Esmeralda foi interpretado por Edward Norton. Em 2010, a Marvel lança Homem de Ferro 2, e em 2011 lança os filmes do Thor, e Capitão América - O Primeiro Vingador. O estúdio, porém, tinha um diferencial com relação aos demais, que também produziam narrativas de super-heróis para a sétima arte. Amarrar as narrativas de todos os filmes já produzidos por ele, e fazer as narrativas dos heróis interagirem sem que eles necessariamente apareçam nos outros filmes. Foi então que, em 2012, o Marvel Studios chega ao auge de sua produção, ao lançar o filme "Os Vingadores", reunindo todos os heróis que o estúdio havia transcorrido para o cinema. O filme adaptou a primeira edição dos quadrinhos dos Vingadores, de 1963, com algumas diferenças de personagens. No filme, não está presente o Homem Formiga e a Vespa. Porém, já se tem o Capitão América estabelecido como um líder da equipe, além de contar com a presença da Viúva Negra e o Gavião

Arqueiro. Estes dois últimos incorporados como agentes da S.H.I.E.L.D., uma rede de segurança norte-americana. O sucesso foi avassalador. Com uma bilheteria de pouco mais de US\$ 1 bilhão e 500 milhões, o supergrupo colocou a marca da Marvel mais forte do que antes. Porém, antes mesmo da estreia de Homem de Ferro 2, a Walt Disney Company, percebendo o fértil território que a Marvel estaria semeando, comprou a Marvel Entertainment por US\$ 4 bilhões. Sem poder afetar nas produções da Marvel, ela assumiu a responsabilidade de distribuir os filmes produzidos pelo Marvel Studios<sup>13</sup>.

Com o Universo Cinematográfico estabelecido, que segundo o estúdio é chamado a Fase 1 (todos os filmes desde Homem de Ferro até Os Vingadores), a Marvel passa a assumir um ritmo de produção cinematográfica cada vez maior. Com o sucesso de Os Vingadores, o estúdio lança a série Marvel Agents of S.H.I.E.L.D., cujas narrativas estão também relacionadas ao universo explorado no cinema. Na sequência, os filmes Homem de Ferro 3, Thor - O Mundo Sombrio, Capitão América 2 - O Soldado Invernal e Guardiões da Galáxia assumem a Fase 2 da Marvel, juntamente com o aguardado Vingadores - Era de Ultron e Homem Formiga<sup>14</sup>. Ademais, o estúdio ainda passou a produzir as séries Marvel Agent Carter, para a televisão, e Demolidor, AKA Jessica Jones, Luke Cage, Punho de Ferro e Defensores, para o canal de internet Netflix. Todas essas séries também são conectadas com o universo do cinema.

Quando se esperava que o Marvel Studios tivesse atingido o seu pico de produção, uma negociação entre a Sony e Marvel coloca o principal herói da produtora em condições de pertencer ao UCM: o Homem-Aranha. Basicamente, um acordo entre o produtor do Marvel Studios, Kevin Feige, e da produtora da Sony Pictures, Amy Pascal, fez com que o Amigão da Vizinhaça, como é conhecido o Homem-Aranha, pudesse pertencer ao UCM, que anteriormente não haveria essa possibilidade em função dos direitos de uso do personagem estar vinculados diretamente com a Sony. O acordo prevê que o Marvel Studios pode utilizar o Homem-Aranha em qualquer filme de seu universo cinematográfico, enquanto que a Sony possa utilizar qualquer herói do Marvel Studios nos filmes solos do Homem-Aranha.

Dentro do próprio Universo Cinematográfico da Marvel, já foram produzidos, até o momento, 12 filmes, inspirados nas páginas dos quadrinhos da Casa das Ideias (como

---

<sup>13</sup>LOPES, Thiago. **A morte e o retorno da Marvel**. Superinteressante, São Paulo, Número 324. HOWE, Sean. **Marvel Comics: a história secreta**. São Paulo: LeYa, 2013.

<sup>14</sup> Calendário com os filmes do Marvel Studios disponível nas páginas 26 e 27 deste trabalho.

é carinhosamente conhecida a Marvel Comics). Dentre eles, está o filme “Vingadores – Era de Ultron”.

**Vingadores - Era de Ultron** é o décimo primeiro filme do Universo Cinematográfico da Marvel, e sequência de “Os Vingadores” (2012)<sup>15</sup>. O filme está localizado na Fase 2 do UCM e conta a história relacionada a saga de Ultron, um robô dotado de inteligência artificial cujo plano é exterminar a raça humana.

Em Vingadores - Era de Ultron, dirigido e roteirizado por Joss Whedon, do primeiro filme da equipe (The Avengers: Os Vingadores - 2012), o vilão tem uma origem bastante diferente com relação aos quadrinhos<sup>16</sup>, embora suas motivações e objetivos não destoem das ideias propostas nas HQs. Liderados pelo Capitão América/Steve Rogers (Chris Evans), a equipe dos Vingadores, formada pelo Homem de Ferro/Tony Stark (Robert Downey Jr.), Hulk/Bruce Banner (Mark Ruffalo), Thor (Chris Hemsworth), Viúva Negra/Natasha Romanoff (Scarlet Johansson) e Gavião Arqueiro/Clint Barton (Jeremy Renner), invadem uma fortaleza da H.I.D.R.A. (rede secreta de segurança nazista) em que o Barão von Strucker (Thomas Kretschmann) mantém seus armamentos e onde o mesmo tem realizado experimentação ilegal em humanos, utilizando o cetro do deus Loki (visto em “Os Vingadores”, 2012). Durante a invasão, a equipe conhece dois dos humanos que sofreram as experiências do Strucker. O casal de irmãos gêmeos Wanda (Elizabeth Olsen) e Pietro Maximoff (Aaron Taylor-Johnson). Pietro é capaz de correr em alta velocidade, e Wanda tem habilidades de telecinesia e

---

<sup>15</sup> Filme dirigido por Joss Whedon que recontou, de forma adaptada, a primeira edição dos quadrinhos dos Vingadores. Os Vingadores, nas HQ's, é uma superequipe criada pelos quadrinistas Stan Lee e Jack Kirby, em 1963, e é considerado o maior grupo de heróis da Marvel Comics. O grupo é conhecido por reunir os “Heróis Mais Poderosos da Terra”. A primeira edição dos quadrinhos dos Vingadores foi em setembro de 1963, intitulada “The Avengers”. Na publicação, os heróis Thor, Homem de Ferro, Homem-Formiga, Vespa e Hulk travaram uma batalha contra o vilão Loki, irmão de Thor. A partir de então, diversas narrativas em histórias em quadrinhos dos Vingadores foram sendo publicadas pela Marvel Comics. Na quarta edição, por exemplo, os Vingadores receberiam no time o Capitão América (Steve Rogers), tido até hoje como o líder da equipe. O Bandeirado, como é carinhosamente chamado pelos fãs do herói, foi encontrado com vida após ter ficado congelado desde a Segunda Guerra Mundial, quando havia sido dado como morto. Os Vingadores também são conhecidos por ser uma equipe mutável a todo instante, não tendo integrantes fixos no time de heróis. Ideia essa que também está sendo utilizada no cinema, com os Novos Vingadores, após Vingadores – Era de Ultron (2015).

<sup>16</sup> Nos quadrinhos, Ultron é criado por Henry Hank Pym, o Homem Formiga. Ultron se rebela contra seu criador, e define os Vingadores e a raça humana como seus inimigos, e que devem ser exterminados. É considerado um dos vilões mais poderosos do Universo Marvel. Para conseguir completar seus planos, Ultron cria um andróide chamado Visão, que foi programado para também exterminar os Vingadores. Entretanto, o supergrupo, ao descobrir que Visão tratava-se de uma reencarnação do super-herói Tocha Humana Original, o sintozóide foi regenerado e recrutado para entrar para os Vingadores. Ultron havia raptado o corpo do antigo andróide Tocha Humana, e lhes conferiu um novo visual e novos poderes, a fim de que ele pudesse enfrentar os Vingadores, e simultaneamente ter sua memória apagada.

manipulação mental. Ela utiliza suas habilidades para manipular a mente de Tony Stark quando ele recupera o cetro.

Ao recuperarem o cetro e retornarem para a Torre dos Vingadores, Bruce Banner e Tony Stark descobrem que o cetro tem uma inteligência própria e a utilizam para reativar o programa Ultron. Trata-se de um programa de manutenção da paz global e para evitar possíveis ameaças ao planeta Terra. São feitos os experimentos e Ultron (James Spader) desperta, sem Stark e Banner saber. Ele ataca Jarvis (Paul Bettany), – um software criado por Stark – e constrói um corpo formado de peças de robôs da Legião de Ferro. Ultron invade a festa na Torre dos Vingadores, em que a equipe estava comemorando a vitória do resgate do cetro, e declara guerra e a extinção dos Vingadores e da raça humana. Uma grande cena de batalha na Torre acontece, e um dos robôs controlados por Ultron foge com o cetro para Sokovia, onde o Barão von Strucker mantém sua fortaleza, e utiliza a tecnologia da H.I.D.R.A. para por em prática seu plano de extinção. O vilão, agora em um corpo melhorado, recruta os gêmeos Maximoff, por estes terem perdido seus pais por conta de uma bomba vinda dos armamentos das Indústrias Stark e por terem sede de vingança. Ultron mata Strucker, e viaja até à África do Sul, em um estaleiro, em busca de Vibranium<sup>17</sup> (metal mais resistente do Universo Cinematográfico Marvel), com Ulysses Klaw (Andy Serkis), um traficante de armas. Ultron decepa o braço de Klaw.

Os Vingadores lutam contra Ultron, que aciona os gêmeos Maximoff. Wanda começa a mexer na mente dos Vingadores, fazendo-os terem visões de seus piores medos. Wanda mexe na cabeça de Bruce Banner, e ele se transforma em um Hulk completamente descontrolado, altamente destrutivo, fazendo Tony Stark “chamar a Veronica”, uma armadura de contenção conhecida como Hulkbuster. Stark consegue derrotar o incontrolável Hulk. Já Ultron consegue fugir através da internet, já que sua inteligência se conectou à web.

Após sofrerem uma dura derrota na África do Sul, os Vingadores precisaram se refugiar. Clint Barton os levou para a sua fazenda, já que era em um local bem retirado, e onde eles poderiam pensar em planos para derrotar Ultron. Thor, porém, abandona o

---

<sup>17</sup> Vibranium é o metal mais forte e resistente do Universo Cinematográfico da Marvel. Nos quadrinhos, o Vibranium, juntamente com outras ligas metálicas, forma o Adamantium, o metal mais resistente do Universo Marvel. Porém, o Marvel Studios não pode usar o Adamantium – que é o metal que reveste o Ultron nos quadrinhos – porque o uso desse metal está sob propriedade da 20<sup>th</sup> Century Fox, que produz os filmes dos X-Men, no qual tem o personagem Wolverine, cujas garras são feitas de Adamantium.

grupo para buscar as respostas da visão em que Wanda lançou em sua mente. O deus do trovão procura o cientista e seu amigo Dr. Erik Selvig, que o leva até um poço com águas místicas capaz de revelar segredos, chamado “Águas da Revelação”.

Enquanto isso, os Vingadores preparam um grande plano para conter os ataques de Ultron, com o incentivo de Nick Fury (Samuel L. Jackson), responsável por unir os Vingadores pela primeira vez. A equipe vai até Seul, na Coreia do Sul, onde Ultron faz da Dr.<sup>a</sup> Helen Cho (Claudia Kim) uma de suas reféns após controla-la com o cetro de Loki, e pede para que a cientista transfira sua inteligência (Ultron) para o de um corpo sintético presente dentro de um berço. O cetro é quebrado e de dentro dele sai uma pedra amarelada, que é colocada na testa do corpo do berço. Quase na metade da transferência, Wanda lê a mente do corpo sintético, e visualiza o plano de Ultron de extinção, e juntamente com Pietro, tentam interromper o *upload*, sem sucesso, e se separam de Ultron. O Capitão América recruta os gêmeos para o ajudar a caçar Ultron, juntamente com Barton e Romanoff, e recuperar o corpo sintético, roubado pelo vilão. O corpo é recuperado, mas durante a missão, Natasha Romanoff é capturada por Ultron.

De volta à Torre dos Vingadores, Stark pretende, em segredo, junto com Banner, a transferir os dados de Jarvis (que não foi destruído por Ultron, pois se escondeu na internet) para o corpo sintético. Uma grande discussão, que resultou em uma briga entre os Vingadores, é feita, pois Stark estaria cometendo o mesmo erro que cometeu com Ultron ao fazer este procedimento. Thor, inesperadamente surge, energizando o berço do corpo sintético com seu raio, e o corpo ganha vida. Thor explicou para a equipe as respostas de sua “visão”, que levavam ao corpo ganhar vida, e que a pedra amarela em sua testa era uma das Joias do Infinito (objetos mágicos e com alto poder de destruição).

Os Vingadores, juntamente com o Visão (corpo sintético, agora com vida) vão até Sokovia resgatar Romanoff e derrotar Ultron. O vilão utilizou o Vibranium para construir uma máquina que fazia a cidade erguer e depois cair como um meteoro, extinguindo, pois, a raça humana. Romanoff é resgatada por Banner, e uma grande cena de ação entre os Vingadores e Ultron com seu exército de robôs é travada. Pietro Maximoff morre. No alto do céu, quase terminando a luta final, um dos robôs do exército de Ultron aciona o botão da máquina, que faz a cidade inteira despencar. Stark e Thor conseguem destruir a cidade que estava despencando, depois de toda a população ter sido salva pelos demais Vingadores, juntamente com as máquinas do aeroportaviões da S.H.I.E.L.D. Wanda e Visão destroem os últimos robôs de Ultron. Banner foge em um Quinjet (jatinho dos



Vingadores) sem destino (muitos acreditam que ele tenha ido para o espaço). Tony Stark e Clint Barton se afastam dos Vingadores. Thor volta para Asgard para entender o que está acontecendo, acreditando que alguém está manipulando todo o universo. Capitão América/Steve Rogers e Viúva Negra/Natasha Romanoff recrutam os “Novos Vingadores”, formados por Wanda Maximoff, Máquina de Combate/James Rhodes (Dom Cheadle), Falcão/Sam Wilson (Anthony Mackie) e Visão (Paul Bettany).

Uma cena no final do filme, após os créditos iniciais, mostra o vilão Thanos empunhando a Manopla do Infinito, afirmando que irá resolver tudo sozinho.

## 4.2 Recorte

A fim de que os procedimentos metodológicos, que serão apresentados adiante, sejam aplicados para a análise da construção do acontecimento jornalístico para público Nerd/Geek, via OmeleTV, na cobertura de Vingadores – Era de Ultron, foi necessário estabelecer um recorte para a análise. Para isso, foi elaborada uma lista com todas as notícias que iam saindo sobre Vingadores – Era de Ultron (fotos do set, confirmação de atores, vazamentos de trailer, declarações de atores e do diretor Joss Whedon e etc.). Foram mapeadas **154** notícias sobre o filme, de 2012 a 2015. Essas notícias foram mapeadas em diversos sites que veicularam informações sobre Vingadores – Era de Ultron, não sendo específico somente em notícias veiculadas no Omelete. Dessas 154 notícias, **67 delas foram destacadas** por serem relevantes para a construção do acontecimento<sup>18</sup>. Essas 67 notícias foram pauta do OmeleTV: comentadas, opinadas, mencionadas e especuladas pelos redatores do Omelete. E justamente os vídeos em que essas notícias são pauta de discussão, foi que se estabeleceu o recorte deste trabalho, por serem notícias relevantes, a partir de critérios do Omelete. Também foram selecionados vídeos em que se abordam as semanas que antecedem o lançamento do filme, os vídeos da semana de lançamento, e os de pós-lançamento do filme Vingadores – Era de Ultron, a fim de que também se possa visualizar a produção e o acontecimento sendo construído durante e depois do lançamento do filme.

---

<sup>18</sup> As notícias consideradas relevantes para a construção do acontecimento para este caso são aquelas referentes à confirmação de diretor, atores, imagens de set vazadas, vazamento de trailer, declarações de atores e produtores, e etc.

Esse recorte se constitui em **27 vídeos** em que o filme “Vingadores – Era de Ultron” é: pauta do dia, mencionado na pauta do dia e gancho para a pauta do dia. Como discutido anteriormente, os formatos de vídeos selecionados para a análise da construção do acontecimento são os Blocos do OmeleTV e as Lives. São nestes formatos que o espaço para discussão e interpretação das informações é maior, e mostram, com mais clareza, como o acontecimento se constrói.

A tabela a seguir (Tabela 2) mostra o recorte realizado para a análise deste trabalho. Na primeira coluna está, **em ordem cronológica de postagem no YouTube** (do ano de 2012 à 2015), o nome dos 27 vídeos selecionados. Na segunda coluna, está o formato do vídeo (Bloco ou Live). A terceira é referente ao tempo total do vídeo, e a quarta coluna é o intervalo de tempo em que Vingadores – Era de Ultron é discutido, mencionado, comentado ou referenciado.

**Tabela 2 - Recorte dos vídeos para análise**

Fonte: do autor

<b>NÚMERO E NOME DO VÍDEO</b>	<b>LIVE OU BLOCO</b>	<b>TEMPO TOTAL (em minutos e segundos)</b>	<b>INTERVALO DE DISCUSSÃO DE VINGADORES – ERA DE ULTRON (em minutos e segundos)</b>
<b>1.Vingadores 2 - Quem queremos ver na sequência?</b>	<b>BLOCO</b>	<b>13:08</b>	<b>00:00 - 13:08</b>
<b>2. Comic Con 2013 - Vingadores Era de Ultron e Batman vs. Superman anunciados</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:04</b>	<b>4:16 – 08:04</b>
<b>3. O futuro da Marvel nos cinemas</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:01</b>	<b>6:19 – 08:01</b>
<b>4. Os segredos e Os Vingadores 2</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:17</b>	<b>00:00 – 08:17</b>
<b>5. Os Vingadores 3 e o futuro da Marvel nos cinemas</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:59</b>	<b>00:42 – 05:07</b>
<b>6. Godzilla vs Pacific Rim e ótimas novidades sobre Vingadores 2</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:29</b>	<b>00:20 – 02:35</b>
<b>7. Vingadores Era de Ultron - Expectativa na San Diego Comic Con 2014</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:58</b>	<b>00:20 – 08:58</b>
<b>8. Marvel vs. DC - Quem venceu na San Diego Comic Con 2014?</b>	<b>BLOCO</b>	<b>09:52</b>	<b>6:16 – 08:33</b>
<b>9. O fim do Capitão América no cinema</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:43</b>	<b>0:55 – 01:14</b>

(continua)

(continuação)

Tabela 2 - Recorte dos vídeos para análise

Fonte: do autor

<b>10. A Guerra Civil da Marvel e os novos Vingadores</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:23</b>	<b>5:57 – 06:25</b>
<b>11. Vingadores Era de Ultron - Novidades reveladas sobre o filme</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:47</b>	<b>4:23 – 05:39</b>
<b>12. Guerra Civil explodirá na Marvel no cinema!</b>	<b>LIVE</b>	<b>31:17</b>	<b>5:20 – 12:57</b>
<b>13. Vingadores - Era de Ultron - LIVE sobre primeiro trailer</b>	<b>LIVE</b>	<b>27:54</b>	<b>00:00 – 27:54</b>
<b>14. MARVEL FASE 3 - Todos os filmes até 2019</b>	<b>LIVE</b>	<b>30:02</b>	<b>1:27 – 02:40</b>
<b>15. Vingadores Era de Ultron e como as coisas vazam na “net”</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:44</b>	<b>00:00 – 01:20</b>
<b>16. Ultron e o perigo das inteligências artificiais</b>	<b>BLOCO</b>	<b>09:00</b>	<b>00:00 – 09:00</b>
<b>17. Expectativa 2015 - FILMES - Vingadores, Jurassic World e muito mais</b>	<b>BLOCO</b>	<b>07:43</b>	<b>3:12 – 04:03</b>
<b>18. Homem Aranha em Vingadores e trailer 2 de Vingadores 2 comentado</b>	<b>LIVE</b>	<b>41:27</b>	<b>5:13 – 23:07</b>
<b>19. Vingadores - Era de Ultron e o futuro do Universo Marvel e o adeus a Spock</b>	<b>LIVE</b>	<b>23:54</b>	<b>18:32 – 22:53</b>
<b>20. Herói misterioso em Era de Ultron e o visual do Deadpool</b>	<b>LIVE</b>	<b>32:21</b>	<b>15:15 – 24:15</b>
<b>21. Sua cabeça nerd explodirá daqui algumas semanas</b>	<b>LIVE</b>	<b>21:59</b>	<b>2:29 – 05:53</b>
<b>22. Vingadores: Era de Ultron - 5 perguntas SEM spoilers</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:41</b>	<b>00:00 – 08:41</b>
<b>23. Vingadores: Era de Ultron - 5 perguntas COM spoilers</b>	<b>BLOCO</b>	<b>09:15</b>	<b>00:00 – 09:15</b>
<b>24. Vingadores: Era de Ultron - O Veredito</b>	<b>BLOCO</b>	<b>09:33</b>	<b>00:00 – 09:33</b>
<b>25. O futuro da Marvel depois de Vingadores: Era de Ultron</b>	<b>BLOCO</b>	<b>09:29</b>	<b>00:00 – 09:29</b>

(continua)

(continuação)

**Tabela 2 - Recorte dos vídeos para análise**  
**Fonte: do autor**

<b>26. Resumo da Fase 2 da Marvel nos cinemas</b>	<b>BLOCO</b>	<b>09:32</b>	<b>06:24 - 08:42</b>
<b>27. O que queremos ver na versão estendida de Vingadores: Era de Ultron</b>	<b>BLOCO</b>	<b>08:40</b>	<b>00:00 - 08:40</b>

(conclusão)

### 4.3 Métodos aplicados para a análise

Antes de apresentar o método aplicado para a análise da construção do acontecimento jornalístico pelo OmeleTV, na cobertura do filme “Vingadores – Era de Ultron”, convém, aqui, recordar o aporte teórico utilizado para compreender o objetivo deste trabalho, a fim de que, pelo método empregado, seja possível sinalizar e acompanhar o acontecimento sendo construído.

Entendemos o acontecimento como aquilo que excede a normalidade do tempo presente; o fato que, perante aos diversos acontecimentos do mundo, é sistematizado pelo jornalismo como notícia, como apontam Márcia Benetti (2009), Ângela Zamin (2012), Christa Berger e Frederico Tavares (2009) e demais pesquisadores no campo do jornalismo. Essas sistematizações são estabelecidas através dos critérios de noticiabilidade, como apontam Traquina (2005), Gislene Silva (2005) e Antonio Hohlfeldt (2001). Vimos que os critérios de noticiabilidade é uma cultura formada historicamente pela prática jornalística, que diz o que deve ou não ser noticiado. Essa prática, ainda que pareça instintiva, faz parte da cultura profissional do jornalista. Porém, quando lançamos olhar para os meios de comunicação segmentados, vimos que estes critérios assumem uma postura diferente, em função do nível de especialização de informação no qual se estabelece nestes canais, e pelo espaço-tempo destes canais serem diferentes da lógica do jornalismo generalista. A forma de fazer cobertura nestes canais de comunicação segmentada muda, pois determinados valores-notícia são mais favorecidos do que outros, já que a produção é desenvolvida por uma lógica temática e de nicho de extrema especialização para o público em que se dirige.

No caso do OmeleTV, cujo público de nicho é o Nerd/Geek, ele se apropria das formas de fazer jornalismo para produzir conteúdo, mas carrega consigo características

próprias da cultura Nerd/Geek e da internet, e assim, garante legitimidade para seu público. E em meio ao processo de produção de informação especializada, constrói um acontecimento jornalístico diferente do jornalismo tradicional, em função da especialização temática (neste trabalho, sistematizado pelo exemplo da cobertura do filme “Vingadores – Era de Ultron”). Essa construção se dá a partir de micro-acontecimentos (que em cada um dos 27 vídeos são apresentados), que consolida um acontecimento para o público de nicho, na medida em que a intensidade da cobertura aumenta.

Para detectar de que forma esses micro-acontecimentos constroem um acontecimento, faz-se mister apresentar o método de análise a ser aplicado neste trabalho.

#### *4.3.1 A Análise de Conteúdo e suas contribuições*

Uma vez que este trabalho lança a luz sobre a construção do acontecimento jornalístico em uma perspectiva de comunicação segmentada, buscar compreender os traços, os sinais e as formas de produzir micro-acontecimentos, através da linguagem, que vão culminar em um acontecimento, é indiscutivelmente necessário. A fim de que se possa, portanto, visualizar o acontecimento por esta perspectiva, utilizou-se uma metodologia amplamente reconhecida no campo da comunicação, em especial, do jornalismo: a Análise de Conteúdo.

Segundo Heloiza Herscovitz (2007, p.123),

[...] a análise de conteúdo revela-se como um método de grande utilidade na pesquisa jornalística. Pode ser utilizada para detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos. Serve também para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, **para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações**, para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias e **para comparar o conteúdo jornalístico em diferentes culturas** [grifo nosso].

A Análise de Conteúdo é um método que tem sido colocado em debate ao longo dos anos, em função de suas vantagens e desvantagens. Muitos pesquisadores acreditam que a utilização da Análise de Conteúdo não é suficiente para responder diversas questões que, somente pelo discurso, são evidenciadas. Suas características quantitativas, pois, o acusam de ser superficial (2007, p.125). Entretanto, segundo

Herscovitz (2007), o método de Análise de Conteúdo possui uma característica híbrida, que reúne elementos quantitativos e qualitativos. Por isso, muitos afirmam que a Análise de Conteúdo é um método quali-quantitativo. Ainda segundo Herscovitz,

A tendência atual da análise de conteúdo desfavorece a dicotomia entre o quantitativo e o qualitativo, promovendo uma integração entre as duas visões de forma que os conteúdos manifesto (visível) e latente (oculto, subentendido) sejam incluídos em um mesmo estudo para que se compreenda não somente o significado aparente de um texto, mas também o significado implícito, o contexto onde ele decorre, o meio de comunicação que produz e o público ao qual ele é dirigido (2007, p. 126).

Com isso, Laurence Bardin (2011) elabora uma sistematização dividida em três etapas: a) Pré-análise; b) Exploração do material; e c) Tratamento dos resultados e interpretações.

A fase de Pré-análise é referente ao planejamento, organização, preparação, a fim de se promover um esquema de trabalho, de conhecer e selecionar o material a ser trabalhado, de formular hipóteses, objetivos e as categorizações. A segunda fase, de Exploração do material, é quando o pesquisador irá, definitivamente, estudar e trabalhar com o material a ser analisado. É a aplicação do planejamento feito na Pré-análise. Dentro da fase de Exploração do material, é definida a codificação, que se divide em três fases: a) o recorte das unidades de registro e de contexto; b) a escolha das regras de enumeração; c) classificação e agregação – escolha das categorias (2012, p. 294).

- a) A primeira fase é o recorte das unidades de registro, que são “palavras, expressões, frase, idéias etc., que serão capturadas nos editoriais para contagem de frequência do conteúdo manifesto” (HERSCOVITZ, 2007, p.132), e das unidades de contexto, que são referentes ao contexto em que se inserem as unidades de registro (Fonseca Júnior, 2012);
- b) A segunda fase é a escolha das regras de enumeração. Refere-se ao modo de quantificação das unidades de registro que irão levar ao estabelecimento dos índices;
- c) A terceira fase da codificação se refere à classificação e agregação das unidades de registro, para se construir, pois, as categorias de análise.

Ainda dentro da etapa de Exploração do material, existe a fase de categorização, que será elucidada com maior precisão na seção das categorias de análise. Porém, para efeitos de explicação da sistematização da Análise de Conteúdo, ela será brevemente

comentada aqui. A categorização se trata do processo de classificar e reagrupar as unidades de registro, de modo que, em um número reduzido de categorias, todos os dados se tornem inteligíveis. Bardin (2011) define alguns critérios de categorização, sendo eles *semânticos* (categorias temáticas), *sintáticos* (verbos, adjetivos), *léxico* (classificação das palavras segundo seu sentido) e *expressivo* (categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem).

A categorização, segundo Bardin (2011), possui ainda duas etapas: o inventário (isolar os elementos) e a classificação (repartir os elementos, de modo a alocar em grupos similares a fim de impor uma organização às mensagens).

A terceira e última etapa é o Tratamento dos resultados e interpretações, no qual são utilizados mecanismos para validar os dados a fim de, posteriormente, interpretá-los. É nesta fase que o pesquisador vai tratar os dados, para que, segundo Wilson Corrêa da Fonseca Júnior (2012), eles sejam significativos e válidos. É pelo tratamento e interpretação dos dados que surgem os resultados, possibilitando, pois, o pesquisador a propor inferências (Fonseca Júnior, 2012).

Nesta etapa, são realizadas as inferências. O analista de conteúdo tentará evidenciar o sentido que está presente em segundo plano (Fonseca Júnior, 2012). Segundo Bardin (2011), se referem às variáveis psicológicas do emissor, variáveis sociológicas e culturais, variáveis referentes à situação de comunicação ou do contexto da instância da produção. Segundo Fonseca Júnior (2012, p. 299), por existir diversos processos e variáveis de inferências, podem ser agrupados, portanto, em duas modalidades: as inferências específicas (referentes à própria situação específica do problema investigado) e as inferências gerais (quando extrapolam a situação específica do problema investigado).

Através dessa sistematização, Laurence Bardin define a Análise de Conteúdo como:

“[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (2011, p. 47).

Ainda nesse sentido, Herscovitz (2007) entende que se obtêm melhores resultados quando se articula, simultaneamente, “uma análise quantitativa (contagem

das frequências do conteúdo manifesto) e a análise qualitativa (avaliação do conteúdo latente a partir do sentido geral dos textos, do contexto onde aparece, dos meios que o veiculam e/ou dos públicos aos quais se destina)” (2007, p. 127).

Com o material selecionado, com as hipóteses e objetivos traçados, restam apenas apresentar as categorias de análise, a fim de que a fase de Exploração do material seja concluída. As categorias de análise serão apresentadas no próximo capítulo de análise dos dados do material.



## **5. Cozinheiros em missão: Vingadores – Era de Ultron, OmeleTV e análise da cobertura jornalística**

Neste capítulo, será discutido, a partir da Análise de Conteúdo, o processo de construção do acontecimento jornalístico pelo OmeleTV na cobertura de Vingadores – Era de Ultron, a partir de categorias específicas que denotam a cobertura do portal. Nossa proposta de trabalho se insere na perspectiva de compreender os modos a partir dos quais o OmeleTV elabora a construção do filme Vingadores – Era de Ultron como um acontecimento jornalístico. Pretendemos demonstrar as estratégias de construção da noticiabilidade em um ambiente de profunda especialização da audiência.

O relato aqui apresentado parte de duas categorias centrais que sustentam, de um lado, um nível em que as construções do acontecimento buscam na narrativa apontada pelo roteiro do filme as premissas de construção do acontecimento jornalístico, e do outro as matrizes jornalísticas que dão respaldo e legitimidade para o acontecimento e para o OmeleTV. A partir das categorias, será possível compreender, a partir do fluxo de conteúdos e informações, como o OmeleTV constrói o acontecimento, em um jogo de intersecção de informações que partem das matrizes da comunicação, em especial o do jornalismo, e das matrizes da narrativa proveniente do universo das Histórias em Quadrinhos e do Universo Cinematográfico da Marvel.

O movimento que este capítulo realiza é, em um primeiro momento, apresentar as categorias de análise, para na sequência discutir como os índices linguísticos que estão inseridos nelas se cruzam, a fim de mostrar a organização da informação pelas matrizes narrativas e jornalísticas, e por fim, mostrar, cronologicamente, como o acontecimento é construído e quais categorias são mais acionadas ao longo da cobertura.

A construção das categorias de análise deste trabalho se deu a partir do conteúdo presente no material empírico que será estudado aqui. A partir de uma Leitura Flutuante, em que se recomenda nos estudos de Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), a fim de se formular hipóteses e objetivos, podemos construir estas duas categorias de análise, pois elas refletem o modo a partir do qual as informações sobre o filme vão sendo construídas pelos redatores. Isso porque foi realizado um estudo minucioso dos

textos presentes nas falas dos redatores, que direcionavam o raciocínio de cada um deles para estas duas categorias.

As unidades de registro, nas categorias, serão apresentadas na ordem cronológica, a fim de que se possa compreender a construção do acontecimento pelo nível de argumento utilizado pelos redatores ao longo do tempo.

### 5.1 Nível Narrativo

Esta é a primeira categoria de análise deste trabalho. Aqui, estão concentradas as unidades de registro referentes ao nível de argumentação proveniente das narrativas das Histórias em Quadrinhos e do Universo Cinematográfico da Marvel (UCM). Para esta categoria, foram selecionadas as unidades de registro dos vídeos do OmeleTV, em que os redatores se valem das informações contidas nas narrativas das páginas dos quadrinhos e dos filmes do UCM para projetar possíveis narrativas que serão apresentadas em Vingadores – Era de Ultron.

É importante compreender que a narrativa é aspecto relevante para a cobertura desse tipo de acontecimento, ainda mais quando consideramos o nível de especialização que a audiência do OmeleTV congrega. São narrativas que se inserem dentro do contexto do universo das Histórias em Quadrinhos, onde lá são retiradas as ideias para a produção dos filmes do Marvel Studios, e meio pelo qual os redatores se valem a fim de também projetar ideias de narrativas para o cinema, e também as que se inserem dentro do contexto do Universo Cinematográfico da Marvel, pois existe aí uma construção narrativa estabelecida para a sétima arte do Marvel Studios, que ajuda os redatores a conjecturarem, a partir dos filmes, propostas de narrativas para Vingadores – Era de Ultron e para o Universo Cinematográfico Marvel como um todo.

A fim de que esta categoria possa ser compreendida em sua totalidade, a contemplamos com **duas** subcategorias. São elas: Histórias em Quadrinhos e Universo Cinematográfico da Marvel.

### 5.1.1 Histórias em Quadrinhos

Nesta subcategoria é mostrado como o OmeleTV se apropria das narrativas presentes nas Histórias em Quadrinhos para projetar possíveis narrativas e ideias que farão parte de Vingadores – Era de Ultron. Vale aqui recordar que os universos dos quadrinhos são diferentes do universo do cinema, motivo pelo qual toda a produção audiovisual em *live-action*<sup>19</sup> do Marvel Studios está alocada no Universo Cinematográfico da Marvel (UCM). Para que exista a última, é necessária a existência da primeira, que serve de base para referências e narrativas que podem ser utilizadas para a sétima arte. E essas referências e narrativas, ainda que muitas vezes sendo utilizadas de modo sutil, são colocadas propositalmente pelos produtores, pois levam aos fãs a discutirem, projetarem e especularem sobre o contexto e o futuro das narrativas dos filmes, que podem ser encontradas nas Histórias em Quadrinhos.

Dentro de uma lógica de Jornalismo Segmentado, cuja especialização temática é trabalha de forma intensa, faz-se mister o jornalista especializado neste ramo conheça profundamente o universo dos quadrinhos – no caso deste trabalho, os quadrinhos da Marvel.

A fim de situar de que maneira esta subcategoria entra em meio ao processo de construção do acontecimento, vamos a alguns exemplos.

No vídeo 1 (Vingadores 2 – Veja quem nós queremos ver na sequência!), publicado no dia 27 de abril de 2012, logo após o lançamento do primeiro Vingadores, cuja proposta de sequência do filme nem havia sido lançada, os redatores supõem a não participação do personagem Justiceiro no filme Vingadores – Era de Ultron, porque o herói **“não funciona bem em grupo, assim como o Demolidor”** (ausências confirmadas nos filmes). Argumentam ainda que, se Vingadores 2 for cósmico, o **“universo cósmico da Marvel tem personagens não muito bons”** (o filme não é cósmico). Ainda segundo os redatores, seria interessante ter a presença do herói Visão, porque **“sempre teve papel de destaque”** (o personagem está presente em Vingadores – Era de Ultron). Também gostariam de ver Hank Pym e Janet Van Dyne no segundo filme dos Vingadores, pois os dois personagens são **“membros fundadores dos Vingadores nos quadrinhos”** (os dois personagens não estão no filme). Outro personagem

---

<sup>19</sup> Termo usado no cinema e na televisão para designar produções em que se usam atores e cenários reais, diferentemente das animações.

que eles gostariam de ver no filme é o Pantera Negra, já que o personagem “**abre todo o Universo de Wakanda**” (o universo de Wakanda está inserido no filme, mas o Pantera Negra não). Essa lógica se mantém ao longo do vídeo, até mesmo para sugerir o tom do filme, ao dizer que se o Marvel Studios se apoiar nas histórias do Capitão América e do Falcão, “**com histórias mais pé no chão, quando lutam contra a desigualdade, quando as histórias do Capitão América tinham um pano de fundo muito político**”, é quando o estúdio estaria pensando em fazer um filme baseado mais nos quadrinhos, a fim de inserir o personagem Falcão.

No vídeo 3 (O futuro da Marvel nos cinemas), publicado em 2013, logo após a liberação do teaser-trailer<sup>20</sup> de Vingadores – Era de Ultron veiculado na Comic-Con de San-Diego, os redatores comentam os seus aspectos, dizendo que a “**cara do Ultron ficou perfeita. É a cara do Ultron dos quadrinhos. É um robô feio**” (ainda que o Ultron do teaser-trailer não seja parecido com o Ultron do filme) . No vídeo 4 (Os segredos de Vingadores 2), publicado em fevereiro de 2014, após informações que saíram ao longo da semana sobre o filme, os redatores buscaram nos quadrinhos situar o internauta sobre o que estava sendo tratado e sobre a provável narrativa que Vingadores – Era de Ultron poderia apresentar, quando eles dizem que,

**“nos quadrinhos o Visão foi criado para ajudar o Ultron para lutar contra os Vingadores. O Visão também é um androide, que depois se rebelou contra o Ultron e virou parte dos Vingadores. Ele tem um relacionamento com a Feiticeira Escarlate. O que vem dos quadrinhos é de que o Homem-Formiga é o criador do Ultron”.**

De toda essa informação oriunda dos quadrinhos, apenas se tem um vislumbre o provável relacionamento da Feiticeira Escarlate e do Visão, apresentada em um determinado momento do filme. E acrescentam que não veremos o Ultron igualmente poderoso como nas HQs, “**até porque se ele for igual aos quadrinhos, ele destrói a Terra inteira**”.

No vídeo 7 (Vingadores Era de Ultron – Expectativa na San Diego Comic Con 2014), publicado em julho de 2014, a partir de informações que já estavam circulando sobre o filme, os redatores as comentam, como o caso do robô Ultron, que segundo eles, se o vilão comandar um exército de robôs, seria algo “**completamente cabível dentro**

---

<sup>20</sup> Diferentemente do trailer, que mostra cenas gravadas do filme, o teaser-trailer é um pequeno vídeo, que pode ou não ter cenas gravadas do filme, no qual “provoca” os espectadores sobre o tom do filme, além de anunciar a data e o nome da produção.

**do Universo dos quadrinhos, porque o Ultron controla outras versões dele, porque afinal, ele é uma Inteligência Artificial**” (informação confirmada no filme). E acrescentam dizendo que gostariam de ver a versão final do Ultron com aquela **armadura parruda, aquele Ultron clássico, bem mais agressivo, que a gente conhece dos quadrinhos** (informação confirmada no filme).

No vídeo 8 (Marvel vs. DC – Quem venceu na San Diego Comic Con?), publicado diretamente de San Diego, no dia 1º de agosto de 2014, após terem assistido ao primeiro trailer de Vingadores – Era de Ultron, os redatores comentam sobre o tom do filme e a caracterização dos personagens. Entre eles, a armadura Hulkbuster, que apareceu durante o trailer. Um dos redatores, quando perguntado se **vai ser a Hulkbuster que nem a dos quadrinhos grandona?** A resposta é feita da seguinte forma: **Aquela grandona, cabeção redondo.**

No vídeo 13 (Vingadores – Era de Ultron – Live do primeiro trailer), publicado em outubro de 2014, quando o trailer é lançado oficialmente no dia anterior, após o vazamento do mesmo horas antes, o OmeleTV faz uma transmissão ao vivo, a Live, via YouTube, para comentar todos os aspectos do primeiro trailer de Vingadores – Era de Ultron. Uma das referências presentes nos quadrinhos e são lembradas por eles, que podem ser percebidas no trailer, é de que os drones controlados pelo vilão Ultron tem **“bem a cara do Ultron dos quadrinhos. É aquela cara do Ultron das HQs”**. Ainda durante a discussão do trailer, os redatores falam sobre a presença do metal Vibranium e da nação fictícia de Wakanda, que foi sugerido durante o trailer. Eles apontam essa sugestão dizendo que

**“Vibranium é uma das bases do Adamantium, que veio de um meteoro que caiu na nação de Wakanda. Wakanda que é a terra do Pantera Negra, e aí você vê a cara do Andy Serkis, e a gente está achando que é o Doutor Klaw, o Ulysses Klaw”.**

E justificam dizendo que o Andy Serkis está com a

**“mesma barba, a roupinha de explorador, porque quem é o Ulysses Klaw? É um cientista que desenvolveu uma tecnologia capaz de transformar som em matéria, só que ele precisa de Vibranium para fazer essa tecnologia funcionar, ele vai até Wakanda para buscar Vibranium. Nas HQs ele mata o pai do T’Challa, que era o Pantera Negra antes do T’Challa, tanto que ele perde a mão por conta duma ação do menino que defende o pai”.**

Dessas informações, se confirmou a presença de Vibranium em um lugar que foi sugerido durante o filme que seja Wakanda, e de que Andy Serkis realmente é o Ulysses Klaw, tendo um pequeno easter-egg no filme contando que realmente ele foi o responsável pela morte do pai do T'Challa.

A imagens a seguir (Imagem 1 e 2) mostram o formato da Live e as inserções de imagens do trailer para melhor ilustrar ao internauta que acompanha a transmissão.

#### Imagem 1 – Formato do vídeo Live

Fonte: Omelete



#### Imagem 2 – Inserções de imagem do trailer

Fonte: Omelete



No vídeo 19 (Vingadores – Era de Ultron e o futuro do Universo Marvel e o adeus a Spock), uma Live realizada no dia 27 de fevereiro de 2015, os redatores comentaram sobre as declarações do ator Mark Ruffalo sobre o desenvolvimento do herói Hulk em Vingadores – Era de Ultron, e o possível futuro do personagem no Universo Cinematográfico da Marvel. Se valendo das narrativas presentes nos quadrinhos para entender o personagem no filme e seu futuro no cinema, os redatores disseram que as declarações dadas pelo ator são interessantes,

**“porque nos quadrinhos a consciência do Hulk, ela domina o corpo em vários momentos e ele não volta a ser o Bruce Banner. Isso acontece bastante nas sagas espaciais. Isso acontece no Planeta Hulk, e pode ser uma pista aí”.**

Essa informação não se confirmou durante o filme, mas o final dele sugere que pode ser produzido um eventual Planeta Hulk, quando o herói, dentro de um jato, foge para o espaço.

No vídeo 24 (Vingadores – Era de Ultron – O Veredito), publicado no dia 23 de abril de 2015, no dia da estreia do filme no Brasil, os redatores entendem que o filme explora muitas coisas presentes nos quadrinhos. Um deles afirma: **“Eu sinto, quando eu assisto Vingadores, eu lembro de quadrinhos, porque é um negócio extremamente visual, tem aquelas cenas de todo mundo aparecendo”.**

Um dos últimos vídeos do OmeleTV na cobertura de Vingadores – Era de Ultron, é abordado o futuro do UCM pós Vingadores – Era de Ultron. É o vídeo 25 (O futuro da Marvel depois de Vingadores: Era de Ultron), publicado no dia 27 de abril, em que, ao comentarem sobre a importância do herói Thor na Fase 3 do UCM, com os acontecimentos de Vingadores – Era de Ultron, os redatores dizem que a narrativa de Ragnarok, que será adaptada para o cinema no terceiro filme do deus nórdico do trovão, a Marvel pode apresentar a dimensão Hel que **“é o inferno, você tem que mostrar isso em Ragnarok, e aí você vai mostrar a Hela. Agora, a Hela é a deusa da morte”.** E acrescentam dizendo: **“É a dimensão infernal, a dimensão abissal, ela é a líder da dimensão abissal”.**

Esses são alguns dos exemplos que percorrem em grande parte dos 27 vídeos do OmeleTV na cobertura de Vingadores – Era de Ultron, quando os redatores buscam no seu leque de conhecimentos vindos das histórias em quadrinhos para apresentar e justificar determinadas situações narrativas que podem ou não estar presentes no filme

e depois do filme. Porém, não somente o argumento é construído pelo universo dos quadrinhos, uma vez que Vingadores – Era de Ultron está inserido no contexto do Universo Cinematográfico da Marvel. Para isso, será discutida mais uma subcategoria de análise dentro da categoria narrativa: **O Universo Cinematográfico da Marvel**.

### *5.1.2 Universo Cinematográfico da Marvel*

A fim de projetar, discutir e entender como será Vingadores – Era de Ultron e o Universo Cinematográfico da Marvel depois do filme, o OmeleTV também se vale de informações que estão inseridas e foram construídas pela narrativa presente no cinema, do UCM. O UCM, para efeitos de contextualização, é formado pelos filmes do Marvel Studios veiculados no cinema, pelas séries de televisão “Agents of S.H.I.E.L.D.” e “Agent Carter”, e pelas séries produzidas pela Netflix, como “Demolidor” e “Jéssica Jones”. Todas as narrativas presentes nestas produções estão conectadas em um mesmo universo. Como por exemplo, na série Demolidor, aparece em um jornal uma manchete falando sobre o “Desastre de Sokovia”, ocorrido em Vingadores – Era de Ultron.

Assim como no universo dos quadrinhos, o Universo Cinematográfico Marvel, enquanto narrativa, também é fundamental para a organização do debate e construção das informações sobre o filme, que é o acontecimento. E é nesta subcategoria que estas informações do UCM serão discutidas. Para compreendê-la, vamos a alguns exemplos.

No vídeo 1, ao comentarem a provável presença do Pantera Negra e a nação de fictícia de Wakanda em Vingadores – Era de Ultron, eles justificam essa afirmação, lembrando do filme Homem de Ferro 2, dizendo que **“já foi estabelecido que Wakanda existe, num painel da S.H.I.E.L.D. que tinha uma bolinha ali, um alvinho na África num cantinho ali, que era Wakanda”**.

No vídeo 3, para entender a origem do vilão Ultron, eles entendem que a **“possibilidade do Ultron nascer da tecnologia Stark é muito grande e faz sentido, por conta de todo o contexto que foi criado até agora”** (a criação do Ultron é feita em partes, pela tecnologia Stark). Essa mesma situação é evidenciada no vídeo 4, quando discutem que **“se o cara que faz a voz do Jarvis vai ser o Visão, então será que o JARVIS vai virar o Visão? Será que a tecnologia do Visão vem das Indústrias Stark? Que é o que dá para imaginar que o Ultron também vem.”**



A informação de que o Jarvis vai virar o Visão foi acertada. Porém, o Visão não vem das Indústrias Stark. Já o Ultron, tem parte de sua criação oriunda das Indústrias Stark.

No vídeo 5 (Os Vingadores 3 e o futuro da Marvel nos cinemas), publicado em 28 de março de 2014, ao discutirem se a Feiticeira Escarlata e o Mercúrio estariam lutando junto com os Vingadores, em função da liberação de uma imagem conceitual, a confirmação de que isso iria acontecer está baseada no argumento de que o uniforme do Mercúrio **“parece um uniforme da S.H.I.E.L.D”** (ainda que o uniforme realmente pareça um uniforme da S.H.I.E.L.D., essa informação não se confirmou, pois o filme dá a entender que o uniforme foi produzido pelo Tony Stark). A seguir, evidenciamos como esse argumento é feito pelo OmeleTV na estrutura de bloco, em que existem também inserções de imagens e vídeos durante a discussão no bloco (Imagem 3 e 4).

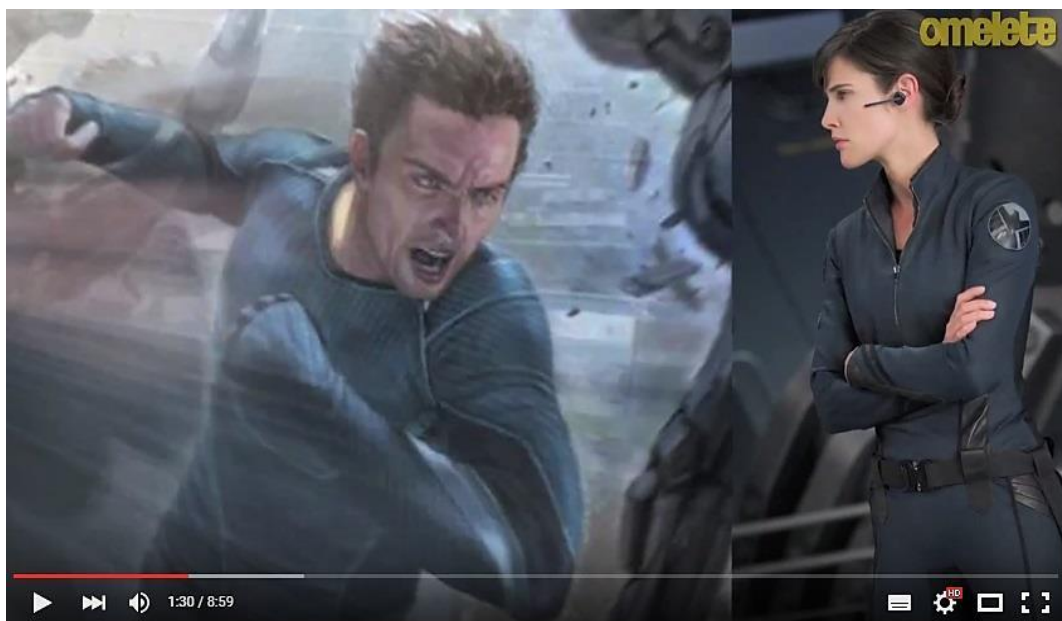
### Imagem 3 – Formato do vídeo Bloco

Fonte: Omelete



#### Imagem 4 – Inserções de imagens divulgadas

Fonte: Omelete



No vídeo 7, quando discutem o que será apresentado na San Diego Comic Con 2014, os redatores brincam com a sugestão do filme Vingadores – Era de Ultron envolver robôs, uma vez que Homem de Ferro 3 também envolveu este assunto. A ideia do filme Vingadores – Era de Ultron é de que o Homem de Ferro vai criar uma Legião de Ferro (robôs construídos para fazer a manutenção da paz mundial). Porém, isso é questionado e até vira alvo de brincadeiras por parte dos redatores. **“Mas como ele vai fazer isso? Ele não destruiu tudo em Homem de Ferro 3?”**, pergunta um dos redatores. **“Ah ele vai. Ele não fez a operação para deixar de ser o Homem de Ferro? E agora ele vai voltar a ser o Homem de Ferro”**, responde o outro redator em tom de brincadeira. Essas informações se confirmaram, porque realmente Tony Stark criou uma Legião de Ferro, e voltou como Homem de Ferro.

As projeções e especulações sobre o que estará presente no filme também foram feitas na Live do primeiro trailer do filme Vingadores – Era de Ultron (vídeo 13), quando eles discutem que o

**“cenário 1 você vê lá no topo é um castelo, um forte que fica na Itália, a gente está especulando aqui que seria a parte do Barão Von Strucker. Ele aparece no final de Capitão América 2, o Soldado Invernal, com os milagres, a Feiticeira Escarlata e o Mercúrio, eles estão lá, presos, a gente não sabe direito onde é aquilo, porque é uma instalação subterrânea”.**

Abaixo, evidenciamos na Imagem 5 o caso apresentado pelo o OmeleTV, indicando o provável castelo do Barão Von Strucker a fim de compreendermos a construção do argumento, citado acima pelos redatores.

**Imagem 5 - Ilustração da Live, indicando o provável castelo do Barão Von Strucker**  
**Fonte: Omelete**



O castelo mostrado durante o trailer e comentados durante a Live, tendo como referência as cenas que apareceram durante Capitão América 2 – O Soldado Invernal, se confirmou como sendo a sede do Barão Von Strucker, onde ele mantém os personagens Mercúrio e Feiticeira Escarlata presos nas instalações.

Referências ao filme Vingadores – Era de Ultron presentes em *easter-eggs* em cartazes de outros produtos da Marvel também são discutidas. No vídeo 21 (Sua cabeça nerd explodirá nas próximas semanas!), em formato de Live, que foi veiculada no dia 3 de abril de 2015, enquanto projetavam a semana seguinte como uma das semanas mais importantes para Nerds e Geeks, eles falaram sobre a ligação da série do Demolidor que acabara de estreiar, com Vingadores – Era de Ultron. **“A ligação é com o primeiro Vingadores, mas tem com o Universo dos Vingadores. Até aparece a Torre dos Vingadores em um dos cartazes do Demolidor. Aparece com o ‘azinho’ e tal”**. Essa Torre dos Vingadores, mostrado no cartaz de Demolidor, é realmente a Torre presente no filme.

Eles se referiam a essa imagem, ilustrada abaixo (Imagem 6), mas que não foi apresentada no vídeo.

**Imagem 6 - Ilustração do easter-egg da Torre dos Vingadores em Demolidor**  
**Fonte:** <http://mundoestranho.abril.com.br/blogs/turma-do-fundao/10-easter-eggs-que-voce-nao-viu-em-demolidor>



Após a estreia do filme, foi gravado O Veredito (vídeo 24), e algumas referências ao primeiro filme dos Vingadores foram mencionadas para fundamentar a posição do Omelete sobre o segundo filme da franquia. Segundo os redatores, o filme Vingadores – Era de Ultron

**“tem um pouco de senso de ameaça maior do que o primeiro Vingadores. O primeiro Vingadores é meio fanfarrão. Já esse filme não, esse filme tem uma gravidade maior, só que ele não deixa de ser um filme divertido, engraçado”.**

Referências ao Universo Cinematográfico Marvel pós-Vingadores – Era de Ultron também são feitas para projetar o futuro de todas as narrativas programadas pelo Marvel Studios. Segundo o redator Érico Borgo, que mandou suas impressões sobre o filme direto da Star Wars Celebration, em Anaheim, nos Estados Unidos, ele curte esse

**“tom, essa coisa que o Universo Marvel está meio que degradingando, que ameaças maiores virão, acho que isso é legal mostrar que as coisas não é só a felicidade dos super-heróis, que eles estão ali defendendo a Terra e todo mundo aceita isso.”**

No vídeo 26 (Resumo da Fase 2 no cinema), publicado no dia 5 de maio de 2015, os redatores Marcelo Hessel, Thiago Romariz e Natália Bridi discutem seus filmes favoritos. Para justificar suas escolhas, eles comentam sobre todos os filmes presentes na Fase 2 da Marvel através de referências desses filmes.

**“Thiago Romariz: Quais são os nossos filmes preferidos da fase 2?**

**Marcelo Hessel: Eu acho o Homem de Ferro 3 problemático mas é um filme que se arrisca mais.**

**Natália Bridi: HESSEL POLÊMICO!**

**Hessel: Desculpa, o Capitão América 2 é um filme super seguro, porque você vai num gênero que já é estabelecido, thriller de espionagem é meio fácil de fazer. É o Jason Bourne do Capitão América. E o Thor 2 eu gostei também, porque é um filme que vai para o humor ali de um jeito mais arriscado, mas o Homem de Ferro 3 é o mais arriscado de todos. Porque você vai de verdade para o lance do Homem de Ferro ser o show-man. Só que daí você mistura com mais um monte de coisa. É o pior filme, mas é o mais arriscado.**

**Natália: Mas é o que você mais gostou?**

**Hessel: Não, eu gosto mais é do Vingadores 2.**

**Romariz: Eu acho que essa fase 2, como a gente falou, a Marvel conseguiu fazer algumas coisas diferentes. Então pra mim, o Guardiões da Galáxia, por ter me apresentado um grupo de super-heróis que eu não conhecia, já tinha ouvido falar mas nunca tinha lido os quadrinhos ou nada de mais, foi o que mais me agradou. Ele conseguiu fazer referências pop de um jeito que, cara, eu não imaginava que fosse fazer um *space opera* com referências pop, e que tivesse um ‘quê’ de Star Wars, um ‘quê’ brega ali dentro sabe? Então, eu achei pra mim o melhor filme. E logo depois vem o Capitão América – O Soldado Invernal.**

**Hessel: Mais que Vingadores 2?**

**Romariz: Mais que Vinga...eu fico com Vingadores 2 e Capitão América ali disputando.**

**Natália: Agora aqui pensando. O Homem de Ferro é o que eu menos gosto, o 3. Gostei do Thor 2 bastante. Até me diverti muito mais, eu fui de má vontade no cinema, porque, não gosto de verdade do primeiro. O Capitão América 2 eu acho bem interessante. Não é tão divertido assim, eu acho o Soldado Invernal foda, aquela cena com a faca, eu acho um negócio muito legal. E Guardiões eu acho que é outra coisa assim. Eu me diverti mas eu não gosto do desfecho da dancinha e tal. E gosto muito porque é um filme que apresentou o James Gunn para o mundo, que era um cara que estava mais envolvido no Cinema B e agora é um cara que fica lá escrevendo no Facebook, conversando com os fãs.**

**Hessel: É, ele é legal, mas ele precisa se provar pra mim. Ele é meio que um sub-Joss Whedon.**

**Natália: Mas é aí que eu chego. Contado tudo isso, é o Vingadores 2 porque eu gosto muito do Joss Whedon. As piadinhas, as conexões que ele faz, o jeito que ele trabalha os personagens”.**

Como podemos perceber, através da matriz argumentativa advinda do Universo Cinematográfico da Marvel, os redatores conseguem projetar, especular, conjecturar e opinar também sobre o filme Vingadores – Era de Ultron e o UCM como um todo. A



categoria do Nível Narrativo, de uma forma geral, nos permite perceber que o argumento formado pela base narrativa das HQs e do Universo Cinematográfico Marvel é de intensa especialização temática. Muitas vezes, apenas com elas, os redatores conseguem acertar muitas das especulações que cercam o filme Vingadores – Era de Ultron, uma vez que eles mostram excelência no tema, por serem competentes leitores do universo narrativo (quadrinhos e cinema).

Entretanto, muitas dessas especulações também só podem ser comprovadas porque existe uma outra matriz que vem exclusivamente das informações que circulam nos meios de comunicação sobre o filme (fotos vazadas, declarações do diretor, de atores e produtores, rumores e etc.). E é sobre essa matriz que vamos discutir a partir de agora.

## **5.2 Nível Informativo-Institucional**

Não somente do nível narrativo se consegue projetar e acertar muitas das narrativas que estarão presentes em Vingadores – Era de Ultron, apesar de ela ser fundamental para também ajudar na projeção. O Nível Narrativo é algo nato de qualquer fã de quadrinhos e dos filmes da Marvel, podendo produzir o mesmo nível de argumentação utilizado pelos redatores do OmeleTV. Entretanto, o que não está inserido na natureza do fã é a apropriação de uma matriz que vem exclusivamente do jornalismo, que também auxilia na construção do acontecimento jornalístico.

A matriz jornalística apropriada e utilizada pelos redatores do OmeleTV são evidenciadas, partindo da premissa de que existe todo um processo de investimento na apuração, de recolher informações sobre o filme (e ganhando para fazer este trabalho). Existe um investimento maciço para estarem presentes nos grandes eventos internacionais da cultura Nerd, como as Comic Cons, as Premières de filmes, as grandes convenções especializadas em uma produção, como a Star Wars Celebration e etc. É uma atividade que podemos perceber muito claramente no jornalismo profissional tradicional sendo feito. É a necessidade de “estar lá”, de “ser referência”, de “dar aquilo que o concorrente não dá”. No eixo da segmentação e especialização, eles se tornam profissionais.

Para isso, foi criada esta categoria de análise, que está vinculada diretamente com a matriz jornalística e comunicacional. Nesta categoria, é dada a vazão para os conteúdos

que são de carácter informativo, de divulgação e institucional, como declarações de atores, de produtores, do diretor, informações sobre contratos e confirmação de atores no filme Vingadores – Era de Ultron, imagens do set vazadas, rumores que cercam a produção, e a narrativa do filme, seleção de pautas e a participação do Omelete nos grandes eventos realizando coberturas jornalísticas exclusivas sobre o filme e etc.

É importante salientar que é a partir desta matriz jornalística que as conjecturas propostas pelos redatores no OmeleTV passam a fazer sentido e se confirmarem, garantindo, pois, legitimidade ao Omelete, o fazendo ser referência na produção de informações para o público Nerd e Geek. Para que essa categoria possa ser melhor visualizada, vamos citar alguns exemplos.

No primeiro vídeo da cobertura de Vingadores – Era de Ultron do Omelete (vídeo 1), quando começam as especulações sobre quem estará na sequência, os redatores buscam nos contratos de atores e direitos de uso de personagens respostas para eles saberem quem possivelmente estará na sequência de “Os Vingadores”. Segundo um dos redatores, o herói Namor **“não faz parte do universo dos X-Men que está com a Fox”**. E justificam dizendo que

**“o universo mutante é da Fox, mas o Namor não é universo mutante, pois eles entregam uma cartilha. O Namor duvido que esteja nesta lista, porque ele já estava vendido para a Universal na época que saiu os X-Men. A Universal ia fazer, não fez, renovou, não fez de novo, e o Namor reverteu os direitos pra Marvel. O Namor está com a Marvel de novo”**.

Mesmo que a informação proceda, o herói Namor não está presente em Vingadores – Era de Ultron.

Ainda nesse sentido e neste mesmo vídeo, eles justificam a provável presença do Mercúrio e da Feiticeira Escarlata pois, segundo informações recentes,

**“apesar deles serem mutantes, eles não estão no universo mutante que está com a Fox. Pelo o que o Kevin Feige falou ali, eles estão numa intersecção, num limbo, numa área cinza, como ele falou, que daria para qualquer um dos dois usar, acho que quem gritar mais alto, leva”**.

E foi confirmado, posteriormente, a presença do Mercúrio e da Feiticeira Escarlata no filme “Vingadores – Era de Ultron”.

Ainda neste mesmo vídeo, eles sugerem a participação do War Machine (Máquina de Combate) no filme, para evitar gastos com o Robert Downey Jr. como Homem de

Ferro, que já está ficando caro. Segundo os redatores, **“a Marvel é mão de vaca”**, sugerindo, pois, que poderíamos ter War Machine ao invés de Homem de Ferro em Vingadores – Era de Ultron. Ambos os personagens aparecem no filme.

No vídeo 4, eles iniciam ao **“especular sobre o vilão, que vai ser o Ultron, já confirmado pela Marvel, e vai ser o James Spader”**. James Spader dublou e fez captura de movimento do vilão Ultron. Ainda neste mesmo vídeo, os redatores sugerem que podemos não ver o Pantera Negra e o universo de Wakanda no filme, porque

**“estão tendo algumas filmagens de Vingadores 2 acontecendo na África do Sul. A informação mais recente é de que a cena de abertura do filme é do Mercúrio e a Feiticeira Escarlata sendo perseguidos pelo Barão Von Strucker, não tem nada de Wakanda, nada de Pantera Negra. Até porque já foi noticiado de que Johannesburgo vai ser mesmo Johannesburgo, porque já tinha várias pessoas dizendo: ‘Ah, Wakanda’”**.

De fato, Wakanda não foi devidamente apresentada no filme. E a cena de abertura não acontece na África, e sim, na base da HIDRA, no leste-europeu, em uma cena que envolve o Mercúrio e a Feiticeira Escarlata presos pelo Barão Von Strucker, após passarem por experimentação ilegal em humanos.

No vídeo 5, os redatores comentam sobre a presença da armadura Hulkbuster, confirmada por conta de fotos e artes conceituais que saíram. Eles argumentam dizendo que

**“é bom lembrar que tem essa arte conceitual, e tem uma galera falando ‘Ah não, é só uma foto para mostrar que eles estão brigando’, mas não. Tem uma foto do set que mostra uma parte da Hulkbuster, então está acontecendo, e vai ser na África do Sul, porque, segundo a unidade de direção, eles estavam gravando as cenas lá.”**

A cena da armadura Hulkbuster, de fato, acontece na África, e existe sim um duelo entre Homem de Ferro (Hulkbuster) e Hulk.

A fim de entender a ausência de atores e possíveis tramas que serão apresentadas durante o filme, no vídeo 7, eles apresentam uma informação que foi veiculada durante a semana, e que é pautada no OmeleTV, ao dizerem que



**“vai rolar uma festa que parece que vai gerar um monte de subtramas que vão se desenrolar ao longo do filme. Uma delas é de que Jane Foster não está mais com o Thor. Ela deve aparecer nessa cena com Donald Blake, e ela não vai estar mais com o Thor. Vai ter jogos de salão, Vingadores também se divertem, vai ter a brincadeira ‘quem consegue mexer no meu martelo?’, parece que o Steve Rogers consegue dar uma mexida nele, não consegue empunhar, mas consegue mexer ele do lugar, o que vai ser bem engraçado. E o Dom Cheadle vai aparecer nessa cena, deixando uma esperança aí do Máquina de Combate substituir o Homem de Ferro num Vingadores 3 talvez, porque Robert Downey Jr. está ficando caro.”**

O vídeo 8 (Marvel vs. DC – Quem venceu na San Diego Comic Con 2014), eles fazem um OmeleTV diretamente de San Diego, explicando o trailer de Vingadores – Era de Ultron exibido na convenção. Aqui, neste caso, é importante lembrar que as informações veiculadas neste bloco direto de San Diego demonstram exatamente a apropriação da matriz do jornalismo, de ir até San Diego, cobrir um evento que é tipicamente presente na vida de Nerds, Geeks e amantes da cultura pop, e produzir informação, garantindo, pois, a legitimidade do site Omelete perante aos internautas Nerds e Geeks. Neste vídeo, eles contam um pouco de como foi o painel da Marvel e o trailer de Vingadores – Era de Ultron. Eles falam da chegada de **“Robert Downey Jr, parecia a Oprah, distribuindo rosas, parecia uma mistura de Roberto Carlos com Wando”**. Que o jeito divertido que a Marvel constrói seus painéis **“é isso que a Comic-Con quer ver: show! E eles entregam”**. Tem informação exclusiva da primeira imagem do vilão Thanos **“que aparentemente é o Thanos do Guardiões da Galáxia”**. Quando eles comentam sobre o trailer, algumas informações são confirmadas por eles, com as coisas que já haviam sido especuladas quando eles falam que o trailer **“começa com a festinha dos Vingadores, aquela festinha do martelo. E todo mundo tentando mexer o martelo do Thor e ele fica só rindo dizendo ‘Vocês não são dignos e tal’”**. A confirmação da presença da Hulkbuster no filme, porque existe **“muita coisa envolvendo o Hulk, você vê que em algum momento do filme o Hulk vai ser um problema, e daí aparece a Hulkbuster, a galera já veio tudo abaixo de novo”**.

Informações exclusivas também fazem parte desta categoria, pois é uma das formas que pertencem à matriz jornalística. No vídeo 12 (Guerra Civil explodirá na Marvel no cinema), publicado no dia 14 de outubro de 2014, eles lançam, ao vivo, uma informação exclusiva que eles tinham para o público internauta, dizendo

**“que pelo cartaz da Comic Con você vê que vai ter muitos Ultrons, vai se replicar, vai ter várias formas ao longo do filme, e tem uma forma final. Será que dá para contar? Você que sabe que está na Live a gente vai contar em primeira mão. Vai haver um Mega Ultron, um Ultron gigante, formado a partir dos corpos dos outros Ultrons. Eles se juntam e formam um Mega Ultron, e esse Ultron deve destruir Nova Iorque de novo, não sei se vai ser Nova Iorque ou não mas ele deve destruir a cidade de novo.”**

Apesar da exclusividade da informação, ela não se confirmou. A destruição causada pelo Ultron é a cidade fictícia de Sokovia sendo erguida para os céus, a fim de ser tornar um meteoro que se chocaria na Terra e extinguiria a vida humana no planeta.

Uma outra forma também de mostrar a apropriação da matriz do jornalismo para produzir informação para os seus públicos é o fato do OmeleTV escolher pautas para discussão. Em pelo menos três vídeos os redatores se apropriam de fatos que aconteceram, relacionados a Vingadores – Era de Ultron, para a produção de conhecimento. No vídeo 15 (Vingadores – Era de Ultron e como as coisas vazam na “net”), publicado no dia 7 de novembro de 2014, existe uma discussão muito detalhada sobre como que trailers, filmes, fotos e etc. são vazados na internet. A pauta de discussão é justificada porque nas semanas anteriores, houve o vazamento o trailer de Vingadores – Era de Ultron. Eles apresentam a pauta do dia dizendo:

**“Recentemente vazou o trailer de Vingadores – Era de Ultron, e foi aquele pega para capar, a Marvel teve que agir rapidamente, colocaram um comunicado falando que ‘Foi a HIDRA, HAHHAHA’ e depois na sequência liberaram oficialmente. Mas isso atrapalhou todos os planos da Marvel, eles tinham previsto para lançar em SEIS dias, dentro de um episódio de Agents of S.H.I.E.L.D., e ia usar o ‘buzz’ pra série. E toda a companhia Disney estava engajada no lançamento desse trailer, mas o trailer vazou, e a gente vai discutir aqui ‘Por que as coisas vazam na internet?’ e ‘como as coisas vazam na internet?’”.**

Em outro vídeo, o 16 (Ultron e o perigo das inteligências artificiais), publicado no dia 14 de novembro de 2014, eles também discutem detalhadamente a questão do uso das inteligências artificiais pelos governos, justificando a pauta através do vilão Ultron. Eles dizem que muitos cientistas podem pensar **“não vamos criar inteligência artificial porque todos vão virar o Ultron”**, como uma possibilidade. Ao contextualizar com o HAL, de 2001 – Uma Odisseia no Espaço, como o despertar da inteligência artificial, o Ultron seria a sequência deste despertar quando ele estabelece uma consciência sobre o mundo. Os redatores afirmam:

**“Uma das coisas que as máquinas sempre fazem quando percebem a maldade humana é tentar corrigir isso, e a correção muitas vezes é o extermínio, que é o que vai ser o Ultron”. E continuam o raciocínio, dizendo: “O Ultron seria como se o HAL já tivesse se safado da viagem, conseguisse pensar numa escala maior, tipo, ‘meu, agora eu tenho um corpo, consigo me movimentar melhor e tal’”.**

No vídeo 27 (O que queremos na versão estendida de Vingadores – Era de Ultron), publicado no dia 11 de maio de 2015, os redatores opinam sobre o que eles gostariam de ver na provável versão estendida de Vingadores – Era de Ultron, falando sobre o tempo de filme que está faltando já que o diretor

**“Joss Whedon fez um filme de 3 horas e 10. Então estão faltando 40 minutos de Vingadores. Esse material extra foi mostrado numa descrição do Blu-ray de Vingadores – Era de Ultron, que saiu num site de vendas, e depois foi tirado. Mas está certo que o Joss Whedon já gravou muito mais do que a gente já viu no cinema”.**

Isso denota que até mesmo uma provável versão estendida de Vingadores – Era de Ultron, que foi sugerida em uma informação em um site de vendas, vira pauta no site.

Nos vídeos 22 (Vingadores – Era de Ultron – Bloco SEM spoilers) e 23 (Vingadores – Era de Ultron – Bloco COM spoilers), ambos publicados no dia 14 de abril, o redator Érico Borgo foi até Los Angeles acompanhar a Première de Vingadores – Era de Ultron e assistir ao filme em primeira mão. Após o filme, ele gravou, juntamente com dois redatores do Omelete, via Skype, direto de Los Angeles, os blocos do filme Vingadores – Era de Ultron SEM e COM spoilers.

As imagem a seguir (Imagem 7) mostra como foi o formato apresentado pelo OmeleTV na produção destes dois blocos.

Imagem 7 – Bloco gravado com o redator Érico Borgo direto de Los Angeles, via Skype  
 Fonte: Omelete



No bloco SEM spoilers, são apresentadas aos internautas informações sobre a narrativa do filme que não contam detalhes importantes. São feitos apenas comentários breves sobre o tom do filme, impressões pessoais sobre determinados aspectos do filme e confirmação de rumores que já eram de conhecimento de grande parte do público Nerd e Geek. Como por exemplo:

**“Do estúdio: Muita gente quer saber. É sobre o Mercúrio e a Feiticeira Escarlata, como que esses dois estão no filme, se eles tem uma boa química, se eles se encaixam bem nos Vingadores, e tem uma comparação que todo mundo faz. Esse Mercúrio é melhor ou pior do que o Mercúrio que a gente viu em X-Men Dias de um Futuro Esquecido?”**

**Érico Borgo: Cara, a Feiticeira Escarlata e o Mercúrio são outras das coisas mais legais do filme, especialmente a Feiticeira Escarlata. A Elizabeth Olsen destrói. Essa mina é muito boa cara. Ela é *creepy*, eles usaram uma coisa meio bruxa, tem uns elementos de filme de terror às vezes. Conseguiram uma forma interessante de demonstrar os poderes dela. Já o Mercúrio, ele é legal, mas eu gosto mais daquele Mercúrio do filme dos X-Men!? E aqui o Aaron-Taylor Johnson meio que entra mudo e sai calado. Mas eles tem um negócio entre eles dois muito bom. Eles atuando junto como gêmeos eles convencem. Agora os poderes dele eles não usam tão bem quanto aquela cena de Dias de um Futuro Esquecido, sabe? Desacelerou o tempo, que tem aquela coisa da piada, dele mexendo tudo. Eles não mostram os poderes do Mercúrio no nível que eles deveriam aparecer. Tem duas ou três cenas com o Mercúrio que são legais, o resto é ok assim. Ele, de todos os personagens novos com atuações novas é o pior.”**

Já no bloco COM spoilers, são discutidas as perguntas que pretendem ter detalhes importantíssimos da trama do filme. A morte de personagens, a cena pós-créditos, o destino de determinados personagens no UCM. Como por exemplo:

**“Do estúdio: Agora, a última pergunta. É a que mais querem saber. Como que é a ligação disso para a Guerra Civil? Existe já a cisão do Capitão América com o Homem de Ferro e alguém morre nesse filme?”**

**Érico Borgo: Bom, paciência né? O povo quer saber, a gente vai falar. É o seguinte. Existe sim a questão do Tony Stark e o Steve Rogers terem seus pontos de vista antagonizando ao longo o filme, mas eles terminam bem. Mas de novo, no final desse filme, ele sai ‘não, eu preciso pensar, preciso recompor minhas ideias’ e ele vaza. Deixando o Capitão América no controle dos Vingadores, aliás, dos Novos Vingadores.**

**Do estúdio: Mas Érico. Quem morre nesse filme?**

**Érico Borgo: Tem um Vingador que morre. É o Mercúrio. O Mercúrio bateu as botas mesmo. Morre salvando o Gavião Arqueiro. Muita gente já sabia que ele ia morrer. A internet já tinha percebido que em determinadas cenas o Mercúrio não aparecia. A Feiticeira fica. Rola uma troca de olhares ali com o Visão, que é um negócio que eu fiquei feliz pra caralho por ter acontecido. Agora só pra encerrar aqui. Não tem o tal do Super-Herói Secreto, que estava todo mundo falando que tinha um Super-Herói Secreto no filme, não tem. Sabe o que não tem também? O tal do Ultron Gigante formado de todos os outros robôs.”**

Os redatores também se valem do jornalismo para anunciar a cobertura que farão da Première do filme (vídeo 23), para garantir para todos os Nerds e Geeks que acessam ao Omelete, que a cobertura de Vingadores – Era de Ultron só se encontra no Omelete e no OmeleTV. Eles dizem:

**“Dia 13 de abril, estarei na Première de Vingadores – Era de Ultron, lá em Los Angeles com o Lucas. O Lucas é o vencedor. A gente fez lá na Comic Con Experience uma promoção, a gente fez um quiz lá no palco, quem acertou o nome de todas as Gemas do Infinito ganhou o direito de ir lá e cobrir a Première de Vingadores comigo. Então eu e o Lucas vamos fazer um OmeleTV de lá, e de cara a gente já vai mandar as primeiras impressões do filme, no próprio dia 13, já vou publicar um texto, não sei se a Crítica ou Da Frigideira, eu vou publicar alguma coisa aqui no omelete.com.br sobre Vingadores – Era de Ultron, o filme, dia 13. No dia 14 a gente já deve fazer alguma coisa, gravar algum vídeo, eu o Thiago, o Forlani, o Hessel está de férias ainda, pra soltar no dia 14 ou dia 15 já falando Com Spoilers e Sem Spoilers, então se você tem perguntas, já deixa aqui pra gente, nos comentários da página do Omelete, nos comentários no YouTube, 5 perguntas sem spoilers, 5 perguntas com spoilers, pra gente responder isso no dia 14, dia 15 já lança esse vídeo.”**

Sistematizada pelos exemplos citados acima, essa categoria, por fim, mostra que, a partir da apropriação do discurso jornalístico (critérios de noticiabilidade, acontecimento, fonte, lugar de fala legítimo), o OmeleTV se consolida como um lugar

que, mesmo especulando sobre a narrativa do filme Vingadores – Era de Ultron e o futuro do UCM tomando por base as HQs e os filmes, ainda assim a matriz jornalística vem para garantir a legitimidade das informações, para confirmar ou derrubar rumores e conjecturas produzidas pelo próprio OmeleTV.

Apesar de a matriz narrativa ser fundamental na construção do acontecimento, por servir de base e de fonte para justificar prováveis narrativas e ideias presentes no filme, é a matriz informativa-institucional que vai permitir que essa informação seja legítima, e conseqüentemente, o acontecimento seja legítimo. Ademais, vale destacar que a apropriação das práticas jornalísticas, de cobertura de eventos, de seleção de pauta, além da própria verificação da procedência das informações que eles possuem em mãos (apurção) legitimam o OmeleTV como o canal que dará uma informação exclusiva, apurada e concreta sobre a narrativa do filme. E é por meio da aceção das matrizes jornalísticas para fomentar a legitimidade da construção do acontecimento jornalístico, juntamente com as matrizes narrativas próprias do eixo Nerd e Geek (HQs e UCM), que o acontecimento se constrói para esse público.

Essa relação de **narrativa x informativo-institucional**, a fim de que o OmeleTV se estabeleça como um lugar legítimo de produção de conteúdo Nerd e Geek, e construa um acontecimento jornalístico ao cobrir Vingadores – Era de Ultron, será abordada no item seguinte, quando estas duas matrizes conformam a produção de micro-acontecimentos que vão culminar em um acontecimento.

### 5.3 Categorias cruzadas: Nível Narrativo x Nível Informativo-Institucional

Nesta seção, veremos como estes níveis de produção (Narrativo e Informativo-Institucional) formam uma base argumentativa para construir o acontecimento e legitimá-lo para o seu público, a fim de oferecer ao público Nerd e Geek informações concretas, importantes e diferentes dos demais portais de comunicação segmentada na internet para Nerds e Geeks. Veremos, aqui, como em alguns casos se forma o argumento a partir da matriz narrativa (Histórias em Quadrinhos e Universo Cinematográfico Marvel) e da matriz informativa-institucional, para a constituição do acontecimento jornalístico.

No vídeo 1, eles entendem a necessidade de uma nova heroína e de um herói negro. Para isso, eles justificam esta premissa dizendo que “**tem o Nick Fury que é**

**negro mas ele não luta**” (nível narrativo do UCM). **“Pode ter, ou o Pantera Negra, se for para um lado mais global”** (nível narrativo dos quadrinhos), **“mas se quiser desenvolver o lado do Capitão América, precisa pegar o Falcão”** (nível narrativo dos quadrinhos). **“Se o Robert Downey Jr. quiser fazer só os filmes do Homem de Ferro, coloca o Máquina de Combate”** (informação do nível informativo-institucional, por se tratar de contratos de atores).

Outro caso é apresentado no vídeo 4, quando discutem sobre as pistas que são dadas pelo teaser, pelas declarações e confirmação de atores e diretor e pelo Universo Marvel do cinema, como será o enredo do filme: **“Vamos começar especulando sobre o vilão de Vingadores 2, que vai ser o Ultron, já confirmado pela Marvel, e vai ser o James Spader. Depois que saiu a notícia de que o Visão estaria no filme, e vai ser o Paul Bettany”** (nível informativo-institucional). **“Paul Bettany é o mesmo cara que faz a voz do Jarvis”** (nível narrativo do UCM). **“Isso já vai dando algumas pistas de como vai ser o enredo do filme. Porque, você volta ao teaser da Comic Con, você o capacete do Homem de Ferro se transformando no Ultron”** (nível informativo-institucional), **“então, dá para deduzir: se o cara que faz a voz do JARVIS vai ser o Visão, então será que o Jarvis vai virar o Visão? Será que a tecnologia do Visão vem das indústrias Stark? Que é o que dá para imaginar que o Ultron também vem”** (nível narrativo do UCM). **“Nos quadrinhos o Visão foi criado para ajudar o Ultron para lutar contra os Vingadores. O Visão também é um androide, que depois se rebelou contra o Ultron e virou parte dos Vingadores. Ele tem um relacionamento com a Feiticeira Escarlate. O que vem dos quadrinhos é de que o Homem-Formiga é o criador do Ultron”** (nível narrativo dos quadrinhos), **“mas o Joss Whedon disse que ele não vai aparecer no filme dos Vingadores e que ele não é o criador do Ultron. E também porque o filme do Homem-Formiga está só na terceira fase da Marvel”** (nível informativo-institucional).

Ainda no vídeo 4, quando eles falam sobre o vilão Ultron, também há a articulação entre o informativo-institucional e narrativo. **“O que tem que ser feito em termos de efeitos é algo diferente dos filmes do Homem de Ferro, porque você vai ter robô de novo e tal”** (nível narrativo do UCM). **“O Joss Whedon disse que o Ultron não vai ser tão forte como é nos quadrinhos. Que ele vai ser diferente, vai ser mais acessível”** (nível narrativo dos quadrinhos e informativo-institucional). **“Até porque se ele for igual aos quadrinhos, ele destrói a Terra inteira, e para isso eles tem o Thanos”**

(nível narrativo dos quadrinhos e do UCM). Ainda sobre o Ultron, no vídeo 6, publicado no dia 23 de maio de 2014 (Godzilla vs. Pacific Rim e ótimas novidades sobre Vingadores 2) eles discutem o visual do vilão. **“O Ultron parece que vai ter 3 versões no filme, o que é muito legal”** (nível informativo-institucional). **“O Ultron além de ser uma inteligência artificial ele também sofre upgrades, ele tem várias formas”** (nível narrativo dos quadrinhos), **“e o James Spader vai fazer captura de movimento uma hora, então talvez ele tenha uma cara mais humanoide algum momento”** (nível informativo-institucional). **“Seria muito legal se o primeiro Ultron parecesse aquela batedeira gigante que o Hank Pym criou nos quadrinhos”** (nível narrativo dos quadrinhos). **“Até faz sentido ter isso, porque o primeiro Homem de Ferro tinha. Eles usaram a Mark 1 bastante parecida com a Mark 1 dos quadrinhos”** (nível narrativo do UCM e dos quadrinhos).

A fim de projetar como será a narrativa do filme, os redatores também se ancoram nessa relação narrativa x informativo-institucional. No vídeo 7, ao discutirem como será a abertura do filme, os redatores apostam: **“Essa abertura aparentemente se passa na invasão dos Vingadores ao complexo que a gente viu no final do Capitão América O Soldado Invernal, aquele complexo da HIDRA com o Barão Von Strucker, que está mantendo lá prisioneiros o Mercúrio e a Feiticeira Escarlate”** (nível informativo-institucional e nível narrativo do UCM). **“O Barão Von Strucker, você sabe, é um dos fundadores da HIDRA”** (nível narrativo dos quadrinhos). **“Ele ainda tem um cadáver de um Leviatã, aquele monstro dos Chitauri que apareceu no primeiro Vingadores”** (nível narrativo do UCM). **“E nessa cena inicial que parece que a Feiticeira Escarlate vai mexer na cabeça do Hulk de alguma maneira para ele acreditar que aquele Leviatã está vivo, para ele começar uma destruição ali contra os Vingadores”** (nível informativo-institucional). **“Talvez já apareça a Hulkbuster, a famosa armadura do Homem de Ferro para conter o Hulk”** (nível narrativo dos quadrinhos), **“não necessariamente nessa cena, mas já apareceu no set a armadura”** (nível informativo-institucional).

Os vídeos 9 (O fim do Capitão América no cinema) e 10 (Guerra Civil da Marvel e os Novos Vingadores) discutem a construção da saga da Guerra Civil no cinema, impactadas diretamente, no UCM, pelos acontecimentos de Vingadores – Era de Ultron. No vídeo 9, os redatores cometam: **“A gente já vê um confronto entre o Capitão América e o Homem de Ferro desde o primeiro filme”** (nível narrativo dos



quadrinhos e do UCM), **“então deve ser uma coisa que vai aparecer muito em Vingadores 2, e que eles podem começar a mostrar que a Guerra Civil vai aparecer no cinema”** (nível informativo-institucional e narrativo do UCM). No vídeo 10 (A Guerra Civil na Marvel e os novos Vingadores no cinema), publicado no dia 12 de setembro de 2014, os redatores ainda comentam: **“Eu acho que a cisão pode dismantelar os Vingadores como são hoje, porque tem todo aquele rumor que vão mandar o Hulk para o espaço** (nível informativo-institucional e nível narrativo dos quadrinhos) **no final do filme”** (Vingadores – Era de Ultron). **“Eles podem brigar com o Tony Stark, que é um começo da Guerra Civil”** (nível informativo-institucional e nível narrativo dos quadrinhos). **“Porque se ele vai recrutar Novos Vingadores, você tem a equipe original desfeita”** (nível informativo-institucional e nível narrativo do UCM), **“o que para a Marvel deve ser muito interessante, porque você consegue um elenco novo, você pode pagar menos, você pode apresentar novos personagens, isso seria um evento interessante que mudaria tudo”** (nível informativo-institucional).

Pela sinopse oficial que foi divulgada do filme, os redatores conseguem, a partir dessa relação informativo-institucional x narrativo, confirmar rumores que os próprios redatores haviam discutido. Isso pode ser evidenciado no vídeo 11 (Os Vingadores 2 – A Era de Ultron – Novidades reveladas sobre o filme), publicado no dia 19 de setembro de 2014. **“Gostei da sinopse de Vingadores – Era de Ultron, que vai totalmente ao encontro do que a gente já estava falando a algum tempo, que é o Tony Stark criando seu drones, hoje drone está na moda, uma das discussões éticas mais acaloradas da guerra é que se você for mandar máquinas para guerra, você elimina qualquer senso de humanidade. É Skynet. Está criando um exército de máquinas assassinas. E então o Tony Stark parece que vai criar esse grupo, esses androides”** (nível informativo-institucional), **“parece que vai usar a tecnologia Stark para fazer essa manutenção da paz”** (nível narrativo do UCM), **“uma ONU robô, por isso que o Ultron tem o logo dos Vingadores. Aquela primeira carcaça do Ultron que eles mostraram na Comic-Com de San Diego, e deve ser por aí”** (nível informativo-institucional).

Depois da estreia do filme, os redatores começam a projetar o futuro do Universo Cinematográfico Marvel (cinema, televisão, Netflix), percebendo que muitas das teorias e especulações sobre a narrativa do filme Vingadores – Era de Ultron foram amplamente acertadas por eles. As novas especulações começam a ganhar um caráter extremamente

igual ou até maior aos projetados para Vingadores – Era de Ultron (vídeo 25, O futuro da Marvel pós Vingadores – Era de Ultron, publicado no dia 27 de abril de 2015), se valendo da relação informativo-institucional e narrativo. Vejamos: **“Muita coisa aconteceu como a gente imaginava e agora existe uma possibilidade extra. Foi revelado que os contratos da Marvel agora envolvem cinema e TV. Então o que a gente tem imediatamente a seguir: a gente tem a série do Luke Cage, do Demolidor a segunda temporada, e tem o Punho de Ferro. E tem Jessica Jones. Mas tem o Punho de Ferro tá?”** (nível informativo-institucional). **“É um personagem que tem base no Universo Místico na Marvel. Ele conhecia a cidade perdida de K’un-Lun. Existem sete cidades aí em outros planos que elas aparecem na Terra a cada 88 anos. Mas uma delas aparece a cada 10 anos, e essa é K’un-Lun, e o Punho de Ferro adquire suas habilidades lá”** (nível narrativo dos quadrinhos). **“Acho que teve um vislumbre disso em Demolidor. Esse é um dos *easter-eggs* que a gente tem em Demolidor, sobre os Defensores. Tem uma personagem falando que é de uma terra longe, de um país distante, mais distante do que a China”** (nível narrativo do UCM). **“Surgiu um rumor aí, de que o Doutor Estranho, que é outro personagem da parte mística da Marvel vai participar dessa série do Punho de Ferro. Pode ser já uma preparação para essa terceira fase. Se nada atrasar nesse cronograma da Netflix, eles vão lançar agora Jessica Jones no final do ano, no começo do ano que vem o Luke Cage, e o Punho de Ferro no final de 2016, mais ou menos ali na época em que vai estrear o filme do Doutor Estranho, que é novembro de 2016. Deve ser isso né, porque os dois saem na mesma época”** (nível informativo institucional), **“os dois são do universo místico”** (nível narrativo dos quadrinhos).

Com o anúncio de uma provável versão estendida de Vingadores – Era de Ultron, alguns aspectos que ficaram faltando no filme são discutidos entre os redatores, no vídeo 27. Como é o caso da mulher misteriosa que aparece no segundo trailer de Vingadores – Era de Ultron, e eles gostariam de ter a certeza se a personagem é ou não uma Dora Milaje.

**“Tem a questão das Dora Milaje que são as guarda-costas do T’Challa, do Pantera Negra** (nível narrativo dos quadrinhos). **Que aparece no trailer a figura, e o Kevin Feige falou ‘não, aquilo lá não é nada, aquilo não é nada, é uma mulher, é uma piração do Thor’** (nível informativo-institucional). Velho, desculpa, é uma Dora

Milaje, você que está tentando me enganar. Como se ele fosse realmente colocar uma pessoa pra colocar no trailer e não é nada”.

Essa relação informativo-institucional x narrativo percorre em praticamente todos os 27 vídeos do OmeleTV na cobertura de Vingadores – Era de Ultron. Algumas vezes, prevalecem mais informações do nível informativo-institucional, se consolidando, pois, em vídeos com um caráter mais informativo. Outras vezes, prevalecem informações de cunho narrativo, ancoradas nas páginas dos quadrinhos e das referências do Universo Cinematográfico Marvel, em que as projeções se valem única e exclusivamente destas duas vertentes narrativas.

E é nesse jogo de apropriação dessas duas vertentes, denotadas neste trabalho pelas duas principais categorias de análise, que o acontecimento é construído. À medida que informações, fotos, trailers e etc. são discutidos no OmeleTV ancorados também pela matriz informativa-institucional, um micro-acontecimento se materializa e agrega sentido ao contexto do acontecimento “Vingadores – Era de Ultron”. A fim de visualizar essas matrizes se materializando em micro-acontecimentos, na construção do acontecimento “Vingadores – Era de Ultron”, será feito a seguir uma avaliação qualitativa da frequência do uso das duas matrizes (lembrando que uma delas é dividida em duas subcategorias) discutidas neste trabalho, em uma linha cronológica.

#### 5.4 Cronologia micro-acontecimental e frequência das matrizes

A fim de compreender a construção do acontecimento ao longo do tempo de cobertura do filme “Vingadores – Era de Ultron”, apresentaremos um esquema qualitativo a fim de avaliar a frequência em que as matrizes categorizadas neste trabalho como **informativo-institucional** e **narrativa** são apropriados e utilizados pelo OmeleTV para fomentar um micro-acontecimento, na construção do acontecimento. O esquema a seguir mostra a frequência do uso das duas categorias deste trabalho sendo utilizadas para fundamentar o ponto de micro-acontecimento. Os vídeos estão em ordem cronológica.

O **vídeo 1**, por apresentar um caráter meramente especulativo e opinativo sobre quem os redatores gostariam de ver na provável sequência de “Os Vingadores”, eles utilizam as três vertentes (informativo-institucional, narrativa dos quadrinhos e narrativa do UCM) para fomentar o argumento.

O **vídeo 2** também se vale das três vertentes, uma vez que o nome do filme é o vilão são anunciados na San Diego Comic Con 2013, além das declarações dos produtores do filme. No **vídeo 3** se discute e comenta o teaser trailer exibido na San Diego Comic Con 2013, e para projetar e especular sobre o filme, as três vertentes são utilizadas para comentar o trailer e falar sobre o tom do filme com anúncios feitos durante a Comic Con.

O **vídeo 4**, o próprio título do vídeo já sugere o uso das três vertentes argumentativas, pois eles vão tentar descobrir “Os segredos de Vingadores 2”. O mesmo vale para o **vídeo 5**, quando os redatores especulam sobre o futuro da Marvel no cinema, e ao falar sobre o impacto de Vingadores – Era de Ultron para o Universo Cinematográfico da Marvel, eles procuram projetar com base em informações recentes, artes conceituais, fotos de set vazadas e narrativas presentes nos quadrinhos, além do próprio UCM.

O **vídeo 6** os redatores sugerem como o filme irá se construir a partir das informações que circularam durante a semana, mas que só é possível ser entendida e discutida, porque existe uma base narrativa dos quadrinhos e do UCM que permite tal discussão.

O **vídeo 7** é a preparação para a cobertura da San Diego Comic Con 2014, e as expectativas do Omelete para a exibição do trailer de Vingadores – Era de Ultron. E a partir de informações recentes que saíram, das pistas deixadas no filme do Capitão América 2 e nos demais filmes da Marvel, e uma base narrativa dos quadrinhos para confirmar tais especulações, são feitas para se projetar o que poderá ser exibido no painel da Marvel na Comic Con.

O **vídeo 8**, diferente dos 7 primeiros vídeos, não conta com a vertente do Universo Cinematográfico Marvel, porque é justamente a informação pura, *hard*, direta da Comic Con sobre o trailer de Vingadores – Era de Ultron, em que prevalece os traços da cobertura jornalística acima dos níveis de comparação com os quadrinhos.

O **vídeo 9**, apesar de curto, mostra os redatores pensando a construção para a Guerra Civil a partir de acontecimentos de Vingadores – Era de Ultron. Em um comentário breve, o redator busca as três vertentes para justificar a saga da Guerra Civil nos cinemas. A mesma discussão é feita no **vídeo 10**, sobre como a Guerra Civil poderá acontecer no cinema, a partir de Vingadores – Era de Ultron. A diferença é que neste vídeo, os redatores usam três vertentes de discussão, com uma frequência amplamente

maior da vertente informativa-institucional, para justificar os rumores de que a Guerra Civil pode acontecer no cinema.

O comentário sobre a sinopse do filme Vingadores – Era de Ultron (**vídeo 11**) é feito pelo OmeleTV, que utiliza a vertente informativa-institucional (que é a mais utilizada, por conta do caráter informativo do vídeo) e a vertente narrativa do UCM. A prevalência da vertente informativa-institucional sobre as demais vertentes também ocorre na Live sobre a confirmação da Guerra Civil no cinema (**vídeo 12**). Os redatores falam sobre os prováveis acontecimentos de Vingadores – Era de Ultron, baseados em rumores e informações exclusivas. Porém, essas informações são pouquíssimas vezes pinceladas por comentários que carregam as vertentes dos quadrinhos e do UCM.

Um equilíbrio entre as três vertentes é feito na Live sobre o primeiro trailer de Vingadores – Era de Ultron (**vídeo 13**), em que os redatores comentam cada aspecto do trailer baseando-se nas vertentes informativa-institucional, narrativa dos quadrinhos e narrativa do UCM. O **vídeo 14**, entretanto, se vale apenas da vertente informativa-institucional para discutir, a partir dos filmes que o Marvel Studios anunciou até 2020, entender como será Vingadores – Era de Ultron, segundo as declarações da equipe de produção do filme, de rumores, de notícias que saíram ao longo da semana.

Os **vídeos 15 e 16** também se valem apenas da matriz Informativa-Institucional. Porém, possui um diferencial. São acionados conhecimentos do jornalismo e da ciência para pautar o OmeleTV nestes vídeos. O vídeo 15, em que os redatores discutem “como as coisas vazam na internet”, o vazamento do trailer de Vingadores – Era de Ultron foi gancho de pauta para a produção desse OmeleTV. O vídeo inteiro é informativo-institucional. O vídeo 16, cuja discussão feita pelos redatores é sobre os “perigos da Inteligência Artificial”, Vingadores – Era de Ultron também é gancho para pauta, em função do vilão Ultron ser uma Inteligência Artificial. O vídeo é puramente informativo-institucional.

O **vídeo 17** (Expectativa 2015 – FILMES – Vingadores, Jurassic World e muito mais) se vale exclusivamente da vertente informativa-institucional, pois pelas próprias experiências e pelas informações prévias, projetam Vingadores – Era de Ultron como o “**filme do ano**” de 2015.

O uso das três vertentes de discussão voltam no **vídeo 18** (Homem-Aranha em Vingadores e trailer 2 de Vingadores 2 comentado), em que nesta Live, os redatores comentam todos os aspectos do segundo trailer de Vingadores – Era de Ultron. É

semelhante ao processo feito na Live do primeiro trailer de Vingadores – Era de Ultron (vídeo 13). O mesmo acontece no **vídeo 19**, em que os redatores falam sobre os materiais que a Marvel divulgou e as declarações feitas por atores sobre Vingadores – Era de Ultron, estabelecendo um paralelo com o nível dos quadrinhos e do UCM.

O **vídeo 20** se utiliza de duas vertentes: informativa-institucional e narrativo do UCM. Esses dois níveis de discussão são acionados pelos redatores, prevalecendo o informativo-institucional, para comentar sobre a possível presença de um herói misterioso em Vingadores – Era de Ultron. O mesmo vale para o **vídeo 21**, em que o OmeleTV é dedicado em apresentar como será feita a cobertura da Première de Vingadores – Era de Ultron, em Los Angeles. Em praticamente todo o vídeo, é feita uma promoção institucional do OmeleTV sobre a cobertura da Première, com algumas poucas inserções do nível narrativo do UCM.

Os próximos **três vídeos (22, 23 e 24)** são referentes exclusivamente à cobertura do OmeleTV: bloco SEM spoilers, bloco COM spoilers e O Veredito, respectivamente. Aqui, são acionadas as três vertentes para comentar para o internauta o acerto ou o erro dos rumores, o que existe no filme que lembra aos quadrinhos, as referências ao Universo Cinematográfico Marvel. Entretanto, este último é o mais acionado, pois ele serve como base de discussão do antes e depois do UCM com o filme Vingadores – Era de Ultron.

A mesma lógica dos primeiros vídeos, em que se falava sobre o futuro do Universo Marvel no cinema é feita no **vídeo 25** com Vingadores – Era de Ultron sendo um marco para os próximos filmes e séries. Essa projeção é feita mesclando as três vertentes de discussão.

O **vídeo 26**, onde é discutida a Fase 2 da Marvel e qual o filme favorito dos redatores do OmeleTV, basicamente é acionado somente argumentos do nível narrativo do UCM para justificar as escolhas. O mesmo pode ser dito do último vídeo, o **27**, em que os redatores projetam sobre o que pode estar presente na versão estendida de Vingadores – Era de Ultron. O Universo Cinematográfico Marvel, especialmente o próprio filme dos Vingadores é acionado a todo instante, com poucas inserções de comentários do nível informativo-institucional e narrativo dos quadrinhos.

Observamos, ao longo desta análise, como o OmeleTV, que a partir da apropriação da matriz jornalística (nomeada categoricamente neste trabalho como informativo-institucional) e do acionamento de conhecimentos do nicho Nerd e Geek

(histórias em quadrinhos e filmes do Universo Cinematográfico Marvel), é construído um acontecimento, a partir de micro-acontecimentos presentes nos vídeos. Ficou reservado para as considerações finais, as respostas e sugestões que esta análise da cobertura jornalística segmentada do OmeleTV podem estabelecer neste trabalho. Vamos para as considerações finais entendendo que se trata de uma cobertura de intensa especialização temática, articulada por conhecimentos próprios do nicho Nerd e Geek, que se legitimam a partir da entrada de uma matriz jornalística para fundamentar os conceitos, projeções, conjecturas e apostas do site.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cultura Nerd e Geek é uma cultura da curiosidade, da troca de referências, do aprofundamento sob determinado assunto em diversas perspectivas e níveis de conhecimento, como pontua Patricia Matos (2011). O que se percebe, muito claramente nos dias de hoje, com o advento da *web*, é o ciberespaço sendo um local que permite os encontros e as trocas de referências, sob a perspectiva da Cultura Global. A arquitetura do ambiente virtual (aberta, indefinida, que cresce continuamente) propicia a emergência de novos canais de comunicação, como o caso do site Omelete e o OmeleTV. O espaço-tempo do ciberespaço permite que Nerds e Geeks possam, de maneira categórica, conjecturar, especular, discutir, projetar e conversar sobre todo o aparato de interesses próprios da sua cultura. Entretanto, para que os canais de comunicação segmentada criados por eles sejam legítimos, existe uma outra matriz que não pode ser ignorada, pois ela estará lhe garantindo legitimidade e valor de verdade: a matriz jornalística. É a apropriação da matriz jornalística que permite que canais como o OmeleTV tenham um valor significativo no que diz respeito a referência informacional e local ideal de encontros Nerds e Geeks. Porém, junto com a matriz jornalística, são carregados os valores e as práticas do jornalismo, é explorado o reconhecimento social discursivo que o jornalismo está ancorado. E, portanto, o aparato de conhecimentos e saberes vinculados ao campo do jornalismo são apropriados por estes canais de comunicação segmentada.

O objetivo geral deste trabalho era compreender de que forma o OmeleTV, ao veicular informações referentes ao filme Vingadores – Era de Ultron construía um acontecimento para o seu público de nicho (neste caso, o Nerd e Geek). E para que pudéssemos compreendê-lo, listamos três objetivos específicos que lançariam luz para questões centrais a fim de entender o processo de construção acontecimental. O primeiro deles era visualizar a formação de grupos de socialização em rede a partir da cibercultura e da cultura global, sistematizado pelo exemplo da cultura Nerd e Geek, pois eles são o público-alvo. Logo depois, compreender que tipo de jornalismo é produzido pelos canais de comunicação segmentada, através da apropriação do discurso jornalístico, uma vez que o discurso jornalístico pode ser explorado tanto na forma de produzir informação generalista, quanto segmentada. E por fim, verificar, a partir da



apropriação da prática e dos valores em que se ancora o jornalismo, a construção do acontecimento nos eixos culturais específicos dos Nerds e Geeks, e do eixo do próprio jornalismo.

Com relação ao primeiro objetivo específico, referente aos grupos de socialização em rede, entendemos, pelos trabalhos de Castells (1999) e Wolton (2012) que a internet permite, dentre outras coisas, os encontros de internautas que partilham interesses em comum. Castells compreende que a internet permite aos indivíduos estarem em constante integração global no que se refere à produção e distribuição simbólica (palavras, sons, imagens), que são personalizadas ao gosto dos internautas. A justificativa para isso é colocada por Dominique Wolton, que entende que as diferenças socioculturais dos internautas permitem a formação de nichos de públicos. Os interesses de grupos de internautas são convergidos, e assim, se formam os grupos de socialização. No caso da cultura Nerd e Geek, esses grupos de socialização se estabelecem a partir das propostas de Martino (2014) e Nóbrega (2010), quando ambos os autores justificam que o espaço da internet permite a afirmação de grupos e identidades, que se unem pela perspectiva do pertencimento.

Na perspectiva do acontecimento jornalístico segmentado, esse objetivo específico nos aponta para a necessidade de um canal de comunicação segmentada ter a missão de dar vazão para informações próprias dos grupos, das culturas, das identidades em que os indivíduos buscam na internet sua rede de interesses. De ter acontecimentos próprios para os interesses dos grupos.

Já o segundo objetivo específico, nos orienta a pensar essa nova forma de comunicação que se estabelece partindo da premissa de que se ancora nos valores, na prática e no reconhecimento social discursivo do jornalismo. Entendemos, no capítulo 3, que a existência desses novos canais de comunicação jornalística segmentada na internet permite a potencialização da produção de conteúdos de nicho, que não são respaldados no jornalismo generalista. São canais que, apesar de não se legitimarem como jornalísticos, se ancoram nos valores e nas práticas profissionais do jornalismo, pois entendem que são eles que vão lhe garantir legitimidade e valor de verdade perante aos diversos canais de comunicação segmentadas semelhantes. Entendemos que, se estes canais se ancoram nos valores e nas práticas do jornalismo, então eles possuem critérios que definem o que é acontecimento jornalístico, pois o acontecimento é a unidade básica da produção noticiosa. E para isso, são explorados os critérios de

noticialidade, que diferentemente do jornalismo generalista, que abre a possibilidade de inúmeros critérios serem acionados para a produção de informação, o jornalismo segmentado, em função da especialização temática, terá critérios mais favorecidos do que outros, uma vez que se trabalha uma mesma abordagem, um mesmo eixo temático, um mesmo nicho de conteúdo. Isso, porém, não significa que os acontecimentos não existam, porque sim, eles existem. Mas em função da especialização temática, esses acontecimentos terão uma discussão diferente das apresentadas no jornalismo generalista. Ao retornarmos para o conceito de Jornalismo Segmentado proposto por Rovida (2010), quando a autora discute que se trata de uma forma de comunicação cujas características estão diretamente ligadas à aproximação do público-alvo, tendo em vista que ela possui uma periodicidade mais flexível, permitindo, pois, o **aprofundamento objetivando a informação, a interpretação e a formação do público**, podemos inferir, portanto, que o acontecimento existe. Entretanto, o tratamento dado a ele é diferente do jornalismo tradicional.

Se existe um público-alvo que demanda informação especializada, e se o canal de comunicação segmentada que se aporta dos valores e das práticas jornalísticas para produzir conteúdo aciona conhecimentos e práticas do próprio jornalismo, então podemos admitir que ele pode construir um acontecimento. Vingadores – Era de Ultron é um acontecimento jornalístico para o público segmentado Nerd e Geek, por todas as razões apresentadas durante esta pesquisa. E o OmeleTV, canal de informação especializada para o nicho Nerd e Geek, precisa acionar conhecimentos e práticas do jornalismo para se legitimar cada vez mais enquanto referência na produção de informação do nicho. Entretanto, estamos falando de um canal de comunicação segmentada, com eixo temático específico. Para isso, o OmeleTV aciona, pois, não apenas os valores e as práticas do jornalismo, mas também seu leque de saberes próprios da cultura Nerd e Geek. E, portanto, o acontecimento é construído a partir das matrizes narrativas (especialização temática) e informativa-institucional (prática jornalística). E isso nos leva a entender o terceiro objetivo específico.

A construção acontecimental de Vingadores – Era de Ultron pelo OmeleTV se dá, portanto, a partir da apropriação do gênero discursivo do jornalismo, e do acionamento de conhecimentos próprios da cultura Nerd e Geek. A partir das categorias de análise criadas, podemos observar que a relação que as une permite a formação de micro-

acontecimentos, que uma vez midiaticizados, se entrelaçam a fim de construir cada vez mais o acontecimento jornalístico.

A categoria de análise referente ao Nível Narrativo e suas subcategorias relacionadas às Histórias em Quadrinhos e ao Universo Cinematográfico da Marvel apontam para o acionamento de conhecimentos próprios da cultura Nerd e Geek. Essa busca por referências, ideias, histórias, personagens e etc. presente nas páginas dos quadrinhos e nos filmes do Marvel Studios denotam a importância do filme Vingadores – Era de Ultron para Nerds e Geeks. As discussões feitas nesse sentido direcionam o público Nerd e Geek a entender que Vingadores – Era de Ultron não será somente mais um filme do Universo Cinematográfico da Marvel, mas ele será um filme que vai abrir diversas potencialidades e futuras narrativas, tornando-o indispensável para o público acompanhar. Um desses exemplos é visto durante o vídeo 19, quando os redatores sugerem a ideia de um eventual filme do Planeta Hulk em função de prováveis acontecimentos de Vingadores – Era de Ultron, que são fundamentadas em ideias retirada dos quadrinhos.

**“Porque nos quadrinhos a consciência do Hulk, ela domina o corpo em vários momentos e ele não volta a ser o Bruce Banner. Isso acontece bastante nas sagas espaciais. Isso acontece no Planeta Hulk, e pode ser uma pista aí”.**

As referências, personagens e narrativas dentro do próprio Universo Cinematográfico Marvel permitem, pois, a formar outros micro-acontecimentos, sugerindo ao internauta que acompanha a cobertura de que Vingadores – Era de Ultron pode seguir uma linha diferente dos quadrinhos e que seria interessante ele acompanhar o filme, como discutido no vídeo 4. **“Se o cara que faz a voz do Jarvis vai ser o Visão, então será que o Jarvis vai virar o Visão? Será que a tecnologia do Visão vem das indústrias Stark? Que é o que dá para imaginar que o Ultron também vem”.**

O respaldo dessas informações vem da matriz do jornalismo, como apresentada na categoria do Nível Informativo-Institucional. Os micro-acontecimentos presentes nesta categoria são referentes às informações, notícias, boatos, rumores que não pertencem à categoria Narrativa. É nesta categoria que as informações veiculadas se estabelecem como legítimas, pois é uma informação verificada e apurada, e o fato de se midiaticizar essa informação cuja procedência é válida, garante a legitimidade do portal, e

constrói ainda mais um ponto de micro-acontecimento. Isso pode ser observado no vídeo 4, como sistematizado no exemplo abaixo.

**“É bom lembrar que tem essa arte conceitual, e tem uma galera falando ‘Ah não, é só uma foto para mostrar que eles estão brigando’, mas não. Tem uma foto do set que mostra uma parte da Hulkbuster, então está acontecendo, e vai ser na África do Sul, porque, segundo a unidade de direção, eles estavam gravando as cenas lá.”**

O acontecimento jornalístico do OmeleTV é legítimo, apesar de se distinguir da forma de se midiaticizar acontecimentos do jornalismo tradicional. No caso do OmeleTV, ele oferece ao seu público uma forma diferente e concreta de produzir conteúdo Nerd e Geek, e consequentemente, pontos de micro-acontecimentos. Isso acontece por meio da aceção da cultura Nerd (rede de interesses e conhecimento acima da média) e da apropriação do discurso jornalístico. Isso denota que, todo e qualquer conteúdo, e consequentemente, acontecimento, terá sua credibilidade e legitimidade garantida, pois de um lado, existe um leque de conhecimentos próprios da cultura Nerd e Geek, e de outro, o jornalismo sendo um mecanismo de garantia do seu lugar de fala legítimo. Essa evidência pode ser comprovada quando observamos as categorias Narrativa e Informativa-Institucional sendo cruzadas. Vamos novamente a mais um exemplo:

**“Eu acho que a cisão pode dismantelar os Vingadores como são hoje, porque tem todo aquele rumor que vão mandar o Hulk para o espaço no final do filme. Eles podem brigar com o Tony Stark, que é um começo da Guerra Civil. Porque se ele vai recrutar Novos Vingadores, você tem a equipe original desfeita, o que para a Marvel deve ser muito interessante, porque você consegue um elenco novo, você pode pagar menos, você pode apresentar novos personagens, isso seria um evento interessante que mudaria tudo.”**

Este exemplo apresentado acima mostra claramente como as informações, rumores e narrativas passam a ter sentido e serem legítimas, porque existe uma base de argumentação sólida que se vale das matrizes da narrativa dos quadrinhos e dos filmes, e da matriz do jornalismo e das informações em geral para garantir legitimidade à informação e ao acontecimento.

Esse acontecimento, na forma como ele é construído pelo OmeleTV, sugere que a matriz comunicacional jornalística só é acionada para dar legitimidade às informações antes do filme estrear. Podemos perceber isso quando observamos a cronologia do acontecimento, quando a partir do lançamento do filme, o Universo Cinematográfico da

Marvel se torna pauta de discussão e conjecturas, pois todas as informações antes discutidas através das informações e notícias se confirmam ou não no filme. O Nível Narrativo do Universo Cinematográfico da Marvel passa a ser acionado, a partir do filme Vingadores – Era de Ultron, em diante.

Uma outra característica que agrega sentido ao acontecimento jornalístico do OmeleTV, norteados pelo campo do jornalismo, é a necessidade do “estar presente”, de “ir direto à fonte”, de “ser referência”. Essa legitimidade acontece no sentido de os redatores demandarem sua equipe para os grandes eventos de conteúdo Nerd e Geek, como as Comic Cons, às Premières, a fim de trazer a informação mais pura e quente do “jornalismo nerd”. Em outras palavras, esse movimento nos mostra que o OmeleTV se consolida como um canal que “dá aquilo que os outros não têm” nesse certame. Que “o acontecimento se materializa aqui”, que as informações mais importantes e recentes “só se encontra no OmeleTV”.

Por fim, retomando a discussão sobre o objetivo geral, podemos respondê-lo considerando que o acontecimento jornalístico no OmeleTV na cobertura de Vingadores – Era de Ultron somente se materializa, porque existe um público que demanda informação, porque o canal que se propõe a mediar as informações e produzir conteúdo para o nicho Nerd e Geek se vale das matrizes do jornalismo, e nesse sentido, o acontecimento se constrói a partir de um jogo entre uso e apropriações de matrizes do jornalismo e matrizes próprias da cultura Nerd e Geek. Esse acontecimento se dá a partir da formação de micro-acontecimentos midiáticos pelo OmeleTV, seja pelo Nível Narrativo, seja pelo Nível Informativo-Institucional, mas que, como um todo, forma o acontecimento. Acontecimento que é aquilo que irrompe a superfície lisa da história (Rodrigues, 1993), aquele que é desvio em relação à norma (Benetti, 2009), aquele que tem um caráter inaugural (Queré, 2005). E o processo de produção de informação e conteúdo, em uma perspectiva acontecimental, de Vingadores – Era de Ultron, pelo OmeleTV, denota o quão jornalística e narrativamente ele se estabelece como um acontecimento jornalístico para o público Nerd e Geek.

Esse processo de construção do acontecimento, como mostrado ao longo deste trabalho, é evidenciado nas demais produções informativas do OmeleTV, em temáticas e narrativas que, segundo seus critérios, são acontecimentos jornalísticos, como os filmes

Capitão América – Guerra Civil, Batman v Superman, Star Wars – O Despertar da Força<sup>21</sup>. São acionadas as mesmas lógicas de produção informativa, que vem de uma vertente narrativa (quadrinhos, filmes, livros) e outra de uma vertente informativa-institucional.

Entretanto, a discussão sobre a construção do acontecimento em canais de comunicação segmentada não se encerra aqui. Isso porque estamos tratando de um grupo de pessoas, de uma cultura cuja característica principal é a demanda por informações e troca de referências. Uma cultura que exige do jornalismo um potencial acontecimental bastante expressivo. A cultura Nerd e Geek precisa da informação, precisa das referências, precisa conjecturar tudo o que lhe é de interesse. O que se quer dizer é que, dependendo do público-alvo pesquisado, a fim de entender a construção do acontecimento jornalístico no canal de comunicação destinado a ele, a forma de conceber o acontecimento pode variar. Pontuando Roy Wagner (2012), podemos propor isso porque o fenômeno humano é vasto, distinto e complexo. O que pode não necessariamente variar nesse processo é a acepção do discurso do jornalismo enquanto lugar de legitimação e mediação, pois ele, apesar de sua complexidade, ainda é uma das formas de comunicação cujas ideias de fidelidade ao real (Franciscato, 2005) e de um *ethos* específico de liberdade e objetividade (Traquina, 2004) o fazem ser reconhecido enquanto campo legítimo de produção de informação.

---

<sup>21</sup> Vídeos disponíveis no canal do YouTube do Omelete, Omeleteve, através do link <<https://www.youtube.com/user/omeleteve>>.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, M. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

AVENGERS – AGE OF ULTRON. Direção de Joss Whedon. EUA: Marvel Studios, Walt Disney Studios Motion Pictures. 2015, 141 min, son., color.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BENETTI, M. O jornalismo como discurso. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 5., 2007, Sergipe. **Anais SBPJor**. Sergipe: Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2007. Disponível em <[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada\\_6\\_.marcia\\_benetti.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada_6_.marcia_benetti.pdf)>. Acesso em out. 2014.

BENETTI, M. O jornalismo como acontecimento. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 7., 2009, São Paulo. **Anais SBPJor**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2009. Disponível em <[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/marcia\\_benetti.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/marcia_benetti.pdf)>. Acesso em out. 2014.

BERGER, C.; TAVARES, F. M. B. Tipologias do acontecimento jornalístico. *In*: BENETTI, M.; FONSECA, V.P.S. (org). **Jornalismo e Acontecimento**. Vol.1. Florianópolis: Insular, 2010.

BISTENE, L. C. S. Globalização, a internacionalização da pobreza? **Revista de Direito da Unigranrio**, Duque de Caxias, nº1, dez. 2008. Disponível em <<http://publicacoes.unigranrio.com.br/index.php/rdugr/article/viewFile/203/201>>. Acesso em: 27 de ago. 2015

BUCCI, E. Introdução: O jornalismo ordenador. *In*: GOMES, Mayra. **Poder no jornalismo: discorrer, disciplinar, controlar**. São Paulo: Hacker/Edusp, 2003.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CLEMENTE, D. C. C. **Evolução Nerd: sociedade digital e as mudanças nos paradigmas sociais dos Nerds e Geeks**. 2010. . Trabalho de conclusão de curso (bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/118687>>. Acesso em 15 de jul. de 2015.

FEATHERSTONE, M. Cultura Global: introdução. *In*: FEATHERSTONE, M. (org.). **Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade**. 2ª edição. Petrópolis: Vozes, 1990.

FONSECA, V. P. S. O acontecimento como notícia: do conceito à prática profissional. *In*: BENETTI, M.; FONSECA, V.P.S. (org). **Jornalismo e Acontecimento**. Vol.1. Florianópolis: Insular, 2010.

FONSECA JÚNIOR, W. C. Análise de conteúdo. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

FRANCISCATO, C. E. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão (SE): Editora UFS Fundação Oviedo Teixeira, 2005.

GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC,1989.

GROFF, P. V. Multiculturalismo: direito das minorias na era da globalização. **Revista USCS**, São Caetano do Sul, ano 10, nº 16, p. 7-17, jan./jun. 2009.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 4.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. *In*: LAGO, C.; BENETTI, M. (orgs). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

HOBBSAWM, E. **A Era dos Extremos: o breve século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

HOHLFELDT, A. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. *In*: HOHLFELDT, A; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (org.), **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.



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

KING, A. A. Arquitetura, o capital e a globalização da cultura. *In*: FEATHERSTONE, M. (org.). **Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade**. 2ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 1990.

LÉVY, P. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LOPES, T. **A morte e o retorno da Marvel**. Superinteressante, São Paulo, Número 324.

MADEIRA, S. Evolução da identidade, estereótipo e imagem midiática da tribo urbana dos nerds. *In*: 10º INTERPROGRAMAS DE MESTRADO, 2014, Bela Vista. **Anais 10º Interprogramas de Mestrado**. Bela Vista: Faculdade Casper Líbero, 2014. Disponível em: <[http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Soraya-Madeira.UFC\\_.pdf](http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Soraya-Madeira.UFC_.pdf)>. Acesso em 16 de jul. de 2015.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.

MATOS, P. S. **O nerd virou cool: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão**. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011.

MEDITSCH, E. B. V. O Jornalismo é uma forma de conhecimento? *In*: HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina. (orgs) Teoria da Comunicação. **Antologia de pesquisadores brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MIRA, M. C. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'Água, 2001.

NÓBREGA, L. P. A Construção de Identidades nas Redes Sociais. **Fragmentos de Cultura (Goiânia)**, v. 20, p. 95-102, 2010. Disponível em: <<http://habitus.ucg.br/index.php/fragmentos/article/viewFile/1315/899>>. Acesso em ago. de 2015.

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PINTO, A. E. S. **Jornalismo diário: recomendações, dicas e exercícios**. São Paulo Publifolha, 2009.

QUÉRÉ, L. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos** – Revista de Comunicação, Cultura e Educação. Lisboa, nº 6, 2005.

RODRIGUES, A. O acontecimento. *In*: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1993.

RODRIGUES, J. C. **Antropologia e comunicação: princípios radicais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2008.

ROVIDA, M. F. **A segmentação no jornalismo sob a ótica durkheimiana da divisão do trabalho social**. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Casper Líbero, São Paulo, 2010.

SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, n. 1, 2005. Disponível em <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830>>. Acesso em: 10 set. 2015.

SILVA, K. V. **Dicionário de conceitos históricos**. São Paulo: Contexto, 2006.

SMITH, A. D. Para uma cultura global? *In*: FEATHERSTONE, M. (org.). **Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade**. 2ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 1990.

SOARES, T. Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis. *In*: XXXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2013, Manaus. **Anais XXXVI Congresso Brasileiro DE Ciências Da Comunicação**. Manaus: 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0108-1.pdf>> Acesso em: 02 de set. de 2015.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2005.

VILAS, C. Seis idéias falsas sobre a globalização. *In: Estudos de Sociologia*, ano 3, n. 6, primeiro semestre, p. 21-62. Araraquara, 1999.

WAGNER, R. **A invenção da cultura.** 1ª edição portátil. São Paulo: Cosaic Naify, 2012.

WOLTON, D. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias.** Porto Alegre: Sulina, 3ª edição, 2012.

ZAMIN, A. **Nos jornais, um típico acontecimento atípico.** O Caso Angostura em diários latino-americanos de referência. 2012. 277 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Unisinos, São Leopoldo.

**Anexo A – Lista com os links dos vídeos do OmeleTV analisados neste trabalho**

- 1) <https://www.youtube.com/watch?v=u1fxkwlHZ1M> - **Vingadores 2 - Quem queremos ver na sequência?**
- 2) <https://www.youtube.com/watch?v=fGOkOD1qQxA> - **Comic Con 2013 - Vingadores Era de Ultron e Batman vs. Superman anunciados**
- 3) <https://www.youtube.com/watch?v=FGHtWrbSXHQ> - **O futuro da Marvel nos cinemas**
- 4) <https://www.youtube.com/watch?v=BiQo9Yl4z3k> - **Os segredos e Os Vingadores 2**
- 5) <https://www.youtube.com/watch?v=DK1r9Kv5jSw> - **Os Vingadores 3 e o futuro da Marvel nos cinemas**
- 6) <https://www.youtube.com/watch?v=y46xHxNH0m8> - **Godzilla vs Pacific Rim e ótimas novidades sobre Vingadores 2**
- 7) <https://www.youtube.com/watch?v=j-CEFc1lb7w> - **Vingadores Era de Ultron - Expectativa na SDCC 2014**
- 8) <https://www.youtube.com/watch?v=oxIb0rXdiYY> - **Marvel vs. DC - Quem venceu na San Diego Comic Con 2014?**
- 9) <https://www.youtube.com/watch?v=uI0yEJrBdzM> - **O fim do Capitão América no cinema**
- 10) <https://www.youtube.com/watch?v=455ScYSzRTs> - **A Guerra Civil da Marvel e os novos Vingadores**
- 11) <https://www.youtube.com/watch?v=45gjk02tVTU> - **Vingadores Era de Ultron - Novidades reveladas sobre o filme**
- 12) <https://www.youtube.com/watch?v=Z0wSBbCKHNE> - **Guerra Civil explodirá na Marvel no cinema!**
- 13) <https://www.youtube.com/watch?v=pzVV0KdYhos> - **Vingadores - Era de Ultron - Live do primeiro trailer**
- 14) <https://www.youtube.com/watch?v=UxjU0C6DpTE> - **Live dos filmes da Marvel anunciados até 2019**
- 15) <https://www.youtube.com/watch?v=n9zIV7UjTJc> - **Vingadores Era de Ultron e como as coisas vazam na “net”**

- 16) <https://www.youtube.com/watch?v=DeBMBqONOSQ> - **Ultron e o perigo das inteligências artificiais**
- 17) <https://www.youtube.com/watch?v=Dp9JrNouly8> - **Expectativa 2015 - FILMES - Vingadores, Jurassic World e muito mais**
- 18) <https://www.youtube.com/watch?v=zkvH084bt4s> - **Homem Aranha em Vingadores e trailer 2 de Vingadores 2 comentado**
- 19) <https://www.youtube.com/watch?v=Q2Ez8M3exQk> - **Vingadores - Era de Ultron e o futuro do Universo Marvel e o adeus a Spock)**
- 20) <https://www.youtube.com/watch?v=OnYpyEpb5IE> - **Herói misterioso em Era de Ultron e o visual do Deadpool**
- 21) [https://www.youtube.com/watch?v=m\\_pkKxex-oQ](https://www.youtube.com/watch?v=m_pkKxex-oQ) - **Sua cabeça nerd explodirá daqui algumas semanas**
- 22) <https://www.youtube.com/watch?v=UsRbjytcAOk> - **Vingadores: Era de Ultron - 5 perguntas SEM spoilers**
- 23) <https://www.youtube.com/watch?v=jlWvoM9WVVw> - **Vingadores: Era de Ultron - 5 perguntas COM spoilers**
- 24) [https://www.youtube.com/watch?v=mSpZeG\\_jfwE](https://www.youtube.com/watch?v=mSpZeG_jfwE) - **Vingadores: Era de Ultron - O Veredito**
- 25) <https://www.youtube.com/watch?v=iXGOF8u3n3I> - **O futuro da Marvel depois de Vingadores: Era de Ultron**
- 26) <https://www.youtube.com/watch?v=7bRxBemszF8> - **Resumo da fase 2 da Marvel nos cinemas**
- 27) <https://www.youtube.com/watch?v=Pfk9c7x1UNs> - **O que queremos ver na versão estendida de Vingadores 2**