

Vamos contar de novo?: gêneros discursivos, adaptação e memória cultural em filmes do Homem-Aranha¹

Shall we tell it again?: speech genres, adaptation and cultural memory in Spider-Man movies

Robson Santos Costa²



10.11606/2316-9877.Dossie.2023.e218690

Resumo

Objetiva analisar o papel da memória e da memória cultural no processo de adaptação entre e no interior de gêneros discursivos no mercado cinematográfico de super-heróis. Como *corpus* de análise selecionamos três adaptações do personagem de histórias em quadrinhos Homem-Aranha: *Homem-Aranha*, de 2002; *O Espetacular Homem-Aranha*, de 2012 e *Homem-Aranha, de volta ao lar*, de 2017. Como referencial teórico, trabalharemos com Bakhtin (1997) que compreende os gêneros discursivos como um conjunto de enunciados semelhantes; Assmann (2011), Erll (2010) e Heller (2003) para conceituar a memória cultural, vista como uma construção oriunda dos vestígios que emanam de obras culturais; Hutcheon (2013), que compreende a adaptação como um processo que constrói algo novo; e Todorov (2013) em sua ideia da tensão entre diferença e repetição na elaboração de narrativas. Metodologicamente, utilizaremos Vanoye e Goliot-Lété (2011), com a ideia de construção de sentidos por meio de fragmentos fílmicos. Concluímos que a adaptação utiliza a memória como elemento do processo de construção enunciativa, sendo fundamental na produção de obras da indústria cultural e sua dinâmica de diferença e repetição para a produção de uma memória cultural.

Palavras-chave: Adaptação. Gêneros discursivos. Memória cultural. Histórias em quadrinhos. Cinema. Homem-Aranha (personagem).

Abstract

It aims to analyze the role of memory and cultural memory in the adaptation process between and within discursive genres in the superhero movies market. As *corpus* of

¹ Apresentado na Sessão Temática 15 – “Quadrinhos e Linguagem IV”, modalidade presencial, em 24 ago. 2023. Apresentação disponível em: [7as. Jornadas de HQ \(presencial\) - Sessão Temática 15 \(youtube.com\)](https://www.youtube.com/watch?v=7as_Jornadas_de_HQ_(presencial)_-Sessao_Tematica_15). Acesso em: 21 dez. 2023.

² Professor Adjunto do curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro; Doutor em Memória Social na área de Memória e Linguagem do curso de Pós-Graduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (2017), Mestre em Memória Social pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (2007) e Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (2004).

analysis we selected three adaptations of the comic book character Spider-Man: *Spider-Man*, from 2002; *The Amazing Spider-Man*, from 2012 and *Spider-Man, Homecoming*, from 2017. As a theoretical framework, we will work with Bakhtin (1997) who understands speech genres as a group of self-identical utterances; Assmann (2011), Erll (2010) and Heller (2003) to conceptualize cultural memory, seen as a construction arising from the traces that come from cultural works; Hutcheon (2013), who understands adaptation as a process that builds something new; and Todorov (2013) in his idea of the tension between difference and repetition in elaboration of storytellings. Methodologically, we will use Vanoye and Goliot-Lété (2011), with the idea of construction of meaning through filmic fragments. We conclude that adaptation uses memory as an element of the utterance construction process, being fundamental in the production of the cultural industries products and its dynamics of difference and repetition for the cultural memory production.

Keywords: Adaptation. Speech genres. Cultural memory. Comic books. Movies. Spider-man (character).

Introdução

A produção cinematográfica hollywoodiana do século XXI é caracterizada, essencialmente, por produções adaptadas de histórias em quadrinhos de super-heróis surgidas no decorrer do século passado. Tal empreendimento se mostrou de enorme sucesso financeiro e, na maioria das vezes, de público e crítica.

Quando falamos que essas narrativas cinematográficas são adaptações, estamos falando de um processo complexo, que lida com discursos passados para se construir novos, com pretensões discursivas mais condicionadas ao contexto de produção atual e que podem gerar significações diversas. Ou seja, a adaptação está indissociavelmente associada com a noção de memória, tanto uma memória ligada diretamente ao gênero que está sendo adaptado de uma linguagem para outra, quanto uma memória social, coletiva, individual e cultural, atrelada aos sujeitos e suas dimensões interpretativas sociais e culturais.

É necessário enfatizar que estamos falando de produtos ligados a uma indústria de entretenimento que visa, especialmente, o lucro financeiro, sendo que, nessa lógica de mercado, a memória possui um papel igualmente relevante, mais latente quando relacionada à adaptação de personagens cujas narrativas foram contadas e recontadas diversas vezes, pelas mais variadas mídias, ao longo das décadas do século XX.

Nossa hipótese é a de que a memória é um elemento fundamental na criação de produtos culturais; deste modo, este artigo busca uma melhor compreensão do papel da memória em suas variadas dimensões - com destaque

para a cultural -, na construção de narrativas cinematográficas de super-heróis que partem da noção de *reboot* – reinício –, para trazer histórias já conhecidas como uma nova criação para um novo contexto de produção que visa a permanência cultural de um personagem – ou “universo” de personagens –, e seu valor de mercado enquanto uma marca potencialmente lucrativa.

Com o intuito de efetuar tal análise, partiremos de autores como Assmann (2011), Erll (2010) e Heller (2003) para trabalharmos o campo da memória cultural ligada a um processo de diferença e repetição - como nos aponta Todorov (2013) – associado ao ato adaptativo, visto aqui pela ótica de Hutcheon (2011) em suas relações sociais, materiais e mentais. A análise cinematográfica se dará por meio de Vanoye e Goliot-Lété (2011) e sua análise fílmica.

Como corpus de na análise selecionamos três filmes do personagem Homem-Aranha - *Homem-Aranha* e *O Espetacular Homem-Aranha*, e o primeiro filme solo do personagem no Universo Cinematográfico Marvel (UCM) – *Homem-Aranha, de volta ao lar* – uma vez que entendemos que tais produções são representativas da relação entre memória cultural, adaptação e mercado nas produções cinematográficas do século XXI.

Ressaltamos que a pesquisa encontra-se em fase ainda inicial; desse modo, a análise se dará por meio de fichas com dados dos filmes, com informações técnicas e descritivas; do uso da metodologia proposta por Vanoye e Goliot-Lété (2011), baseada na observação de fragmentos fílmicos para a construção de sentidos, onde observaremos como a memória trabalha na construção narrativa. Pretendemos, em um segundo momento, realizar entrevistas com espectadores, visando compreender como a memória opera na construção de sentidos.

1 - Memória Cultural, gêneros discursivos e adaptação

A memória, enquanto um campo social de estudos, se originou quando esta começou a ser vista como “uma construção humana, finita e, portanto, uma construção no tempo” (Gondar, 2005, p. 19). Maurice Halbwachs, sociólogo discípulo de Bergson e Durkheim, pode ser considerado como um dos pioneiros nos estudos da memória ligada ao social, a uma coletividade, tanto que sua

alcunha é a de criador do conceito de memória coletiva com a publicação das obras *Les cadres sociaux de la mémoire* (1925) e, postumamente, *La mémoire collective* (1950).

Halbwachs (2004) compreendia nessas obras a memória como um trabalho, uma construção social oriunda dos mais variados grupos que constituem a sociedade, sendo que tal construção seria sempre fruto do momento presente, uma vez que “a lembrança é em larga medida uma reconstrução do passado com dados emprestados do presente” (Halbwachs, 2004, p. 75-76).

Partindo dessa concepção, podemos afirmar que a memória é um trabalho de construção do passado que ocorre no contexto social, histórico, econômico e cultural do presente, dos diversos grupos sociais nos quais o sujeito está inserido. Tais lembranças nunca serão realmente o que de fato ocorreu, mas interpretações do passado condicionadas aos mais variados fatores de quando essas construções memorialísticas ocorrem. Inclusive, diz Halbwachs (2004, p. 58), “a memória coletiva [...] envolve as memórias individuais, mas não se confunde com elas”.

Assim sendo, o indivíduo só se recorda por meio dos comentários, discursos, memórias de “comunidades afetivas” ligadas a determinados grupos dos quais fez parte. A memória individual estará atrelada a impressões e sentimentos, mas não necessariamente a uma lembrança, que só se dará por meio do contato com os demais membros, mas sendo necessário que esses sujeitos tenham concordâncias em relação aos pontos de vista individuais de cada um sobre determinado acontecimento (Halbwachs, 2004). Ora, se tais contatos são desfeitos com o tempo e não ocorre mais a elaboração de diálogos sobre acontecimentos comuns ao grupo, as lembranças vão se “desfazendo” pouco a pouco. A duração de um grupo é um elemento de relevância nesse processo, pois “a sucessão de lembranças, mesmo daquelas que são mais pessoais, explica-se sempre pelas mudanças que se produzem em nossas relações com os diversos meios coletivos” (Halbwachs, 2004, p. 56).

Ou seja: dentre tais meios coletivos, podemos compreender também como a “memória exterior ao sujeito”, o que Halbwachs denomina de uma “memória histórica”, onde nossa memória individual ou “autobiográfica” se apoiaria, pois “toda história de nossa vida faz parte da história em geral”

(Halbwachs, 2004, p. 59), sendo que a memória histórica seria, obviamente, mais ampla do que a autobiográfica, sendo necessário que sua representação ocorra sempre de forma esquemática e resumida.

Um torcedor de um time de futebol que participou de uma final importante de campeonato, por exemplo, não necessariamente esteve no estádio para ver tal acontecimento ao vivo, mas ele pode ter visto pela televisão ou ouvido pelo rádio, sendo que, posteriormente, existirão matérias jornalísticas, gravações diversas, livros e outras obras possíveis sobre o acontecimento. Estes farão parte da vida do sujeito, de sua memória autobiográfica, mesmo este não tendo participado diretamente dela. Os comentários, concordâncias com grupos de amigos em comum, poderão auxiliar numa construção mais “vívica” de tais lembranças.

O ponto ao qual estamos querendo chegar aqui é o de que os registros, em suas mais variadas formas e linguagens, serão igualmente uma forma de memória que atuará, de modos variados, em um processo social de construção de memórias coletivas e individuais. Podemos entender tais registros como parte de uma memória cultural, pois, como atesta Assmann (2011, p. 221), “a relação de uma dada época com seu passado repousa em grande parte sobre a relação dela com as mídias de memória cultural”. Essas mídias podem ser compreendidas como artefatos diversos, livros, monumentos, filmes, histórias em quadrinhos, documentos diversos que podem ser entendidos como uma “materialização” de memórias que deixa vestígios e vozes do passado para conversarem com o presente e construir interpretações diversas, dependendo dos contextos sócio-históricos e culturais de determinada época e do desempenho memorativo de cada mídia.

Erll (2010, p. 3), entende que a memória cultural se constituiria no atravessamento de três dimensões nas quais a cultura – em um sentido antropológico –, é compreendida: uma social, relacionada aos sujeitos, instituições e suas relações; um material, ligada aos artefatos e às mídias, ou seja, à materialidade; e uma mental, relacionada aos modos de pensar e mentalidades de uma dada época, ao simbólico.

A memória cultural se concretiza, portanto, em imbricamentos, sendo que Erll (2010) acredita que os meios ficcionais possuem um imenso poder de moldar a imaginação coletiva sobre o passado e, conseqüentemente, o presente.

Assim como Halbwachs (2004), Heller (2003) entende que para a efetivação de uma memória cultural é necessário o entendimento compartilhado de significados por determinados grupos sociais. Na contemporaneidade, podemos incluir as mídias sociais como grupos que constroem e compartilham significações sobre conteúdos midiáticos diversos.

Outro fator relevante que Heller (2003) nos traz é a necessidade de atos de repetição – que ocorram regularmente –, para que os significados sejam construídos e tenham uma espécie de “permanência” coletiva.

Neste ponto entramos na questão trazida por Todorov (2013) da construção de narrativas que se formariam da uma relação de tensão entre categorias de diferença e de repetição. A diferença pode ser vista como “onde cada instante se apresenta pela primeira e última vez” (Todorov, 2013, p. 21-22), sendo o novo, o inédito. Já a repetição possuiria a incumbência de trazer organização e sentido ao novo, uma vez que para este fazer sentido é necessário algo reconhecível, um lugar onde a memória atuará como elemento estabelecedor de semelhanças, uma “guarda” significativa.

Por isso, acreditamos, a importância de estabelecermos as histórias em quadrinhos e o cinema como gêneros discursivos no sentido bakhtiniano (Costa, 2017).

Bakhtin (1997) atesta que os gêneros discursivos são tipos relativamente estáveis de enunciados. Isso que dizer que cada gênero conterà enunciados que possuem características semelhantes que serão reconhecíveis em dado campo. Essas características tornarão os enunciados reconhecíveis, ou seja, podemos fazer um paralelo com a repetição de Todorov, sendo que, ao mesmo tempo em que há o reconhecível, é necessário algo novo, uma diferença que torne tal enunciado único. Lembremos que, como nos diz Morin (1967, p. 28-29), a indústria cultural trabalha com essa mesma lógica, pois “sempre reclama um produto individualizado, e sempre novo” numa espécie de “burocracia-invenção” e “padrão-individualidade”, pois a massa consumidora sempre quer algo reconhecível, porém, individualizado, em uma constante contradição de padronização e originalidade.

A partir do momento que entendemos todo enunciado como algo novo pautado por algo reconhecível, uma memória, podemos associar com a ideia de adaptação apresentada por Hutcheon (2013), quando esta diz que a adaptação

é sempre um processo que constitui algo novo e não uma mera cópia de algo anterior, sendo fruto de uma intertextualidade, de diversas vozes que fazem parte de um processo dialógico contínuo.

1.1 *Reboot*, memória e produção cultural

O *reboot* – reinício –, pode ser entendido, de acordo com Merino (2022, p. 287) como “um processo que pressupõe a reiniciação e reconstrução de um mundo narrativos (sic), instituindo um novo mundo possível”. Determinadas características da narrativa anterior podem e devem permanecer, pois é necessário o reconhecível, mas o “contar de novo” precisa ter igualmente o novo, uma significação que lhe seja própria.

Diversos personagens do gênero discursivo dos super-heróis já tiveram filmes que se enquadram na ideia de *reboot*, como Batman e Superman. Porém, o Homem-Aranha é o personagem que mais sofreu tal processo no século XXI, sendo que isso ocorreu em períodos extremamente curtos de tempo. Por isso, entendemos que o personagem é relevante para uma melhor compreensão do fenômeno e de suas variadas dimensões sociais, econômicas e culturais.

Hollywood pode ser vista como uma das primeiras empresas transnacionais do mundo (Butcher, 2004, p. 16). Essa indústria surgiu após a Primeira Guerra Mundial, com sua produção e distribuição enraizada na Califórnia, nos Estados Unidos da América. Desde seu início, Hollywood tinha uma pretensão de produzir de modo “universal”, pois “seus produtos nunca foram concebidos apenas para consumo interno, mas pensados e fabricados para ‘ganhar’ o mundo” (Butcher, 2004, p. 16). Ser “universal” é uma característica inerente à própria indústria cultural, que visa nunca se atrelar fortemente a uma cultura com traços mais fortemente locais (Morin, 1967), pois a ideia é que seus produtos sejam consumidos na maior parte do mundo.

Partindo da ideia de que esses filmes são produtos ligados a uma indústria, eles são, portanto, algo que deve ser vendido, e, nesse caso, estratégias de venda de mercado e de marketing são essenciais. Como afirma Gabriel (2010, p. 28), o marketing “é dirigido para satisfazer necessidades e desejos humanos”, sendo que, nesse processo, o público-alvo deve ser devidamente conhecido para que possa ser “satisfeito”. Um ponto de extrema

importância, segundo Gabriel (2010, p. 28) é que esse público-alvo pode se modificar com o tempo, pois os comportamentos, as práticas sociais, culturais e de consumo mudam; as estratégias de marketing devem estar atentas e seguir essas mudanças.

E a memória será um elemento relevante nessas estratégias de marketing, uma vez que na tensão entre diferença e repetição ela atuará como um instrumento que, de certa forma, mediará tal dinâmica, pois o sujeito que consome sempre faz um trabalho de construção memorialística quando em contato com um gênero discursivo e os seus enunciados, inclusive os da indústria cultural.

1.2 O Homem-Aranha

O personagem Homem-Aranha foi criado em 1962 na revista *Amazing Fantasy* 15 (figura 1). Como diferencial, a narrativa trazia o personagem Peter Parker, um estudante cuja origem ocorre ao ser picado por uma aranha radioativa adquirindo “força e agilidade acima do normal, assim como o poder de escalar paredes” (Howe, 2013, p. 51). O personagem, inicialmente, pensa somente em lucrar com os novos poderes em competições de luta livre. Costura um uniforme vermelho e azul com máscara, até que, ao deixar um criminoso escapar, por achar que não é seu papel intervir, isso leva a consequências fatais, pois seu tio Ben é assassinado posteriormente pelo mesmo criminoso. A narrativa mostra, desse modo, que “as roupas, (...) não fazem o herói” (Howe, 2013, p. 51). Após esse acontecimento o jovem Peter descobre que “grandes poderes, trazem grandes responsabilidades”. Esta frase torna-se um lema do personagem em específico e das histórias de super-herói em geral.

Figura 1 – Capa de *Amazing Fantasy*, n. 1, 1962.

Fonte: Stamato, 2017.

O Homem-Aranha tem sua primeira adaptação cinematográfica datada do ano de 2002, em um filme de origem que narrava a transformação de Peter em Homem-Aranha, a morte de seu tio Ben, o romance com a mocinha Mary Jane e o combate com o vilão Duende Verde. O filme teve duas continuações, sendo uma em 2004 e outra em 2007. Em menos de cinco anos, foi lançado o primeiro *reboot*, em um filme intitulado *O Espetacular Homem-Aranha* e exibido em 2012 (figuras 2, 3 e 4). O enredo, novamente, contava sua origem, a morte do tio Ben, sendo que, agora, a mocinha era a personagem Gwen Stacy e o vilão, o Lagarto. Tal fato motivou discussões de crítica e público, pois muitos acharam que havia muito pouco tempo que a origem do personagem tinha sido narrada no cinema, sendo que ela ainda estava muito vívida na mente dos espectadores.

Figuras 2, 3 e 4: Cartazes dos filmes do Homem-Aranha



Fonte: Uau, 2023.

Por esse motivo, o segundo *reboot* do personagem, ocorrido depois de apenas três anos da continuação do *reboot* anterior, é lançado em 2017 com o título Homem-Aranha, de volta ao lar e, dessa vez, não reconta a origem do personagem, inserindo-o no UCM como um super-herói já atuante. Sua primeira

aparição nesse contexto é no filme *Capitão América: Guerra Civil* de 2016 e, em 2017, no filme citado.

2 - Metodologia

Por se tratar de um trabalho ainda em fase inicial, a análise se dará, até este momento, por meio da elaboração de fichas com informações técnicas e descritivas das obras para que tenhamos uma ideia do que é construído na dinâmica de diferença e repetição que caracteriza as narrativas do Homem-Aranha no século XXI. Em uma posterior análise fílmica com maior profundidade, utilizaremos a proposta de Vanoye e Goliot-Lété (2011), que tem por base a observação e análises de dados e de fragmentos das obras cinematográficas para a construção de sentidos variados na construção de uma memória cultural por meio de narrativas do gênero de super-heróis.

3 - Contando de novo

Neste trecho do artigo, apresentamos fichas elaboradas pelo autor como um primeiro momento de estruturação da pesquisa, que terão a função de organizar as informações técnicas e descritivas do enredo das obras selecionadas para análise.

A primeira ficha (quadro 1, figuras 5 e 6) é relativa ao filme *O Homem-Aranha*, dirigido por Sam Raimi e lançado no ano de 2002. O filme foi um sucesso de crítica e, em especial, de público. O filme ainda era produção dos estúdios Sony, quando o UCM não havia sido concebido.

Quadro 1 – Dados de O Homem-Aranha

Filme – Homem-Aranha
Ano: 2002
Direção: Sam Raimi
Duração: 121 minutos
Sinopse: Peter Parker é um jovem estudante que mora com seus tios. Um dia é picado por uma aranha radioativa e adquire poderes com habilidades similares às de uma aranha, como escalar parede, ter superforça e lançar teias, tornando-se o Homem-Aranha. O herói precisa enfrentar o vilão Duende Verde ao mesmo tempo em que busca um romance com a jovem Mary Jane.

Fonte: Elaborado pelo autor

Figuras 5 e 6 – Cenas de Homem-Aranha



Fonte: Homen-Aranha, 2002

Abaixo temos a ficha do filme *O espetacular Homem-Aranha* (Quadro 2), dirigido por Marc Webb e lançado no ano de 2012, apenas cinco anos após a terceira e última sequência da trilogia de Sam Raimi.

Quadro 2 – Dados de O Espetacular Homem-Aranha

Filme – O Espetacular Homem-Aranha
Ano: 2012
Direção: Marc Webb
Duração: 136 minutos
Sinopse: Peter Parker é um jovem estudante que mora com seus tios. Um dia é picado por uma aranha radioativa e adquire poderes com habilidades similares às de uma aranha, como escalar parede, ter superforça e lançar teias, tornando-se o Homem-Aranha. O herói precisa enfrentar o vilão Lagarto ao mesmo tempo em que busca um romance com a jovem Gwen Stacy.

Fonte: Elaborado pelo autor

Figuras 7 e 8 – Cenas de *O espetacular Homem-Aranha*Fonte: *O espetacular Homem-Aranha*, 2012

Por último, apresentamos a ficha do segundo *reboot* do personagem em menos de dez anos, *Homem-Aranha, de volta ao lar* (Quadro 3), lançado em 2017, já como uma extensão do MCU. Embora seja um novo *reboot*, nesse caso não temos a origem do personagem contada novamente.

Quadro 3 – Dados de *Homem-Aranha, de volta ao lar*

Filme – <i>Homem-Aranha, de volta ao lar</i>
Ano: 2017
Direção: John Watts
Duração: 133 minutos
Sinopse: Após aparecer lutando junto com o grupo de super-heróis “Os Vingadores”, o Homem-Aranha – cuja identidade secreta é o jovem Peter Parker – luta contra criminosos locais até aparecer o vilão Abutre, que busca novas tecnologias para criar um supergrupo de vilões.

Fonte: Elaborado pelo autor

Figuras 9 e 10 – Cenas de *Homem-aranha, de volta ao lar*.Fonte: *Homem-Aranha*, 2017.

Ao lermos as informações contidas nas fichas de cada um dos três filmes, podemos tecer algumas considerações. O primeiro *reboot*, *O Espetacular Homem-Aranha*, sofreu críticas por contar novamente uma história de origem. Tais comentários demonstram que o problema não foi necessariamente o *reboot*, mas o tempo consideravelmente curto entre esse e o filme de 2002, sendo que, em essência, a mesma história está sendo (re)contada, embora, obviamente, apresente diferenças. Como sabemos, a construção de memória tem relação com certa temporalidade, onde comentários de outrem – público, crítica, etc – constroem, em uma dimensão coletiva, lembranças e sentidos de um acontecimento. No processo de diferença/repetição (Todorov, 2013) a última terá uma relação direta com a memória, em especial com uma memória de gênero.

Porém, no caso de *O espetacular Homem-Aranha*, a diferença se apresenta com novos atores, novos personagens, ambientações e diversos outros elementos e a repetição com as características do gênero discursivo, mas igualmente com a estrutura narrativa da obra de 2002, extremamente semelhante, de forma geral. Ao mesmo tempo em que tal repetição é essencial, o esquecimento também deve existir, para que essa repetição construa lembranças e a memória que dará o “conforto” do reconhecível. Entendemos que, no caso de produtos culturais desse gênero, o tempo terá relevância, uma vez que a memória autobiográfica/individual (Halbwachs, 2004), que constrói impressões por intermédio das relações com determinados grupos – espectadores, críticos, jornalistas –, necessitaria esquecer de um modo mais “intenso” do que o pouco espaço temporal entre os filmes permitiu. As lembranças construídas pelo grupo, ainda eram muito vívidas: desse modo, a repetição se acentua de forma mais ativa do que a diferença. Tal fato, acreditamos, interfere no consumo, enquanto produto, de narrativas desse gênero, em especial as de origem. O espectador, por não ter “tempo de esquecer”, fica sem um “espaço-livre” (Dodebei; Gouveia, 2008), essencial para a criação de novos sentidos, pois a diferença não consegue atuar de modo mais efetivo na tensão com a repetição.

No caso de *Homem-Aranha, de volta ao lar*, a estratégia do estúdio é diferente, pois um *reboot* é feito, mas sem um foco em uma história de origem, o que traria os mesmos problemas no processo de diferença/repetição do filme de 2012. Nesse novo projeto o personagem é inserido no UCM, que já é um

grande sucesso entre a crítica e, especialmente, de público e renda, e não tem sua origem recontada, pois os produtores provavelmente compreenderam que o espectador já possui tal memória de como o personagem se tornou o Homem-Aranha e não haveria um tempo hábil para um esquecimento de tal narrativa que justificasse um novo *reboot* de origem. Há um balanceamento maior entre elementos de diferença e de repetição, gerando um produto mais “original” - em suas diferenças - em relação às narrativas do personagem produzidas nos anos anteriores. A estratégia de marketing, com um maior entendimento do público e da sua relação com os produtos culturais em determinados períodos de tempo, funcionou, tendo sido o filme um enorme sucesso de crítica, público e renda, sendo a produção cinematográfica do gênero que mais faturou financeiramente em 2017 (Bridi, 2017).

Considerações

Partindo da ideia de que o processo adaptativo entre gêneros discursivos se dá no uso de um processo memorialístico que é trabalhado em uma expectativa de diferença e repetição na construção de uma memória cultural, entendemos que a memória é elemento relevante no mercado de produtos culturais.

A breve análise por meio das informações presente nas fichas dos três filmes selecionados, nos mostra como a escolha do que contar e do que descartar ou modificar na produção de uma adaptação terá uma relação com processos de diferença e repetição e de memória. No caso de produtos cinematográficos da indústria cultural, sendo, no nosso caso, do gênero discursivo dos super-heróis, a construção de uma memória cultural oriunda de tais produtos, ocorrerá numa dinâmica de relação entre dimensões sociais, materiais e mentais e processos de diferença, repetição, esquecimento e lembrança.

Além disso, entendidos como produtos de uma indústria específica, o trabalho mostra que a memória e as dinâmicas que a envolvem, devem ser aspectos a serem levados em consideração em estratégias de produção e de marketing desses produtos, pois a memória mostra-se um elemento essencial quando falamos de adaptações e sucesso de tais obras frente ao público, à

crítica e à rentabilidade. Inclusive, pelo fato de que os próprios gêneros discursivos são instrumentos construídos *por* e, ao mesmo tempo, *construidores* de memória, na elaboração de seus enunciados e dos sentidos sociais e culturais gerados pela interação dos sujeitos e dos grupos em um processo contínuo de construção discursiva de narrativas sempre contadas e (re)contadas em novos contextos.

Referências

ASSMANN, Aleida. *Espaços de recordação: formas e transformações da memória cultural*. Campinas: Unicamp, 2011.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BRIDI, Natália. Homem-Aranha de volta ao lar é o filme de herói que mais arrecadou em 2017 até agora. *Omelete*, 2017. Disponível em <https://www.omelete.com.br/mulher-maravilha/homem-aranha-de-volta-ao-lar-e-o-filme-de-heroi-que-mais-arrecadou-em-2017-ate-agora>. Acesso em: 10 nov. 2023.

BUTCHER, Pedro. A reinvenção de Hollywood: cinema americano e produção de subjetividade nas sociedades de controle. *Contemporânea*, v. 2, n. 3, 2004. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/contemporanea/article/view/23154/16515>. Acesso em: nov. 2023.

CAPITÃO AMÉRICA: GUERRA CIVIL= Captain America: civil war. Produção de Kevin Feige. Direção de Anthony Russo; Joe Russo. [S.l.]: Marvel Studios, c2016. 1 Blu-Ray (147 min.). son., color.

COSTA, Robson Santos. *Os jogos de memórias e a construção de universos: as adaptações cinematográficas de histórias em quadrinhos de super-heróis*. Rio de Janeiro, 2017, 241 f. Tese (Doutorado) - Programa de PósGraduação em Memória Social, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

DODEBEI, Vera; GOUVEIA, Inês. Memória do futuro no ciberespaço: entre lembrar e esquecer. *Revista de Ciência da Informação*, v. 09, n. 5, out. 2008. Disponível em: https://www.brapci.inf.br/repositorio/2010/01/pdf_6800219dcb_0007635.pdf. Acesso em: nov. 2023.

ERLL, Astrid. Cultural memory studies: an introduction. ERLL, Astrid; NÜNNING, Ansgar (Eds.). *A companion to cultural memory studies*. Berlin: Nova York: Walter de Gruyter, 2010. p. 1-13.

O ESPETACULAR HOMEM-ARANHA= The amazing spiderman. Produção de Avin Arad. Direção de Marc Webb. [S.l.]: Sony Studios, c2012. 1 Blu-Ray (136 min.). son., color.

GABRIEL, Martha. *Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias*. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

GONDAR, Jô. Quatro proposições sobre memória social. In: GONDAR, Jô; DODEBEI, Vera (Org.). *O que é memória social?* Rio de Janeiro: ContraCapa Livraria, 2005. p. 11-26.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2004.

HELLER, Agnes. Memoria cultural, identidad y sociedad civil. *Indaga*, n. 1, p. 5-17, 2003.

HOMEM-ARANHA, DE VOLTA AO LAR= Spiderman, homecoming. Produção de Kevin Feige. Direção de Jon Watts. [S.l.]: Marvel Studios, c2017. 1 Blu-Ray (133 min.). son., color.

HOMEM-ARANHA= Spiderman. Produção de Grant Curtis. Direção de Sam Raimi. [S.l.]: Sony Studios, c2002. 1 Blu-Ray (121 min.). son., color.

HOWE, Sean. *Marvel Comics: a história secreta*. São Paulo: Leya, 2013.

HUTCHEON, Linda. *Uma teoria da adaptação*. 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2013.

MERINO, Francisco. A instabilidade do universo diegético: cânone, reboot e subversão nos *franchises* cinematográficos. In: ENCONTRO ANUAL DA AIM, 2022, Lisboa. Atas...Lisboa, 2022, p. 280-288.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense, 1967.

STAMATO, Bernardo. As 15 capas mais icônicas de HQs do Homem-Aranha. *EiNerd*, 2017. Disponível em: <https://www.einerd.com.br/as-15-capas-mais-iconecas-do-homem-aranha/>. Acesso em: nov. 2023.

TODOROV, Tzevetan. *As estruturas narrativas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

UAU posters. 2023. Disponível em <https://uauposters.com.br/principais/filmes/spider-man-homem-aranha>. Acesso em: 10 nov. 2023.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. *Ensaio sobre análise fílmica*. 7. ed. Campinas: Papyrus, 2011.

Recebido em: 10.11.2023.

Aprovado em: 17.12.2023.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional