Marvel AR e a dispositivação da leitura de histórias em quadrinhos

Prof. Dr. Pedro Henrique Baptista Reis
PUCRS/FAMECOS

Resumo: O presente trabalho apresenta uma análise do aplicativo para dispositivos móveis da editora de histórias em quadrinhos Marvel Comics, chamado Marvel AR ou Marvel Augmented Reality, em sua possível função transformadora enquanto companheiro de leitura dessas publicações. Focados nas questões acerca de intertextualidade e transmídia, apresentamos uma amostragem de duas edições, Captain America #1 (2013) e Age of Ulton #1 (2013), destacando os conteúdos adicionais acessados através do aplicativo e sua função complementar em estender ou não as narrativas visuais e/ou textuais dessas histórias em quadrinhos.

Palavras-chave: Marvel Comics; Realidade Aumentada; Transmídia;

Abstract: The present paper presents an analysis of the Marvel Comics application for mobile devices, called Marvel AR or Marvel Augmented Reality, in its possibly transforming function as a reading companion for such publications. Focused on the questions of intertextuality and transmedia, we present a sample of two editions, Capitain America #1 (2013) and Age of Ultron #1 (2013), highlighting the additional content accessed throuhg the application and its complementary function in extending or not the visual and/or textual narratives of these comic books.

Keywords: Marvel Comics; Augmented Reality; Transmedia

Introdução

Os fenômenos de transmídia tem povoado os produtos da cultura das mídias gerando práticas de segunda tela, onde o consumo de um meio, eletrônico ou não, se torna mediado e mediável através das telas de dispositivos eletrônicos portáteis capazes de conexão com a internet e de leitura ou captação de dados visuais impressos. Estas novas estratégias de consumo atingem as audiências esportivas, programas de TV e filmes, a leitura de jornais, revistas e livros entre outro grande número de produções audiovisuais e literárias. Aqui pretendemos melhor compreender esse fenômeno no que ele tange a leitura de histórias em quadrinhos, em específico, através da iniciativa da editora norte-americana Marvel Comics com seu aplicaticavo Marvel

AR (ou Marvel Augmented Reality), que possibilita ao leitor, armado de um telefone celular ou tablet, com sistemas operacionais Google Android ou Apple iOS e com câmera digital e acesso à internet, acessar conteúdos adicionais que poderiam possibilitar a expansão da experiência de leitura das histórias em quadrinhos.

Objetivamos analisar edições da editora - especificamente da série mensal Captain America (2013) e da mini-série Age of Ultron (2013). Essas publicações figuram como carros-chefe do portifólio da editora e apresentam-se como veículos privilegiados para o uso da nova ferramenta de leitura Marvel AR. A hipótese de trabalho que guiará a interpretação desses usos é a de que o aplicativo Marvel AR é uma manifestação da " culturalização da mercadoria" que aumenta a transparência da relação leitor/produtor e contribui para que " as tecnologias da informação, as indústrias culturais, as marcas e o próprio capitalismo [construam] uma cultura [...] [e] um sistema de valores, de objetivos e mitos" (LIPOVESTKY e SEROY, 2010, p.15) ao redor de seus produtos, títulos e personagens, assim como de seus produtores.

Marvel, Intertextualidades e Transmídia

A construção do universo das histórias em quadrinhos da editora Marvel Comics aponta, desde que editora deixou de ser Atlas ou Timely, para uma dinâmica de intertextualidade entre seus títulos, séries e personagens. Personagens como The Hulk, que possuíam publicação própria (a The Incredible Hulk, de 1962), eram escalados para aventuras nas páginas de Fantastic Four (1962) ou comporem equipes de heróis como The Avengers (1963). A editora, portanto, associa-se à " imersiva e expansiva natureza de mundos imaginários sendo construídos em franquias da mídia contemporânea" (JENKINS, 2006, p.193). Para que os leitores possam " experienciar completamente o mundo ficcional" , essa " arte da construção de mundos" , eles " devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história" não necessariamente através de vários " canais de mídia" , como propõe Jenkins (p.21) ao demonstrar a configuração dos fenômenos de transmidialidade contemporânea, mas sim através de uma rede de intertextualidades que alimenta economicamente a editora, criativamente a seus artistas, e ludicamente aos seus fãs.

Existe uma inserção do leitor através de uma linguagem propositiva e direta. O narrador das histórias compõe um "paratexto" (GENETTE, 1997; LUNENFELD, 1999), reintroduzindo a cada edição a história geral e os elementos das últimas edições, direcionando os leitores para pistas que completem e complementem a narrativa ao mesmo tempo em que confere acesso privilegiado às ideias e essência das histórias. Ao mesmo tempo, algumas páginas por publicação eram inteiramente dedicada a responder cartas e a publicar todo tipo de materiais, como fotos, desenhos, etc., enviados pelos leitores.

Essa busca constante por uma retro-alimentação entre público e produtores é uma expressão da preocupação com a apropriação pelos fãs daquele conteúdo e como este poderia fazer reverberar a paisagem da Era de Prata das Histórias em Quadrinhos (PETERSEN, p.165), povoada pelas temáticas do moderno conto de aventura (CSICSERY-RONAY, Jr, 2008) enquanto adaptado para as exigências intelectuais da era do medo nuclear e do entusiasmo espacial. " Em linhas gerais, pode-se definir a história das artes americanas no séc. XIX como a mistura, a adaptação e a fusão de tradições populares extraídas de várias produções nativas e imigrantes" (JENKINS, 2006, p.191). Como muitas das manifestações narrativas da modernidade, incluindo o cinema e a popularização dos gêneros de ficção científica e fantástica, as comics ou histórias em quadrinhos adotam essa miscigenação de referências, essa imbricação com o " realismo social burguês e a ficção de aventura" (CSICSERY-RONAY, Jr., 2008, p.243), encontrando reverberação com públicos educados e informados pela cultura da mídia e pelas miscigenações culturais que davam forma a sociedade norte-americana.

> Aventura sempre foi gênero popular, de fato plebeíco, e isso o fez maduro para a adoção como conto folclórico de facto do colonialismo empreendedor e, depois, pelo imperialismo tecnocientífico. Sua forma corporifica a colisão dialética de interesses entre as várias forças envolvidas na modernização expansionista (CSICSERY-RONAY, Jr., 2008, p.226).

Raymond Williams (p.148) nos ajuda a compreender o modelo Marvel Comics: o "homem não é um bom artista meramente porque tem boas ideias, mas sim [através da] apreensão pelo artista de boas ideias [como] um elemento intrínseco em sua habilidade artística". Essa estratégia concede visibilidade aos leitores e define a partir deles quais são as boas ideias e os rumos que elas devem tomar. Essa troca, entre o produtor e o leitor, era restringida por questões materiais, porém conforme a "esfera mercantil" torna-se "onipresente, tentacular e ilimitada" (LIPOVETSKY e SEROY, 2010, p.71), através de um avanço do capitalismo tardio, do barateamento no transporte e impressão das publicação e advento das tecnologias digitais, esses canais de conexão vão se tornando não apenas mais largos, mas mais acessíveis. Os materiais das histórias em quadrinhos são apropriados por meios como o cinema, a televisão e os videogames, e a construção de um "relacionamento mais colaborativo com seus consumidores" onde "trabalhando juntos, membros da audicência podem processar mais informações sobre a história do que previamente imaginado" (JENKINS, 2006, p.96).

A interseção entre esses dois fenômenos, uma cultura de convergência participatória, que chama a audiência a ter um papel privilegiado, e a construção intertextual das narrativas servirão aqui como estratégia de aproximação à iniciativa da Marvel Comics através do aplicativo Marvel AR ou Marvel Augmented Reality (Realidade Aumentada). Lançado em 2012 durante o festival de cultura popular South by Southwest, em Austin, TX, e disponível para download gratuito nas lojas de aplicativo das empresas Apple e Google, o aplicativo pretende transformar o consumo e produção das comics propondo que o leitor utilize seu dispositivo móvel com acesso à internet como acompanhante do ato de leitura. "Visores sobrepondo o mundo real para prover orientação e explicações" (KURZEIL, 2006, p.235): a câmera do dispositivo capta a página demarcada pelo símbolo AR e, conectando-se à internet, acessa conteúdos adicionais que, como veremos, geralmente são quadros adicionais, vídeos com informações de contexto diegético, entrevistas e falas de criadores, etc.

A realidade aumentada - camadas digitais como mediadoras de espaços e conteúdos discursivos, eletrônicos ou não, - é fenômeno de leitura assistida que agrega e se relaciona com a prática de segundas telas e rapidamente colonizam o consumo de mídias tradicionais, como a televisão e a leitura de jornais e revistas. A iniciativa da Marvel Comics, entretanto, permanece sendo caracteristicamente única entre as grandes editoras no campo da publicação de histórias em quadrinhos[1]. A funcionalidade aqui é os dispositivos lerem o ambiente ou objetos através de seus múltiplos sensores (câmeras, microfones, captação de Q&R codes[2], etc.) gerando uma camada informacional digital que se sobreponha aos ambientes e produtos físicos, atualizando (LÉVY, 2003), através desta estratégia, as virtualidades contidas em bancos de dados e outros formas (geralmente socializadas, como fóruns e redes sociais) de agregação de informações. Em outras palavras, essas estratégias possibilitam que o dispositivo reproduza a imagem ou dado recortado pelos sensores e sobreponha a esse recorte uma indexação de dados, como um mapa ou informações históricas sobrepostas à foto ou filmagem de um determinado ponto turístico em uma determinada cidade ou região, ou uma hiperligação que leve o leitor/audiência/usuário à conteúdos paralelos ou relacionados disponíveis na Internet.

Essa intermediação, entre humanos

1 Em 2012, Jordana Inácio de Almeida Prado defendeu uma dissertação de nome "HQtrônicas e Realidade Aumentada: Novas Potencialidades Narrativas", acompanhada de publicação eletrônica de uma História em Quadrinhos que se valia das Realidade Aumentada para criar os elementos narrativos. Um resumo da dissertação pode ser encontrado em http://www.sbpcnet.org.br/livro/63ra/conpeex/mestrado/trabalhos-mestrado/mestrado-jordana-inacio.pdf, acesso em março de 2014.
A editora DC Comics também se valeu de estratégias de Realidade Aumentada durante o lançamento do filme Man of Steel (2013), sobre seu super-herói Superman (Super-Homem). Entretanto, a utilização dessas estratégias de RA eram voltadas para o marketing promocional do filme e das publicações que a editora projetava lançar em uníssono com ele.

2 Ou Quick Response Codes são códigos de barra matriciais, no formato de pequenos quadrados pretos ou escuros. Dispositivos eletrônicos são capazes de lê-los através de software de captação e correção de imagem e interpretar os dados contidos ali, levando o usuário a uma página e/ou conteúdo de internet.

e humanos, uns tornando suas experiências transparentes aos outros, e entre humanos e não-humanos, para usar o termo de Bruno Latour (1993), hibridiza a experiência material com camadas sobre camadas de informações e possibilidades transformando "a realidade e confiança do mundo humano [que] descansa[vam] no fato de que somos cercados por coisas mais permanentes que a atividade pela qual elas são produzidas" (ARENDT, 1959, p.83). Esse desnudar torna a atividade de produção tão permanente e visível quanto suas consequência materiais e relativiza as posições de observado e observador (LEVERATTO, 2013, p.8) no que tange as experiências: o produtor da obra - de arte, arquitetônica, urbanística, etc. - e a audiência se revezam na posição de emissor de experiência, intermediando sentidos.

Essas possibilidades apresentam-se como emancipadoras. Ainda que a audiência não experiencie uma imersão interativa, ele é tido em alta estima pelo produtor que desnuda seu processo criativo e pelos outros usuários que observam e interagem, esses sim, uns com os outros a partir e com a finalidade de expandir e melhorar a vivência artística, no caso de produtos da cultura da mídia, e urbana, turística ou lúdica, no caso da aplicação de técnicas de realidade aumentada em espaços físicos. Essa emancipação é tal "que a realidade radical [...] necessariamente é a intersubjetividade humana" e devemos nos aprofundar em suas possibilidades e usos a fim de compreender como e o quanto essa espécie de utopia dialógica "esbarra contra as experiências que temos com os aparelhos. Por enquanto", nos diz Flusser (2010, p.54), "são eles que nos programam para o consenso" e não nós que os utilizamos para espalhar e aprofundar nossas experiências e a transparência. Essa miscigenação de discursos provocada pela dispositivação da memória pública e histórica e das experiências de produção e consumo - teatrais enquanto obra de arte ou artefato urbano, mas também anfiteatrais, enquanto mídia ou turismo de massa, e arbóreos, enquanto redes de iniciados que discutem informações a respeito desses conteúdos e bens - obriga a uma compreensão mais abrangente do fenômeno que dê espaço às caixas-pretas da produção cultural, de um input-output (Idem, p.72) que não apenas transforma os eventos em programas mas também pretende (ainda que apenas simulada ou superficialmente) inverter esse fluxo em programas (publicações, séries especiais, ou, no caso aqui, páginas específicas de publicações específicas, mas também sob o escopo de programações turísticas, programações de transportes públicos, etc.) que se tornam eventos.

Capitão América e Ultron: demonstração do uso do aplicativo Marvel AR

A fim de analisarmos a funcionalidade do aplicativo de Realidade Aumentada (AR) da editora enfocaremos um recorte de duas publicações - Captain America (2013) e Age of Ultron (2013). Estas apresentam-se, respectivamente, como a reformulação de um personagem icônico da editora e uma mini-série estilo crossover.[3] A brevidade de um artigo justifica a escolha de apenas duas edições, visto que cada publicação conta com até 5 pontos de contato entre a narrativa e o uso do aplicativo.

Captain America #1 possui 5 painéis demarcados com o símbolo AR, começando pela capa, que apresenta o Capitão América posando com seu escudo. Não há texto além dos créditos dos autores e o título. O conteúdo de realidade aumentada acessível através da capa é uma narração intercalada por imagens que apresentam o herói ao longo dos anos, recontando suas origens como garoto franzino de Nova Iorque, passando por sua entrada no exército, sua seleção para o programa Project Rebirth que, através de experimentos, concedeu-lhe super-poderes, a sua participação na II Guerra Mundial, que eventualmente o deixa, após a queda de um avião, congelado em animação suspensa até ser encontrado pelos Avengers, a equipe de super-heróis, formada por Iron Man, the Hulk, Ant-Man, Wasp e Thor, da qual ele fará parte. A despeito de resumido (com 60 segundos de duração), esse conteúdo serve como módulo

3 Crossover são séries, mini-séries e edições periódicas especiais nas quais dois ou mais episódios de títulos ou séries específicas se encontram para viverem uma aventura.

introdutório ao personagem e ao mundo Marvel ao mesmo tempo em que serve aos iniciados como lembrança e recontextualização de momentos da vida de Steve Rogers, o Capitão América, encenando saudosismo e recuperando uma conjunção entre esse passado e a linha editorial atual. O primeiro contato com a ferramenta, então, apresenta um mapeamento da intertextualidade, e pistas para uma estratégia de "trans-transmídia" que "não simplesmente serve aos fãs", mas busca "gerenciar e proteger o valor de marca (brand value)" (HILLS, 2012, p.409).

Há uma função normalizadora nessa contextualização, pois a edição narrará uma nova fase na vida do personagem. Entre sua infância e sua vida atual no séc. XXI, a publicação introduz Rogers enfrentando um vilão menor, o Caveira Verde (Green Skull) e as páginas 4 e 5 formarão um painel de página dupla com 9 quadros apresentando o enfrentamento entre eles. Rogers contempla seu treinamento militar e a perversidade ideológica de seu inimigo, que busca destruir a humanidade para salvar o planeta. O conteúdo adicional dessa página são os quadros das páginas em seus vários estágios de produção. A arte inicial, a arte-final e, finalmente, a colorização das páginas são mostradas construindo uma narrativa de menos de 30 segundos sobre a produção artística e estética das páginas. Enquanto a capa apresenta uma estratégia de recontextualização do personagem através de um paratexto introdutório, estas páginas remetem à uma estratégia de expansão do conteúdo visual da página. O aplicativo propõe uma sobreposição da arte finalizada por sua fases de acabamento revelando a autenticidade do trabalho artístico ali contido e alimentando práticas de "caça textual" ou "gatekeeping textual" na qual o leitor procura reconstruir os processos produtivos da narração numa "esfera de recepção ou comunidade receptiva" (AMESLEY apud HILLS, 2002, p.15).

Após o enfrentamento, na página 10 encontramos outra marcação AR durante a conversa entre o herói e sua namorada e parceira, Sharon Carter, sobre sua próxima missão: uma linha de metro misteriosamente reabilitada nos subterrâneos da cidade que acabará por levar o Capitão América até a Dimensão Z, uma dimensão paralela criada por um de seus mais icônicos inimigos, o doutor Armim Zola. Os dispositivos utilizados para acesso ao Marvel AR - um iPhone 4S e um iPad 4 - não foram capazes, entretanto, de acessar o serviço. As conclusões a que chegamos apontam para um erro de impressão, seja gráfico - o dispositivo foi incapaz de encontrar os vetores visuais necessários o programa - ou de aplicabilidade - aquela página teria sido erroneamente designada como contendo conteúdo adicional de realidade aumentada.

As páginas 13 e 14 formam outra página dupla com 5 quadros. O quadro 1 apresenta a naves espaciais circulando a torre de Zola no centro de sua Dimensão Z ou Zolandia. No quadro 2 vemos que uma dessas naves carrega Steve Rogers como prisioneiro que, acorrentado, recebe, nos quadros 4 e 5, uma injeção atrás do pescoço que o nocauteia. A voz de Zola dá as boas-vindas ao herói que se resigna no texto das páginas a lamentar seu descuido. O conteúdo Marvel AR é similar ao das páginas 4 e 5, mostrando em detalhes os quadros da página dupla em seu processo de produção, da arte inicial, novamente para a arte-final e concluindo com a colorização das páginas.

Nas páginas seguintes o herói acaba preso a uma mesa de cirurgia e Zola extrai seu sangue para descobrir os segredos da fórmula que lhe concedeu super-poderes, mas acaba falhando e o Capitão América quebra suas amarras, enfrenta alguns capangas e salva o bebê no qual Zola pretendia fazer os experimentos para replicar a fórmula. A página final da publicação (p.28) serve de apresentação da nova fase das publicações do herói e introduz uma seção de cartas e emails dos leitores chamada "Cartas para uma Lenda Viva". Remender, o roteirista e diretor criativo da publicação, utiliza o espaço para comunicar aos fãs suas pretensões em relação ao título, ao herói e sua ligação com o resto do universo Marvel Comics. A página é marcada AR e

quando revela um vídeo sobreposto à página que mostra Remender, em sua casa, filmado com filtro de imagem sépia, "como se eu estivesse nos anos 1920". A brincadeira faz menção à temática da história (que intercala a aventura atual de Steve Rogers com sua infância nos Estados Unidos pré e pós-Crise de 1929) e ainda que não traga nenhuma informação ou contextualização da história, tem um caráter lúdico de aproximação entre fãs e leitores e os produtores.

Assim identificamos 3 tipos de conteúdos acessados através do aplicativo. Paratextos introdutórios, conteúdo visual adicional sobre a arte das páginas e entrevistas ou interlúdios pelos produtores da publicação.

Age of Ultron #1 possui o mesmo tamanho e quantidade de páginas, mas apresenta-se como uma publicação diferente. Série limitada, em 11 edições especiais e crossovers com outras 7 publicações da editora - Fantastic Four, Superior Spider-Man, Ultron, Avengers Assemble, Wolverine & The X-Men, Uncanny Avengers e Fearless Defenders, onde todo o universo de heróis Marvel se reúne para enfrentar a ameaça de um vilão comum. Ultron é a inteligência artificial criada pelo membro dos Avengers Hank Pym, durante o final dos anos 1960, para ajudar a humanidade a atingir um novo nível de desenvolvimento tecnológico e que acaba por concluir que o universo é pior pela existência dos humanos, se dedicando a erradicá-los. Em várias ocasiões grupos de heróis, frequentemente os próprios Avengers, enfrentam o vilão Ultron, derrotando-o mesmo quando ele, inspirado por seu criador, também engendra uma forma de vida artificial, o Vision, ou Visão, que acaba por trair seu criador e ajudar os Vingadores, tornando-se um de seus mais reconhecidos membros. Nesta ocasião, entretanto, o ataque de Ultron foi planejado nos mínimos detalhes e sua vitória é total contra os heróis e exércitos da Terra. As ruas são monitoradas e os poucos sobreviventes, incluindo alguns poucos heróis, são caçados pelas sentinelas de Ultron (réplicas do próprio Ultron, praticamente indestrutíveis e fortemente armadas).

A capa da publicação mostra uma das sentinelas de Ultron derrotando alguns dos principais heróis da editora, como Iron Man e Spider-Man, quanto a página 3, com os principais Avengers em uma pose refletida em um espelho que se despedaça, estão demarcadas com o símbolo AR e disponibilizam o mesmo conteúdo. Ultron aparece narrando sua vitória e tecendo ameaças contra todos que se opuseram a ele. A narração é intercalada por imagens de outras aparições do personagem desde o final dos anos 1960. O vídeo encerra abruptamente com mais uma ameaça do vilão.

A edição abre com uma página (pp. 4 e 5) com a paisagem da ilha de Manhattan em Nova Iorque. O horizonte da cidade está completamente transformado pela tecnologia de Ultron com imensos dispositivos de função desconhecida no lugar onde antes existiam os prédios da metrópole. O conteúdo adicional disponível através do aplicativo é uma narração misteriosa e imagens, novamente, de dezenas de edições antigas da editora. A origem e a história de Ultron são recontadas em mais detalhes, dando destaque para seu criador, Hank Pym, sua criatura, o Visão, e seus diversos confrontos (e o resultado desses confrontos) contra os Vingadores e diversos outros heróis publicados em diversos títulos pela editora. Os dois primeiros conteúdos, portanto, tem função contextualizadora, auxiliando o leitor a reconstruir os fatos do mundo ficcional. Entretanto, notamos provisoriamente, que a adoção da linguagem tipicamente fílmica do trailer cinematográfico, em ambas as instâncias de conteúdo adicional, não fornece verdadeiras pistas, apenas planificando a contextualização.

Nesta primeira edição somos apresentados a Hawkeye, ou Gavião Arqueiro, em uma missão para resgatar Spider-Man, o Homem-Aranha, capturado por uma gangue que serve Ultron ao capturar heróis sobreviventes. Depois de ter sucesso em socorrer o amigo, as sentinelas de Ultron são alertadas e, na página 19, temos um quadro único no qual elas aparecem planando sobre o prédio do qual os heróis tentam escapar. O conteúdo adicional é a apresentação dos diversos estágios de produção, assim como

as mesmas imagens de edições anteriores mostradas através das outras marcações, narradas por Brian Michael Bendis, roteirista e diretor criativo da mini-série. Bendis explica a duração que série será publicada e a sua frequência, especificamente rápida: todas as 19 edições edições serão publicadas num espaço de apenas quatro meses (de março a junho de 2013). Ele também realça a importância da série para o mundo Marvel, marcando uma transformação em seu modelo de publicação e de relacionamento com os leitores - transformação da qual, inclusive, faz parte o aplicativo Marvel AR e a oferta de histórias em quadrinhos em formato digital[4]. A fala de Bendis, entretanto, não contextualiza a publicação e nem oferece conteúdo narrativo - visual ou textual - que vise a expansão da história narrada nas páginas.

A próxima marcação com o símbolo AR acontece numa página dupla, pp. 25 e 26, logo após o Gavião Arqueiro e o Homem-Aranha conseguirem escapar do prédio no exato momento em que ele é destruído. A arte da página apresenta os dois heróis escapando da explosão, se erguendo dos destroços e escapando por uma viela e mais uma vez o conteúdo adicional apresenta a produção das páginas, com imagens de cada estágio, arte, arte-final e colorização, se sobrepondo, entretanto, dessa vez, com trilha sonora (uma música instrumental bastante dramática).

Considerações finais: paratexto e hipertexto

A experiência de utilização do aplicativo para dispositivos móveis Marvel AR configura-se como para e metatextual. Os conteúdos adicionais acessados através do aplicativo, ainda que se pretendam uma realidade aumentada (re)construindo camadas adicionais de informação sobre a experiência de leitura da história em quadrinhos, apresentam apenas indicações programáticas. Não há uma experiência transmidiática envolvida no auxílio a leitura perpetrado por essa ferramenta: velhas e novas mídias colidem, mas não há nem interação entre "produtor e poder do consumidor" (JENKINS, 2006, p.343) e muito menos imprevisibilidade na relação pré-existente entre esses pólos. Ainda que em outro formato e meio (audiovisual e digital), esses paratextos são tautologias de outros paratextos contidos nas próprias publicações (marcadamente, a página de rosto que apresenta um pequeno resumo sobre o título em questão e sobre acontecimentos importantes ao contexto da presente edição).

Nem a estética e nem a narrativa se modificam essencialmente através do uso do dispositivo. A narrativa não tem seu centro irradiador modificado, que continua sendo a publicação em mãos e suas pré-existentes relações intertextuais com outras publicações da editora. Na capa e página 28 de Captain America somos confrontados, respectivamente, com um sumário introdutório, contextualizando o personagem título, e uma brincadeira sem conteúdo narrativo ou contextual algum. Em Age of Ultron encontramos mais pontos de contato, mas o conteúdo figura apenas como um paratexto que apropria a linguagem do trailer cinematográfico para antecipar o contexto e a narrativa que o leitor encontrará de qualquer forma quando da leitura tradicional da edição: um paratexto explicativo, na voz do roteirista da publicação, que explicita mais a estratégia da editora do que fornece qualquer pista sobre a narrativa em mãos. Em Captain America a mesma linguagem, do trailer, é apropriada para recuperar resumidamente a história do personagem. A estratégia de transmídia não contempla uma construção de mundo, ela "conjuga práticas de fãs e de marca enquanto simultaneamente atravessa plataformas de mídia" (HILLS, 2012, p.410): essas práticas são as de reconstrução intertextual do mundo ficcional estabelecido, que George A. Miller (1956) caracterizaria como "chunking" ou o ato de agrupar pedaços de informações contextuais porém separados, configurando não uma experiência "trans-transmidiática", como refere Hills (2012), mas apenas trans em um entendimento de segunda ordem - este de uma transposição de plataformas e práticas, mas não de emancipação ou expansão da diegese.

Esteticamente, esses paratextos visuais,

4 Toda revista física em papel comprada da editora garante ao comprador acesso à versão digital da mesma revista, através do portal www.Marvel.com e o aplicativo para tablets e celulares com sistema operacional Android e Apple iOS Marvel Comics.

esses apêndices, não desnudam realmente o processo de produção dos quadros mediados pelo aplicativo. As páginas 4 e 5 e 13 e 14 de Captain America e 25 e 26 de Age of Ultron não remetem a conteúdos significativos. A transição da arte base dos quadros em questão para uma versão com a arte-final completa e, ainda, posteriormente, sua versão final após colorização, são interessantes apenas do ponto de vista da produção serial desse tipo de publicação, porém não adicionam nem à narrativa textual ou visual e nem a experiência estética da publicação. É plausível que elas sejam uma estratégia de associação com uma tradição estética da editora, corporificada no trabalho de Jack Kirby e seu "estilo único [...] que aglutinava corpos hiperdinâmicos em ação que saltavam de dentro dos painéis" (PETERSEN, 2011, p.164), porém não realçam, aumentam ou complementam a narrativa visual de nenhuma forma relevante. Os quadros apresentados através do conteúdo são essencialmente os mesmos, com as mesmas informações visuais e textuais, que os apresentados na própria publicação.

Ao tentar mover-se entre plataformas, em um primeiro nível, e mover-se entre práticas da indústria e de fãs, o aplicativo falha em sua proposição como companheiro de leitura, como guia e como gerador de um hipertexto capaz de associar leitura tradicional com camadas adicionais de informação e/ou expansão do mundo ficcional.

Enquanto assistente para a leitura, artefatos computacionais como o Marvel Wikia[5], construído e administrado por fãs com base na plataforma Wikia, que auxilia na construção amadorística de indexações enciclopédicas, e mesmo o segmento do site oficial da editora Marvel Comics, chamado Marvel Universe Wiki[6], são de muito maior utilidade à tarefa de chunking e construção de mundo extra-textual, oferecendo milhares de hiperligações, descrições, resumos de arcos narrativos (contendo até centenas de edições) e fatos relevantes sobre personagens e títulos da editora. Visto uma conexão estável de internet ser necessária ao uso do aplicativo Marvel AR, o uso do navegador de internet, contido nos dispositivos móveis em questão, através de uma simples busca permite ao leitor acesso à mais informações melhor contextualizadas e a oportunidade, especialmente no que tange Marvel Wikia, de contribuir para a agregação de informações e essa construção extra-textual.

O aplicativo, portanto, não contribui significantemente para a transformação da leitura de histórias em quadrinhos e apresenta-se como uma tautologia hermenêutica e conteudística. Os conteúdos disponibilizados servem para reafirmar questões valorativas e o nexo da publicação em mãos com a tradição da editora, mas o programa é apenas uma repetição e não uma adição. Eles apenas reforçam a programação de leitura contida nas estratégias intertexuais, o leitor deve ler outras edições para complementar a história, e no conteúdo em mãos. Não há expansão da construção de mundo ficcional e nem "jogo com as formas canônicas", "multiplicação de gêneros híbridos" e nem mesmo um "jogo irônico com os códigos" (LIPOVETSKY e SEROY, 2008, p.173). Não há nem ao menos uma linha guia para a tecitura do imenso universo ficcional que a editora mantém vivo há mais de 60 anos. As recontextualizações são pontuais e servem apenas superficialmente como introdução à "hiperdiegese" (HILLS, 2002, 2012), remetendo mais ao leitor iniciado do que ao leitor ocasional - indicando que este primeiro deva lembrar das conexões intertextuais mais do que a partir do conteúdo adicional provido pelo aplicativo ser levado a compreendê-las. Enquanto, segundo Jenkins (2006, p.96), essas "entradas" deveriam ser "auto-contidas", sendo suficiente através delas receber o conteúdo necessário para entender a obra em mãos, o aplicativo Marvel AR não contribui apropriadamente para a contextualização ou compreensão, sendo um apêndice sem verdadeiro potencial agregador e não fazendo jus à compreensão comum do que um dispositivo de realidade aumentada deveria proporcionar; camadas digitais informacionais e hipertextuais sobrepostas a captação de dados físicos.

5 Disponível em: http://marvel.wikia.com/Main_Page, acesso em junho de 2013.

6 Disponível em: http://marvel.com/universe/Main_Page, acesso em junho de 2013.

Bibliografia

AREDNT, Hannah. The Human Condition. Chicago, EUA: The University of Chicago Press, 1998.

CSICSERY-RONAY, Jr., Istvan. The seven beauties of science fiction. Middleton, EUA: Wesleyan University Press, 2008.

FLUSSER, Vilém. Pós-História - vinte instantâneos e um modo de usar. Coimbra: Portugal, 2011.

GENETTE, Gérard. Paratexts - Thresholds of Interpretatins. Cambridge, EUA: Cambridge University Press, 1997.

HILLS, Matt. Fan Cultures. Nova Iorque, EUA: Routledge, 2002.

_____. Torchwood's trans-transmedia: Media tie-ins and brand 'fanagement'. In: Participation - Journal of Audience & Reception Studios, Vol. 9, n.2, Novembro 2012 - disponível em: http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/23%20Hills.pdf (acesso junho/2013).

JENKINS, Henry. Convergence Culture - Where Old and New Media Collide, Nova Iorque, EUA: New York University Press, 2006.

KURZEIL, Ray. The Singularity is Near: When Humans Transcend Biology. Nova Iorque: EUA, Penguin Books, 2006.

LATOUR, Bruno. We Have Never Been Modern. Cambridge: EUA, Harvard University Press, 1993.

LEVERATTO, Jean-Marc. Questions de méthode. Le sociologue face à l'industrie culturelle et à ses métamorphoses contemporaines (Technology, the Internet and the Sociology of Cultural Consumption). In: LEFEBVRE, Martin e BONI, Marta (orgs.). Conferência Internacional Practices of World Building, hospedada pela Concordia University em Montréal, QC, Canadá, 2013. Disponível em: http://arthemis-cinema.ca/fr/content/questions-de-méthode-le-sociologue-face-à-l'industrie-culturelle-et-à-ses-métamorphoses (acesso em junho de 2013).

LÉVY, Pierre. O que é o virtual? São Paulo: Editoral 34, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. A cultura-mundo - resposta resposta a uma sociedade desorientada. Lisboa, Portugual: Edições 70, 2010.

LUNENFELD, Peter. Unfinished Business. In: Peter Lunenfeld (Ed.). The Digital Dialectic: New Essays on New Media. Cambridge, EUA: The MIT Press, 1999.

MILLER, George A. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two - Some Limits on our Capacity for Processing Information. In: Psychological Review, vol. 101, n. 02, pp.343-352, 1956.

PETERSEN, Robert S. Comics, Manga and Graphic Novels - A history of graphic narratives. California e Colorado, EUA: Praeger, 2011.

WILLIAMS, Raymond. Culture & Society - 1780-1950. Nova Iorque: EUA, Anchor Books, 1960.

Bibliografia Específica

Captain America. Nova Iorque, EUA, ano 01, n.1, janeiro de 2013: Marvel Worldwide, Inc.

Age of Ultron. Nova Iorque, EUA, ano 01, n. 1, março de 2013: Marvel Worldwide, Inc.