

DA VOUGHT AO MUNDO: UMA ANÁLISE TRANSMÍDIA DE *THE BOYS*

Gabriela Andrucioli de OLIVEIRA¹⁰

Tatiana Mancin da SILVA¹¹

Marília Costa MATTOS¹²

RESUMO

O incremento de novas plataformas de distribuição de conteúdo gera grandes demandas e a maneira para produzir esse entretenimento contemporâneo com excelência ocorre através das narrativas transmídia, que possuem como prática de roteirização a criação de mundos que se permitem desdobrar em diferentes plataformas. Assim, a audiência interage de maneira direta por meio de diversas telas, independente do seu formato. Essa prática de produção de conteúdo é utilizada para testar novas narrativas, levando em consideração a opinião da audiência para garantir o sucesso e ascensão de diversas histórias contadas de maneira épica. Novos modelos de engajamento surgem, estimulando a cultura participativa, peça-chave para o desenvolvimento de um universo ficcional. A partir desta premissa, o estudo teve como objetivo analisar o universo dos super-heróis, com foco principal na complexidade narrativa do drama satírico *The Boys*, concebido pelo serviço de streaming Prime Video. A série oferece aos fãs de histórias em quadrinhos, uma expansão da revista de mesmo nome que teve como foco principal diversos eventos ocorridos onde apresentam os super-heróis como vigilantes superpoderosos em uma nova realidade transmídia, dentro do universo da série. Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa exploratória com levantamento bibliográfico, a partir dos conceitos de transmídia, convergência, cultura participativa, histórias em quadrinhos, super-heróis, e do levantamento de relatos de fãs. Assim, as análises dos principais pontos entre as três temporadas disponíveis atualmente na plataforma de streaming e relatos de fãs, possuem o intuito de desenvolver um estudo dinâmico e lúdico baseado no impacto das mídias nas novas produções cinematográficas. Dessa forma, é possível concluir que apesar das questões intensas apresentadas em cada temporada, como traumas, questões políticas e o

¹⁰ Aluno da 6ª etapa do curso de Publicidade e Propaganda UNAERP, e-mail: gabriela.aoliveira@sou.unaerp.edu.br

¹¹ Aluno da 6ª etapa do curso de Publicidade e Propaganda UNAERP, e-mail: tatiana.silva@sou.unaerp.edu.br

¹² Orientadora do trabalho. Professor do Curso de de Publicidade e Propaganda UNAERP, e-mail: mcmattos@unaerp.br

vício em drogas, a partir da análise da série identificou-se a característica de multiplicidade do meio que envolve o público com essas temáticas, expandindo o universo ficcional com o real, oferecendo soluções muito fáceis aos problemas dos personagens, resolvendo-os de superficial e repentina.

Palavras-chave

Transmídia, convergência, cultura participativa, histórias em quadrinhos, super-heróis.

1. Introdução

Um estudante secundarista-filipino-americano dentro de sua casa desenvolveu o primeiro exemplo da maneira a qual o conceito de convergência é percebido ao público. De acordo com Henry Jenkins (2008) em seu livro "Cultura da Convergência" do próprio quarto "Ignácio desencadeou uma controvérsia internacional" (JENKINS, p. 26), desenvolvendo no Photoshop uma colagem onde Beto, personagem de Vila Sésamo, interagia com Osama Bin Laden, líder terrorista, e desta forma constatou ao mundo que "Beto é do Mal". Aqueles que se divertiram com o assunto, conseqüentemente, passaram a produzir sites relacionados diretamente ao tema, ligando personagens do desenho infantil a terroristas.

De acordo com o autor, esta questão que enfim trouxe ao conhecimento público a cultura da convergência, “onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis.” (JENKINS, p.27).

O conceito de convergência, desenvolvido por Henry Jenkins, se trata, por fim, da definição das constantes mudanças na tecnologia, indústria, cultural, social e da maneira em que as mídias circulam, se adaptando a cada novo lançamento ou método de consumo de conteúdo, fazendo com que o consumidor se encontre em uma linha tênue moldada a cada nova interação, ou seja: faz uso de maneira complementar das redes, estimulando a produção de uma cultura participativa e inteligência coletiva.

Com isso, cenário de produção audiovisual sofre constante impacto de incertezas, pois a flexibilização destas produções e o incremento de novas plataformas de distribuição de conteúdo exigem uma grande demanda e uma maneira de gerar formas de entretenimento contemporâneo por excelência é através das narrativas transmídia.

Neste sentido, a prática de roteirização consiste na criação de um mundo desdobrado em diferentes plataformas, neste modelo a audiência interage por meio de diversas mídias e desta maneira, independente do formato, as narrativas sempre são testadas com audiências reais para garantir o sucesso e ascensão das divergentes histórias.

As narrativas transmidiáticas estabelecem de forma épica relações seriadas de longa duração e as possibilidades de exploração de novas narrativas são inúmeras e estas incentivam novos modelos de engajamento, estimulando a cultura participativa, que se trata de uma peça chave para o universo fictício desenvolvido.

Segundo João Carlos Massarolo (2016), autor do Roteiro Audiovisual Para Narrativas Transmídia:

O compartilhamento de narrativas serializadas reconfigura o ecossistema audiovisual, cria novas formas de envolvimento que renovam as práticas de produção e consumo do produto audiovisual. Neste processo, a mobilidade da mídia central ganha destaque e estimula a geração de conteúdo pelos usuários, intensificando o trânsito de conteúdos entre filmes, séries e webséries, jogos digitais e dispositivos móveis, entre outras mídias. (MASSAROLO, 2016. p. 1)

Dentro deste cenário é impossível não falar sobre as diversas plataformas de streaming que estão ganhando cada vez mais notoriedade entre o público, substituindo antigos meios de distribuição e moldando novas formas de criação de conteúdo audiovisual, entre estes se destaca o longa seriado "The Boys", concebido pela plataforma de streaming Prime Video, que oferece uma nova realidade aos fãs de histórias em quadrinhos, apresentando uma expansão da revista de mesmo nome, desenvolvida por Garth Ennis e Darick Robertson para uma produção focada no público adulto, o longa seriado tem como foco principal uma série de eventos ocorridos os quais apresentam os super-heróis com seus

valores morais corrompidos por conta da fama e fazendo qualquer coisa para manter uma imagem manipulada pela grande corporação Vought International, que os comercializa e monetiza, e por isso estão sempre sendo monitorados por um esquadrão denominados informalmente de “The Boys”.

O programa busca descaracterizar os super-heróis como são conhecidos pela mídia com muito humor, apesar de fazer o uso da violência, satirizando regularmente a obsessão pelas figuras heroicas da cultura pop dentro do seu próprio universo cinematográfico.

As três temporadas atualmente disponíveis alcançaram seu sucesso justamente pela presença desta premissa, que retrata todas as pessoas que possuem algum tipo de poder de uma forma “boa”, a qual eles utilizam como máscara para conseguirem vantagens econômicas a qualquer custo. Os personagens atualmente conhecidos são figuras de completa admiração pela população, porém agem como verdadeiros sociopatas quando não estão diante das câmeras.

O sucesso da série sempre foi grande, mas com lançamento da terceira temporada o engajamento se tornou ainda maior, a quarta temporada já está confirmada e estima-se que a série se encerrará na quinta temporada, além dos spin-offs da produção, que significa o lançamento de algum produto ou negócio a partir de obras já existentes.

A partir desta premissa o artigo visa saciar a seguinte questão: como a série atingiu seu sucesso utilizando da convergência e a transmídia ao seu favor?

Objetivando demonstrar de maneira lúdica e prática como as narrativas seriadas podem atingir o público de maneira que incentive a cultura participativa e mantenha o universo ativo mesmo com o grande período de espera entre novas temporadas, garantindo o seu sucesso independente da época do ano.

2. Metodologia

O presente estudo foi realizado por meio de uma pesquisa exploratória com levantamentos bibliográficos e levando em conta relatos os quais se

encaixam nas pesquisas com base na cultura de convergência que é possível se observar ao longo dos desenvolvimentos das três temporadas, e por fim, expor os dados com a análise realizada de maneira a qual demonstre como este método de estudo foi um ponto crucial para o sucesso de The Boys.

Para o desenvolvimento da pesquisa foram-se destacados artigos entre os seguintes descritores na língua portuguesa: “convergência” e “histórias em quadrinhos”.

O critério para a escolha destes artigos foram: publicados em português, permitissem o seu acesso na íntegra e que remetessem à temática apresentada diante de uma ou mais palavras-chave pesquisadas.

Inicialmente foram selecionados por título e resumo, para posteriormente serem lidos e analisados para que fossem utilizados apenas àqueles que possuíam relações diretas com o tema apresentado e se enquadravam nos quesitos de exclusão.

Entre os 1.103 artigos encontrados com a utilização da plataforma Scielo (“convergência” = 1.066; “histórias em quadrinhos” = 37) foram selecionados, diante dos critérios de inclusão e leituras na íntegra, 5 artigos para auxílio do desenvolvimento do estudo.

Esta pesquisa visa sustenta-lá em dois pilares: o primeiro a importância de estudos sobre as narrativas transmidiáticas por meio do universo cinematográfico seriado e segundo o reconhecimento de sua requisição para o sucesso de distintos universos seriados nos dias atuais.

3. Transmídia além da realidade

O conceito de transmídia se trata de um conteúdo o qual se sobressai a uma mídia única, as apropriações das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) se evidenciam neste ponto, pois se trata de um fenômeno completo que assim como o conceito citado está em constante movimento, não se consolidando, e exigindo o seu próprio desenvolvimento em várias vertentes. Estas frequentes mudanças e as implicações na cultura demandam novos meios de olhar e

investigar, mantendo em alerta pesquisadores do campo, pois a apropriação da tecnologia seria o marco no processo que evidencia principalmente relações, tensões e ressignificações do cotidiano, apontando a intensidade que o mercado gera entre os consumidores e o digital.

A arte sequencial das histórias em quadrinhos, que possuem a capacidade de narrar fatos e acontecimentos, utilizando de uma combinação de palavras e imagens que representam uma correlação foi o ponto principal para que a série pudesse convergir e tomar a forma de narrativa televisiva, que atualmente utilizamos como estudo principal do nosso artigo.

Não apenas trajes coloridos e poderes sobre-humanos que fazem com que os consumidores deste conteúdo tenham interesse e optem pelo seriado, mas sim a maneira com a qual as interpretações e percepções estão conectadas tanto nos acontecimentos narrados quanto da própria realidade. Iser (1999) pontua em sua teoria sobre a característica do ser humano de “ficcionalizar sua existência” (1996, p. 65). Ele o faz, ao recorrer a leituras de teor e caráter ficcional. Mesmo assim, o leitor opta por continuar a leitura, pois ela é capaz de [...] dizer ou de revelar algo sobre si mesmo”. (1996, p. 65-66).

Conhecendo a demanda do consumidor por esta intersecção entre o real e o fictício a Amazon Prime leva a “vida real” para dentro do universo ficcional de *The Boys*, oferecendo ao público uma nova realidade, demonstrando um ponto de vista interessante sobre como os super-heróis seriam se realmente existissem e também qual seria a reação do mercado diante disso. Invadindo talk-shows, noticiários, manchetes de jornal e produzindo filmes e comerciais de televisão os personagens usam e abusam dos elementos que fazem com que o seriado realmente pareça estar inserido no mundo real, contratando imagens ilustres da cultura pop atual para fazerem papéis de si mesmos, como por exemplo: o episódio em que o personagem Translúcido, interpretado pelo ator Alex Hassell e que possuía o poder de se tornar invisível, oferece uma entrevista a Jimmy Fallon. Na época o personagem citado estaria dentro do grupo de super-heróis de elite conhecidos como “*Seven*” e em uma turnê com a imprensa podemos nos deparar com a sua presença no programa “*The Late Night*”, conhecido nos Estados Unidos pelas interações icônicas com diversas celebridades e paródias

musicais. Desta maneira apesar do super-herói se demonstrar uma figura repugnante ao longo do seriado poderia se safar de qualquer coisa mantendo uma postura simpática ao longo do programa. E desta forma, interagindo as figuras irreais com nosso contexto atual, a série consegue moldar na vida real um campo amplo que se aproxima da nossa própria realidade.

Essa multiplicidade de meios de atingir o público, juntada à expansão do universo ficcional ao real nos mostra o óbvio do que seria se isso realmente fosse verdadeiro, uma empresa multimilionária e o controle não somente de seus seguidores, mas também de uma nação inteira, insaciada e com sede de consumir de todas as maneiras os atos heróicos reais ou até no videogame. O universo “The Boys” é a mais pura e real transmídia, conseguindo fazer da vida real um campo ainda mais amplo de aproximação e expansão da própria realidade. (GUERRA, 2020)

4. Cultura participativa

Tentando compreender os impactos dos estudos transmidiáticos foi-se desenvolvido um novo tipo de narrativa ficcional, esta que passou a adquirir propriedades singulares que envolvem interação e execução de tarefas em ambientes ficcionais. A experiência produzida fundamenta-se na sensação de imersão ou participação, oferecendo uma sensação de imersão ou participação em outro lugar, dando liberdade para que o consumidor desfrute do prazer de atuar e provocar mudanças na realidade.

Na terceira temporada da série um dos personagens conhecido pelo nome heroico Trem-Bala aparece em um comercial de televisão apresentando uma bebida energética enlatada e a campanha não se manteve apenas como parte do universo seriado.

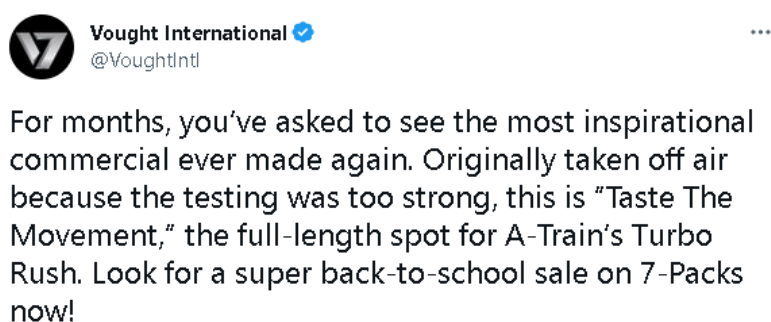
O anúncio se trata de uma sátira feita a uma propaganda lançada em 2017 pela multinacional Pepsi, que utiliza da imagem da modelo e estrela de Reality de show Kendall Jenner indo em direção a uma multidão em protesto para apoiá-los na causa, se aproximando da linha de frente onde há uma barreira de policiais e os oferece uma latinha da bebida, fazendo com que o policial sorria com o ato e todos passem a comemorar juntos.

O comercial na época causou grande polêmica no Twitter, pois muitos usuários afirmavam que subestimava os protestos que realmente aconteciam pelos Estados Unidos naquele mesmo ano, que foi o motivo da morte de homens

negros desarmados e adolescentes por parte dos policiais. “Se eu tivesse levado uma Pepsi acho que nunca teria sido preso. Quem poderia saber?”, disse DeRay McKesson, uma das principais vozes do movimento Black Lives Matter.

A história por trás desta polêmica diz muito sobre a narrativa pessoal do personagem, pois este aparece na terceira temporada apenas utilizando do movimento para aumentar seu engajamento que parece decair ao longo da trama, com base nas pesquisas de marketing realizadas e isso ameaça o cargo que ele possui no time principal da empresa.

Além disso, o anúncio foi no perfil oficial da série “*Vought International*” no Twitter com a seguinte legenda:



Tradução: “Por meses, você pediu para ver o comercial mais inspirador já feito novamente. Originalmente retirado do ar porque o teste era muito forte, este é “Taste The Movement”, o comercial completo para Turbo Rush do A-Train. Procure uma superpromoção de volta às aulas no 7-Packs agora!”

E neste post os fãs da série parecem responder como se fosse um produto real e também se destaca as intrigas e discussões levantadas por conta da narrativa seriada desenvolvida ao longo dos episódios, estreitando os relacionamentos que percorrem o real e o imaginário. Os telespectadores parecem atuar como se todos fizessemos parte do mesmo universo, como por exemplo:

Em resposta a [@VoughtIntl](#)

I love drinking that drink with my gf!

2:38 PM · 6 de set de 2022 · Twitter for Android

“Eu amo beber essa bebida com minha namorada!”

Em resposta a [@VoughtIntl](#)

Imma say it out loud and take on the haters, cause I
dont think that A-Train is the fastest man alive
anymore. Shockwave however 🙏

2:39 PM · 6 de set de 2022 · Twitter Web App

“Eu vou dizer isso em voz alta e enfrentar os inimigos, porque eu não acho
que o Trem-bala seja mais o homem mais rápido do mundo. Onda de choque. No
entanto 🙏”

You know Shockwave is dead ? No one is faster than
our A-Train 😏😏😏😏😏😏

[Traduzir Tweet](#)

2:40 PM · 6 de set de 2022 · Twitter for iPhone

“Você sabe que Shockwave está morto? Ninguém é mais rápido que o
nosso A-Train 😏😏😏😏😏”

I remember seeing his name on the news, how did he
die again? It seemed really fishy

[Traduzir Tweet](#)

2:44 PM · 6 de set de 2022 · Twitter for iPhone

“Lembro-me de ver o nome dele no noticiário, como ele morreu de novo? Parecia realmente suspeito”

One of those supe terroirists killed him at that meeting,
this is why we need homelander to protect us

[Traduzir Tweet](#)

2:58 PM · 6 de set de 2022 · Twitter for iPhone

“Um daqueles super terroristas o matou naquela reunião, é por isso que precisamos de pátria para nos proteger”

Thank God and Homelander for our safety.

[Traduzir Tweet](#)

4:40 PM · 6 de set de 2022 · Twitter for Android

“Graças a Deus e Homelander por nossa segurança.”

Com base nisso, segundo Murray (2003):

A narrativa multiforme procura dar uma existência simultânea a essas possibilidades, permitindo-nos ter em mente, ao mesmo tempo, múltiplas e contraditórias alternativas (...) O poder caleidoscópico do computador permite-nos contar histórias que refletem com maior autenticidade nossa sensibilidade da virada do século. Não acreditamos mais numa realidade singular, numa visão única e integradora do mundo, nem mesmo na confiabilidade de um só ângulo de percepção (...) A solução é a tela caleidoscópica, capaz de apreender o mundo como ele se apresenta desde diferentes perspectivas...” (MURRAY, 2003, p. 158-159).

5. Telejornal bizarro

O conceito o qual a convergência é percebida atualmente se desdobra em dois postos-chave, sendo estes: a convergência tecnológica, esta que permite o acesso a vários tipos de informações em diversas fontes utilizando plataformas comuns, como blogs; e a cultura da convergência, apresentada por Jenkins (2008) que permite com que todos se organizem e recolham informações relevantes para o desempenho de qualquer função que necessite realizar, e com isso pode vir a garantir o sucesso de uma organização, pois esta enriquece a visão partilhada entre provedor e consumidor, auxiliando no processo em que este precisaria passar para entender sobre o mercado o qual atua e qual é o *feedback* das interações que partilham.

A convergência através das mídias convém no alcance da dimensão de relacionamento entre as pessoas, não pensando somente na tecnologia como a imagem falácia da Caixa Negra de Jenkins, que tem como crença que todos os conteúdos e mídias estão centralizados em um único meio, mas sim na relação entre as pessoas e esse meio, na facilidade e na satisfação que seu uso proporciona, uma vez que este será o fator principal de aceitação dos novos conteúdos que serão produzidos.

Com isso, o canal no Youtube *Vought News Network* se trata de um exemplo claro de um estreitamento de laços entre os consumidores da série e os seus desenvolvedores, pois utilizando da convergência para oferecer diversos estímulos fora do aplicativo de Streaming faz com que os fãs tenham sempre novidades sobre o universo ficcional e que os comentários sobre ele voltem a ser feitos meses antes do lançamento de uma nova temporada, garantindo o seu sucesso mesmo com o longo tempo de espera, construindo pontes entre elas mesmo há mais de um ano fora do ar.

O canal disponibiliza a cada mês notícias exageradas sobre o universo de *The Boys* e o público tem a oportunidade de reagir como se fossem histórias reais. As notícias absurdas e falsas se misturam entre as de verdade, impactando diretamente a trama, como por exemplo: fatos do passado de alguns personagens ou também detalhes como receber em primeira mão as novidades sobre o visual de alguns deles. Esse novo método permite uma comunicação direta, utilizando

de uma linguagem próxima da realidade dos utilizadores para que ocorra essa imersão.

Utilizar o canal do Youtube para gerar engajamento sobre o nome da série se trata de uma excelente estratégia para manter os assinantes ativos e cientes da nova temporada que vem por aí, entregando a eles notícias as quais podem vir a fazer teorias sobre o que seria o certo e o errado e discutir sobre isso em fóruns ou blogs, gerando de maneira orgânica interpretações partilhadas que permitem preencher um quebra-cabeça e construir uma visão que seja a mais próxima do que está atrelado ao mercado naquele momento, no ambiente externo e opiniões do público, adotando medidas para aquilo que parece funcionar ou não, dando maior importância aos *prosumidores* (consumidor que produz) e não consumidores passivos de informação.

6. Spin-offs

A inovação desta forma pode ser um fator que diferencia o sucesso e o crescimento de qualquer área e desenvolver, desta maneira, os conhecidos *Spin-off* tem se tornado uma forma estratégica de criar diversas campanhas afim de turbinar um negócio, sendo extremamente comum na área cinematográfica das séries e até mesmo na área da música, onde um personagem secundário que não possui tanta importância para a trama posteriormente ter algo apenas contanto a sua história.

Assim se torna possível aproveitar uma estrutura já existente para expandir e inovar, garantindo uma atuação para diferentes públicos. Isso ocorre quando a denominada “empresa-mãe” apresenta bons resultados financeiros, porém já atingiu todo o seu limite de crescimento e a empresa pode sentir uma estagnação nos resultados.

Atualmente apesar da série *The Boys* não ter chegado ao fim podemos nos deparar com alguns *spin-offs* desenvolvidos pelo Prime Video, como: o desenho animado “*The Boys, Diabólicos*” e o programa “*Gen V*” que ainda está em produção.

A série animada surgiu no auge da popularidade da série a qual se originou, expandindo seu universo sem abandonar o senso de humor e a anarquia, apresentando curtas com histórias que se iniciam e finalizam no mesmo episódio e cada história contada possui um estilo de animação diferente que pode derivar desde os conhecidos cartoons infantis, como “*Looney Tunes*”, até animes e comédias animadas para adultos, como “*Rick and Morty*”.

Eric Kripke, *showrunner* deste seriado adiantou que eles não se preocupam muito com estabelecer uma relação com a trama original, o único fato é que se relacionam com o mesmo universo de *The Boys*, apresentando super-heróis que possuem índoles duvidosas e na descoberta de novos poderes adquiridos através de uma substância conhecida como Composto V. A escolha dos criadores pode afastar a série da audiência ávida que *The Boys* conquistou no seriado principal, porém também garantirá que o universo possa caminhar livre por contra própria e adquira seu sucesso a sua própria maneira.

Já a nova série “*Gen V*” foi divulgada no Twitter no dia 9 de setembro com imagens do set de filmagens, esta produção acompanhará a vida de jovens em uma universidade, apresentando um novo elenco e as divulgações apresentadas até o momento garantem que será irreverente e ambientada na única faculdade dos Estados Unidos que permite a entrada de super-heróis e é administrada pela mesma empresa que comanda os personagens principais da série original, a *Vought International*, os colocando em seus limites morais e físicos para que possam atuar protegendo a população nas melhores das cidades, mantendo todo o humor e sátiras que já são características fundamentais em *The Boys*.

7. Considerações finais

Compreende-se que na realidade em que estamos inseridos a tecnologia faz parte de praticamente tudo em nossa vida, sendo assim, uma maneira de produzir narrativas por excelência e que reflita a realidade do telespectador é através da transmídia e tanto para o desenvolvimento destas histórias quanto para produzir uma estratégia de marketing com excelência a cultura da convergência sempre se fará presente, pois desta maneira se torna fácil prender

a atenção do consumidor e também compreendê-lo e as distintas opiniões com base em suas diversas vivências e culturas. Os últimos desdobramentos nessa perspectiva representaram que para a difusão de histórias é necessária uma reaproximação dos meios ficcionais, que passam a ser compreendidos não como algo falso, mas como algo que orbita uma esfera verossímil.

Sendo assim, o universo de *The Boys* consegue se manter ativo mesmo após muito tempo de espera entre as temporadas, mantendo ativo o mesmo senso de humor e as críticas que atraem o consumidor através da cultura participativa e neste mesmo ritmo, dando a importância para os prosumidores. Estas vantagens residem principalmente na troca, colaboração e partilha de tecnologias, promovendo uma interação entre as pessoas e o conhecimento que possuem, domando todas as partes que constituem, e com isso a série poderá continuar gerando lucros e conquistando fãs cada vez mais.

A construção de narrativas seriadas que apresentam Spin-offs de suas obras estão sendo cada vez mais requisitadas para que o sucesso da série perdure e também para manter os lucros de uma empresa, associando aquilo com que faz sucesso com novos modelos de criar histórias. Apesar de muitas vezes que esta mudança de estilos possa afastar fãs fieis das novas obras ainda sim é possível atrair outros que não se sentiram atraídos pela trama original, assim associando os gostos pessoais de cada um a todos os gêneros possíveis.

Referências

API, R. **Propaganda da Pepsi com Kendall Jenner em protesto causa indignação.** Fashion Network. Abril de 2017. Disponível em: fashionnetwork.com. Acesso em: 08 nov. 2022.

AVILA, G. **Antologia Diabólicos, de The Boys, expande o universo da série sem abandonar a anarquia.** Jovem Nerd. 1 de março de 2022. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/antologia-diabolicos-de-the-boys-expande-o-universo-da-serie/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

DUMONT, L. M. M.; RAMOS, R. B. T. A leitura de histórias em quadrinhos da Marvel e da DC Comics e a etnometodologia: relevância e desdobramentos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, n. 3, v. 23, 2018.

EISNER, W. **Quadrinhos e a arte sequencial**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ESTE É O ATOR britânico que interpreta um super-herói corrupto translúcido em “The Boys”. Mehvaccestudies.com. 2022. Disponível em: <https://pt.mehvaccestudies.com/this-is-british-actor-who-plays-corrupt-superhero-translucent-boys>. Acesso em: 15 nov. 2022.

FRONZA, M. As possibilidades investigativas da aprendizagem histórica de jovens estudantes a partir das histórias em quadrinhos. *Aprendizagem Histórica: Pesquisa, Teoria e Prática. Educ. rev.* Junho de 2016.

GUERRA, Guilherme. A Transmídia além da realidade em “The Boys”. DIG&TAL. **Medium**, outubro de 2020.

HERIQUE, P. R. **5 Lições de Marketing em THE BOYS**, LinkedIn, 11. fev. 2021.

INTERNATIONAL, Vought. A-Train. Turbo Rush Full Commercial. Youtube, 6 de set. 2022. Disponível em: A-Train | Turbo Rush Full Commercial - YouTube. Acesso em: 08 nov. 2022.

JESUS, N. **The Boys Diabolical**: o que você precisa saber sobre o spin-off da adorada série do Prime Video?. Adoro Cinema. 21. jan.2022. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-162126/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

KUVIATKOSKI, C. Spin-off: o que é e como usar para alavancar o seu negócio. **Ideia no ar**. 26 de agosto de 2022. Disponível em: <https://www.ideianoar.com.br/spin-off/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era informática. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

LOPES, E. C; CAMARA, N. S; Carnaval Transmídia: um estudo de caso do desfile da escola de samba Mangueira. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.7, n. 1, jan. 2021.

LOPES, S, P, M. A Web 2.0 como ferramenta de análise de tendências e monitorização do ambiente externo e sua relação com a cultura de convergência dos media. **Perspect. Ciênc. Inf.** 18. março de 2013.

MACHADO, G; GOSCIOLA, V. Série The Hire: um olhar crítico sobre o entretenimento na publicidade. **Revista do Audiovisual**. Sala 206, Vitória-ES, n.º 7, dez. 2017.

MEIMARIDIS, M.; URBANO, K.C.L. A Jornada do anti-herói: uma análise da complexidade narrativa em Breaking Bad. São Paulo: **Revista Fronteiras**, 2018. p. 321-333.

MITTEL, Jason. Narrative complexity in contemporary american television. In: **The Velvet Light Trap**, University of Texas Press, n. 58, 2006. p. 29-40.

NERI, Jéssica. Mais complexo ou menos cômico? A complexidade narrativa aplicada à criação de personagens nas novas sitcoms. Revista do programa de pós-graduação em comunicação da universidade federal da Paraíba. **Culturas Midiáticas**, [S. l.], v. 8, n. 2, 2015.

PAZ, J. **Com telejornal bizarro, The Boys dá uma nova cara o marketing transmídia**. Observatório da TV. Dezembro de 2021. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/series/prime-video/com-telejornal-bizarro-the-boys-da-uma-nova-cara-ao-marketing-transmidia>. Acesso em: 08 nov. 2022.

PINTO, F. **Gen V | Derivado de The Boys revela as primeiras imagens no set; confira**. Omelete. 09 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/series-tv/gen-v-primeiras-imagens-set>. Acesso em: 15 nov. 2022.

QUADROS, L. C. T; MUSCO, L. T. Q; Reflexões acerca da série the boys: aproximações entre o bem e o mal, interseções entre a ficção e a realidade. **Revista Abusões**, 10 de abr. de 2021.

REVELLI, C. **Inteligência estratégica na internet: como desenvolver eficazmente actividades de monitorização e de pesquisa nas redes**. Lisboa: Instituto Piaget, 2000.

ROMANO, N; The Vought Cinematic Universe: All the fake movies and shows from The Boys, **Entertainment**, 27 jan. 2022.

SOUZA, K. A. C.; CÂMARA, N. S. A complexidade narrativa em Game Of Thrones. Universidade de Franca. In: **Anais do SILEL**. Uberlândia: EDUFU, 2013. v. 3.

TELLES, H, V; ALVES, L. Comunicação, expressividade e narratividade dos videojogos. Narrativa, história e ficção: os *history games* como obras fronteiriças. **Comunicação e Sociedade**, vol. 27, Braga. Junho de 2015.

TOCANTINS, G. M. O.; WIGGERS, I. D. Infância e mídias digitais: histórias de crianças e adolescentes sobre seus cotidianos. **Cadernos Cedex**, abr. 2021.

YADAV, Yash. Full Pepsi Commercial Starring Kendal Jenner. Youtube, 6 de abr. 2017. Disponível em: Full Pepsi Commercial Starring Kendal Jenner - YouTube. Acesso em: 08 nov. 2022.

- - - -