

Cenas pós-créditos e uma análise da narrativa como estratégia publicitária¹

Luan Barbosa de CARVALHO²

Sarah Yarina Lima Carvalho GONÇALVES³

Rafael de Sousa RODRIGUES⁴

Universidade Federal do Ceará, UFC

RESUMO

O estudo, além de apresentar uma contextualização de diferentes tipos e finalidades das cenas pós-créditos, propõe analisar como a narrativa do objeto de pesquisa se constrói, quais estratégias utilizadas para que a mensagem apresentada vire uma peça publicitária de divulgação tanto de existentes como de futuros filmes. Inserção em categorias como a alusão e a citação, a auto-referencialidade e intertextualidade foram alguns conceitos aplicados na pesquisa do objeto.

PALAVRAS-CHAVE: Cenas pós-credito; Narrativa; Intertextualidade.

INTRODUÇÃO

Segundo o blog Cinema em Cena, *Moscou contra 007* (1963) pode ser considerado como pioneiro no que se refere a apresentação de um projeto de cena pós-crédito; mesmo não havendo imagens e falas como as que conhecemos hoje e considerando que o estudo feito aqui leva em conta as cenas como forma de divulgação, o filme inicia o uso dos créditos como publicidade, no caso, para *007 contra Goldfinger* (1964) (fig.1). Sendo o filme do agente secreto britânico o iniciador dessa promoção das sequências nos créditos, *O Agente Secreto Matt Helm* (1966) é realmente o primeiro a colocar uma cena audiovisual ao final das “letrinhas miúdas” para promoção da continuação. Nela o protagonista aparece com várias mulheres a sua volta e anuncia o seu próximo filme *Matt Helm Contra o Mundo do Crime* (1966), que nunca foi gravado.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Publicidade e Propaganda, do X Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UFC - CE, e-mail: luantr@gmail.com

³ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UFC - CE, e-mail: sarahyarinal@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC - CE, e-mail: rafaelrg@ufc.br

Outros filmes começaram a se valer da mesma linha de pensamento publicitário, mas, principalmente nos anos 80, uma grande marca das cenas pós-créditos dos filmes de comédia era algum personagem do filme mandar as pessoas irem para casa porque o filme havia acabado. Um clássico dessa categoria é o filme *Curtindo a Vida Adoidado* (1986), onde Ferris Bueller (Matthew Broderick) surge no final do filme falando “*Ei, vocês ainda estão aí? O filme já acabou! Vão pra casa!*”. Inclusive, interação direta e indireta com as pessoas, através da técnica de câmera subjetiva, sempre foi um elemento muito presente nas cenas pós-créditos.



(Fig.1) “Não é bem o final. James Bond retornará no próximo thriller de Ian Fleming ‘*Goldfinger*’”

Ao longo do tempo, as cenas pós-créditos foram adquirindo funções diferentes nos filmes. Nos longas de animação, principalmente, geralmente as cenas fazem uma piada feita com algum personagem que apareceu na trama ou um final paralelo de algum deles, prática também adquirida pelos filmes de terror e policiais. Mas foi em 1985, que o filme *O Enigma da Pirâmide*, com o famoso detetive Sherlock Holmes, apresentou a primeira ideia de cena pós-créditos como portadora de informações que dariam continuidade a próximos filmes, apesar da sequência do mesmo nunca ter sido gravada. Tal modelo é altamente utilizado até hoje nos filmes que querem garantir suas continuações. Analisaremos três cenas em especial que exemplifiquem as teorias pesquisadas e os estudos elaborados. São

elas as dos filmes: O Espetacular Homem Aranha 2 (2014), X-Men: Dias de Um Futuro Esquecido (2014) e as que deram origem ao Os Vingadores (2013).

Intertextualidade: construções narrativas com base em outros discursos.

Remeter-se a algo é um artifício utilizado em diversos gêneros e produções de qualquer esfera, seja ela artística, textual, cinematográfica etc. A inserção pode vir em sua forma pura e original, modificada ou apenas o sentido é traduzido. Isso caracteriza a intertextualidade que se entende como

uma referência ou uma incorporação de um elemento discursivo a outro, podendo-se reconhecê-lo quando um autor constrói a sua obra com referências a textos, imagens ou a sons de outras obras e autores e até por si mesmo, como uma forma de reverência, de complemento e de elaboração do nexos e sentido deste texto/imagem (BARROS; FIORIN, 1999 apud ZANI, 2003 p. 121).

A inserção de elementos anteriormente apresentados possui diferentes tipificações que levam em conta a quantidade de pontos recolocados e a essência desses pontos, se foram modificados ou mantidos. Fiorin (1994, apud ANA PAULA, 2012, p. 3) explica que a “intertextualidade é o processo de incorporação de um texto em outro, seja para reproduzir o sentido incorporado, seja para transformá-lo. Há de haver três processos de intertextualidade: a citação, a alusão e a estilização”.

A citação é um método onde há uma relocação de algo antes mencionado e que tem a possibilidade de modificar ou reafirmar a significação original. Tal processo

confirma ou altera o sentido do discurso mencionado e faz-se presente também em outros meios, como no teatro que cita as artes plásticas, no cinema que recorre ao teatro e nas artes plásticas que citam a própria História da Arte. A citação firma-se por mostrar a relação discursiva explicitamente e todo o discurso citado é, basicamente, um elemento dentro de outro já existente. (ZANI, 2003)

A alusão requer um conhecimento prévio maior do público, pois não traz o discurso antes citado em sua forma pura e original, apenas a sua essência que obrigatoriamente não é modificada. ZANI (2003) nos mostra que “a alusão não se faz como uma citação explícita, mas sim, como uma construção que reproduz a ideia central de algo já discursado e que, como o próprio termo deixa transparecer, alude a um discurso já conhecido do público em geral.”

E, por fim, a estilização é um processo que parodia um discurso já apresentado apenas em sua organização sistemática, sua estrutura.

Qualquer narrativa que usa o dialogismo como ferramenta tem a “propriedade que tem os textos de ser cheio de fragmento de outros textos, que podem ser delimitados explicitamente ou mesclados e que o texto pode assimilar, contradizer, ecoar ironicamente, e assim por diante” (FAIRCLOUGH, 2001 apud MOZDZENSKI, 2009, p. 12).

Dialogismo e Memória

Algo fundamental para o sucesso do discurso intertextualizado é que o público seja capaz de identificar a referência que o autor atual se utilizou. “[...] a importância da memória para a análise intericônica é [...] fundamental” (MOZDZENSKI, 2009).

Segundo Maia (2008, apud SANTOS, 2012, p. 3), o dialogismo “implica a identificação / o reconhecimento de remissões a obras ou a textos / trechos mais, ou menos conhecidos, além de exigir do interlocutor a capacidade de interpretar a *função* daquela citação ou alusão em questão”. Ou seja, se vê a necessidade de que o público perceba que a mensagem foi intertextualizada. E essa percepção precisa ocorrer de forma involuntária para que a compreensão seja imediata. Quando não há esse *insight*, a intenção intertextual não consegue seu objetivo, sendo de necessidade do interlocutor que ele procure o discurso anterior para um completo entendimento.

Apesar do foco dos estudos acerca da intertextualidade tivessem sido direcionadas a literatura, Zani (2003) ressalta que “pode-se também empregar o termo à outras produções textuais, imagéticas e midiáticas que trabalhem e elaborem sua narrativa discursiva com este artifício.” Sendo assim, podemos considerar as cenas cinematográficas como algo que tem a possibilidade de serem ricas em trazer elementos intertextuais pela **imagem**.

Gregolin (2000 apud Mozdzenski, 2009, p.18) assinala que a imagem tem um poder de

[...] possibilitar o retorno de temas e figuras do passado, coloca-los insistentemente na atualidade, provocar sua emergência na memória presente. A imagem traz discursos que estão em outros lugares e que voltam sob a forma de remissões, de retomadas e de efeitos de paráfrase. Por estarem sujeitas aos diálogos interdiscursivos, elas não são transparentemente legíveis, são atravessadas por falhas que vêm de seu exterior – a sua colocação em discurso vem clivada de pegadas.

Esse retorno é fundamental no sucesso da recepção da intertextualidade pois “[...] o discurso de outrem não apenas permeia linguagem, mas é uma das chaves para sua compreensão” (CUNHA, 1992 apud MOZDZENSKI, 2009, p. 11)

Cenas pós crédito como ferramenta publicitária

As cenas pós-créditos se diferem em suas construções narrativas audiovisuais até mesmo quando a finalidade é a mesma: publicidade. Longas-metragens que se utilizam de um pós-crédito de um filme anterior a ele para a construção do seu sentido podem usar de duas formas: do exato jeito que ela foi exibida anteriormente, sendo a cena apresentada com toda a sequência audiovisual pura; ou apenas captando o sentido que aquela cena proporcionou a história atual, não sendo necessária a exibição da mesma novamente.

Um filme utilizar a cena pós-crédito de outro filme, seja ela em sua forma pura, modificada ou totalmente desfeita está buscando o reconhecimento do público no filme presente daquela cena passada, para que esses espectadores possam identificar o sentido que houve na exibição da mesma anteriormente. Percebemos que, além de um artifício, é algo quase involuntário essa percepção para quem assistiu à cena pós-crédito e está assistindo o filme que a mesma fez referência.

Essa percepção intertextual citada se deve ao fato das cenas pós-créditos possuírem os chamados *easter eggs*, que são pistas importantes sobre os rumos das futuras produções. A procura pelo conhecimento dessas informações possui a capacidade de prender a atenção das pessoas e fazê-las com que vão atrás também entende-las, já pelo fato de saberem que haverá uma continuação partindo daquelas informações deixadas. Com isso, o espectador vê a necessidade de assistir (se houver) o filme anterior da mesma franquia ao que ele assistiu e, além disso, assistir ao que vai ser lançado. Nesse ponto entra a função das cenas pós-créditos como publicidade: impulsionar a procura pelo espectador de fazer uma conexão entre os filmes; assistindo os antigos e o deixa-lo com expectativa pelos próximos.

Criação de expectativas – *Lack of Closure*

É importante salientar também que essa construção da ansiedade do espectador se deve ao fato de que as cenas pós-créditos criam uma constante falta de solução de problemas. O conflito é jogado às pessoas sem qualquer indício de resolução de tal problema central no próprio pós-crédito. Ou seja, a ausência de uma *closure* é o que cria toda a ansiedade involuntária dos espectadores de um fechamento de história; esperando assim ser saciada

nas próximas continuações. Essa narrativa “é marcada [...] por sua *lack of closure*”. (ABBOTT, 2008, tradução nossa). Quando assistidas, as cenas pós-crédito jogam aos espectadores incertezas e dúvidas acerca do enredo, impulsionando a busca por um encerramento de ideia. Porém, isso não é de total desconforto ao espectador. Segundo Abbott (2008) “parece que também gostamos de estar no estado de desequilíbrio e tensão que precede a *closure*”. O autor ainda ressalta que essa expectativa também é o que sustenta a própria história.

Comumente chamada suspense, essa falta é uma das duas coisas que acima de tudo dá vida à narrativa. A outra coisa é surpresa. Toda narrativa de sucesso de qualquer tamanho são cadeias de suspense e surpresa que nos mantem num estado flutuante de impaciência, espanto e gratificação parcial. (ABBOTT, 2008, p.57, tradução nossa)

Vale destacar que essa ansiedade tanto no nível de expectativa (quando antecipamos o final da história por experiências passadas com narrações do mesmo gênero) ou no nível de questões (quando as dúvidas vêm afim de tentarmos descobrir o final) pode ser muitas vezes saciada, mas também frustrada com o direcionamento que o autor dará à obra.

A exemplo temos os filmes de X-Men [X –Men (2000); X-Men 2 (2003); X-Men: O Confronto Final (2006); X-Men Origens: Wolverine (2009); X-Men: Primeira Classe (2011); Wolverine: Imortal (2013); X-Men: Dias de um Futuro Esquecido (2014)] que são uma das raras franquias que usam todas as cenas pós-créditos com informações para suas próprias continuação, e não para outros filmes.

Utilizemos o pós-crédito de X-Men: Dias de Um Futuro Esquecido (2014). Na cena, o mutante e vilão Apocalypse aparece encapuzado movendo partes de uma pirâmide através da *telecinese* em um deserto. Enquanto isso, várias outras pessoas o adoram embaixo do monte na qual ele se encontra no topo, todos gritando “En Sabah Nur”. No final, quatro cavaleiros são mostrados ao longe enquanto o mutante realiza a deslocação da pirâmide. (Fig. 2)



(Fig.2) Apocalypse (Brendan Pedder)

No nível de expectativa, os espectadores já arranjariam finais ou contextos para o desenrolar que partiria daquele enredo⁵. Para ilustrar retiramos alguns comentários do site Cinema com Rapadura em uma matéria sobre a cena pós-crédito aqui mencionada.⁶

“Jurava que era uma mulher!

Obrigada pela explicação. hahaha, eu não sabia dessa, e fiquei me perguntando de que filme seria esse gancho :)”

“Acho que não deverá se passar nos anos 80, se seguirem com a cronologia mostrada no filme. Se o passado no filme era em 1973 e o Wolverine voltou 50 anos, então deverá acontecer no presente ou no futuro...”

É nesse contexto que as cenas pós-créditos trabalham com a promoção dos próximos filmes, deixando questionamentos e/ou expectativa às pessoas, elaborando através da *lack of closure* a forma de vender as futuras continuações.

Dialogismo entre universos cinematográficos diferentes: Homem Aranha e X-Men

Foi uma grande surpresa para quem esperou até o fim dos créditos de O Espetacular Homem Aranha 2 (2014). Para quem aguardava *easter eggs* sobre a continuação do filme surpreendeu-se ao ver a personagem Mística (Jennifer Lawrence) (Fig.2) libertando vários

⁵ É importante destacar que estamos aqui desconsiderando o conhecimento de alguns espectadores sobre os quadrinhos da franquia.

⁶ Disponível em: <http://cinemacomrapadura.com.br/colunas/acme/332960/nao-entendeu-a-cena-pos-credito-de-x-men-dias-de-um-futuro-esquecido/>

mutantes em uma base do exército americano. Apesar dos filmes pertencerem a diferentes estúdios, o que foi a causa do espanto, um *teaser* de X-Men: Dias de Um Futuro Esquecido (2014) da FOX foi apresentado no final dos créditos do filme da Sony.



(Fig.2) Mística

O filme O Espetacular Homem-Aranha 2 usa a cena de X-Men: Dias de um Futuro Esquecido em sua montagem audiovisual pura, ou seja, no filme X-Men a cena ocorre da mesma forma, com a mesma sequência de imagens, com as mesmas falas; o texto é inserido efetivamente em outro (Piègay-Gros, 1996 apud Mozdzenski, 2009 p. 11). Esse embasamento nos permite classificar a cena no processo de citação.

Porém, é importante destacar que, do ponto de vista de O Espetacular Homem-Aranha 2, essa citação não complementa o sentido da narrativa, considerando que o espaço dado é totalmente isolado do resto do filme e que são dois enredos completamente diferentes; mas é necessário considerarmos que a cena ainda se encontra presente no discurso em geral do filme.

Nesse contexto, verificamos que o trecho de X-Men: Dias de um Futuro Esquecido citado em O Espetacular Homem-Aranha 2 tem a total finalidade de promoção do filme sobre mutantes. Até mesmo “a publicidade assume que seu repertório pode ser construído através de referências diversas” (ZANI, 2003).

Os Vingadores: cenas pós-créditos para a promoção de *crossovers*.

A Marvel começou a implantar a ideia acerca dos Vingadores no pós-crédito de Homem de Ferro (2008). Na cena, Nick Fury (Samuel L.Jackson) apresenta-se a Tony Stark

(Robert Downey Jr.) como diretor da agência S.H.I.E.L.D e fala pela primeira vez da iniciativa Vingadores. Depois disso, os filmes dos outros heróis vão construindo as bases (em suas cenas pós-créditos) até o lançamento do filme. Nas de O Incrível Hulk (2008), Tony Stark aparece novamente falando sobre a iniciativa; em Thor (2010) aparece Loki (Tom Hiddleston) como o vilão de Os Vingadores e a pedra Tesseract, fonte de um poder sobre-humano capaz de dominar a Terra, como o objeto do confronto; em Capitão América (2011) Nick Fury novamente aparece para chamar Steve Rogers (Chris Evans) para entrar na iniciativa junto com os outros heróis. Em Os Vingadores 2 (2015), Thanos (Josh Brolin) aparece como o próximo vilão da franquia, que será lançada em 2018 (Fig.3).



(Fig.3) Thanos

Toda essa construção, de certa forma cronológica, nos permite afirmar hiperbolicamente que há um grande filme, dividido em “heróis” e que vai, no final, acontecer sempre o *crossover* dessas histórias, ou seja, o cruzamento de enredos. E nesse caso, as cenas pós-créditos entram com o papel de interligar esses filmes, dar informações e pistas aos espectadores do que está para acontecer e impulsionar a ansiedade dos mesmos para os próximos lançamentos.

Essas cenas, portanto, aludem a narrativa de Os Vingadores; e no próprio filme percebemos a alusão às cenas pós-créditos que ajudaram a construir seu discurso.

Nesse universo Marvel/Vingadores também vemos mais claramente como se utilizar desses instrumentos para promover também antigos filmes; cria-se a necessidade de assistir os anteriores para se fazer toda a conexão com os atuais.

Conclusão

As cenas pós-crédito sempre foram motivo de espera até o final da sessão nos cinemas, motivo de acelerar os créditos quando assistidos em DVD e procurados nos principais blogs de cinema por aqueles que não conseguiram assisti-las ou entendê-las. Nesse propósito de importância que o objeto tem nos filmes elaboramos a pesquisa que foi apresentada.

Verificamos que há uma grande variedade na classificação dessas cenas, enquadrando-as em certas categorias da intertextualidade, porém, vale ressaltar que “um mesmo texto pode apresentar de forma simultânea uma ou mais ocorrências desses tipos de intertextualidade ou ainda qualquer combinação entre essas categorias já mais ou menos estabilizadas e outras classes ‘intermediárias’” (MOZDZENSKI, 2009). Não sendo, portanto, as categorias e teorias relacionadas a cada cena estudada aqui como únicas e limitadas.

Concluimos que o instrumento do dialogismo é capaz de servir como propaganda no universo cinematográfico, pois há várias características que ele é capaz de abordar a serem consideradas: a capacidade de memória e identificação dos espectadores; a impulsão para a ansiedade dos mesmos, desenvolvendo a expectativa de conclusão da história; promoção dos diálogos intertextuais, criando a conexão entre filmes etc.

A última mensagem apresentada em alguns filmes desperta a curiosidade dos espectadores e garante que muitos deles fiquem até o final dos créditos nas salas de cinema; seja para acompanhar um final paralelo de algum personagem, para um possível começo e contextualização de outros filmes ou para uma simples piada feita com alguma figura da história. Essas cenas, muitas vezes altamente aclamadas e consideradas fatores determinantes para contextualizações de enredos, estão cada vez mais presentes nos filmes que querem garantir sua perduração por mais duas, três ou infinitas continuações.

Bibliografia

ABBOTT, H. Porter. *Closure*. In: _____. *The Cambridge Introduction to Narrative*. 2 ed. New York: Cambridge University Press, 2008. 55-66.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: *Obras Escolhidas. Magia e Técnica, Arte e Política*. Trad. Br. Sérgio. P. Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994.

KNOLL, Graziela Frainer. Intertextualidade: O anúncio publicitário como produto de relações dialógicas. Trabalho apresentado no IV Congresso Internacional das Linguagens – URI/Erechim/RS, maio/2010. p.190-195.

MOZDZENSKI, Leonardo. *A intertextualidade no videoclipe: Uma abordagem discursiva e imagético-cognitiva*. Contemporanea, vol.7, nº 2. Dez. 2009.

SANTOS, Ana Paula Moreira. *Intertextualidade e Interdiscursividade: Uma análise do filme Shrek*. Universidade Federal da Bahia. s.d.

ZANI, Ricardo. *Intertextualidade: considerações em torno do dialogismo*. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 121-132, jan./jun. 2003.

O Espetacular Homem-Aranha 2 (Título original: The Amazing Spider-Man 2). Direção: Marc Webb. Produção: Avi Arad, Matt Tolmach. Roteiro: James Vanderbilt, Alex Kurtzman e Roberto Orci. Columbia Pictures; Marvel Entertainment; Sony Pictures Entertainment, 2014. (139 min.), son., color.

X-Men: Dias de Um Futuro Esquecido (Título original: X-Men: Days of Future Past). Direção: Bryan Singer. Produção: Lauren Shuler, Simon Kinberg, Hutch Parker, Bryan Singer. Roteiro: Simon Kinberg, Jane Goldman, Simon Kinberg, Matthew Vaughn. 20th Century Fox; Marvel Entertainment; 2014. (130 min.), son, color.

Os Vingadores (Título Original: The Avengers). Direção e Roteiro: Josh Whedon. Produção: Kevin Feige. Marvel Studios; Paramount Pictures; Walt Disney Motion Pictures. 2012. (143 min.), son., color.

REDAÇÃO CINEMA EM CENA. Cenas pós-créditos que valem a pena esperar para ver. Disponível em:

<http://www.cinemaemcena.com.br/plus/modulos/noticias/ler.php?cdnoticia=52970>. Acesso em: 13 de nov. 2014.