

**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO**

**FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO**

**CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**ELEMENTO SURPRESA:**

**OS SPOILERS INSERIDOS NO TRAILER DE CINEMA.**

**Cassiano Giroto Zanella**

Passo Fundo, dezembro de 2016.

**CASSIANO GIROTTTO ZANELLA**

**ELEMENTO SURPRESA:  
OS SPOILERS INSERIDOS NO TRAILER DE CINEMA**

Monografia apresentada ao curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientação: Prof. Me. Otavio Klein

PASSO FUNDO  
2016

Dedico à meus pais por sempre incentivarem a fazer a diferença no mundo. E também a aqueles que se fascinam tanto quanto eu pelo universo mágico dos filmes.

## **AGRADECIMENTOS**

Chego ao fim dessa jornada agradecendo a todas as pessoas que fizeram parte dela. Meus queridos colegas que compartilharam desse intenso processo, sempre com muito bom humor e companheirismo. Aos professores do curso que inspiraram meu olhar e coração para encontrar um caminho a ser seguido nesse trabalho e também na profissão. Aos meus amigos que incentivaram e compreenderam a importância desse momento. Ao meu querido orientador Otavio que prontamente se dispôs a abraçar o tema e proporcionar diversas possibilidades para sua abordagem. E essencialmente agradeço minha família, Dadi, Ju, Cami, Malene, Danilo, Maria, pelo apoio incondicional e principalmente meus pais Cristiana e Anacleto por possibilitarem que essa jornada acontecesse e por toda a paciência, amor, disposição que me fazem seguir em frente.

**MUITO OBRIGADO!**

## RESUMO

Este trabalho explora o uso de spoilers e suas influências nos produtos publicitários audiovisuais para cinema. Baseando-se nisso, a pesquisa tem como objetivo observar os trailers de três filmes lançados em 2016 e, através de análise fílmica e de conteúdo, expor e categorizar os *spoilers* encontrados em seus conteúdos audiovisuais a fim de compreender como se comportam quando inseridos em trailers. Foram encontrados 106 *spoilers* de cinco categorias diferentes nos trailers analisados, cada um com seu grau de importância e com um sentido específico. Comprovando que são instrumentos que podem se aliar na persuasão se forem devidamente aplicados.

**Palavras Chave:** Trailer; publicidade audiovisual; *spoiler*; cinema.

## SUMÁRIO

Introdução.....	8
1 CONTEXTUALIZANDO .....	10
1.1 O Cinema Como Comunicação .....	10
1.2 Os Filmes Blockbusters .....	11
1.3 O Significado dos Trailers na Indústria do Cinema.....	14
1.4 Senta, Que Lá Vem Spoiler .....	18
2 A EVOLUÇÃO DOS TRAILERS.....	21
2.1 O Primeiro Corte.....	21
2.2. O Fator MTV no Estilo dos Trailers .....	22
2.3. Experimentando Formatos .....	23
3. DESCONSTRUINDO O TRAILER.....	25
3.1. Metodologia.....	25
3.2. Análise Fílmica.....	27
3.2.1. Filme 1: Nerve: Um Jogo Sem Regras .....	28
3.2.2. Filme 2: Passageiros .....	36
3.2.3. Filme 3: Capitão América: Guerra Civil.....	44
3.3. Análise de Conteúdo dos <i>Spoilers</i> .....	53
3.3.1 Trailer Nerve: Um Jogo Sem Regras .....	53
3.3.2 Trailer Passageiros.....	56
3.3.3 Trailer Capitão América Guerra Civil .....	59
3.3.4 Análise das Categorias de <i>Spoilers</i> nos Trailers.....	62
4 EXPORTANDO (CONSIDERAÇÕES FINAIS).....	65
5 REFERÊNCIAS.....	68

## INTRODUÇÃO

Durante o último século, os hábitos das pessoas foram mudando, quando se trata de consumo de entretenimento. Arte e cultura fazem parte das necessidades intelectuais do ser humano e, com o advento das novas tecnologias e a consequente adaptação e digitalização dos formatos de distribuição dos produtos midiáticos, a demanda por entretenimento só tem aumentado. O cinema foi uma das áreas que mais viu essa mudança acontecer. Antes, o público precisava ir ao encontro do filme na grandiosa sala de cinema. Hoje, é o cinema que disputa espaço no conforto do lar.

Mesmo com tamanhas modificações, a publicidade e a propaganda continuaram sendo fundamentais para que o encontro entre a audiência e o filme pudesse ocorrer e a indústria cinematográfica continuasse crescendo e se sustentando. O trailer cinematográfico também foi evoluindo, ficando mais dinâmico, ganhando até uma linguagem própria. Os trailers têm sua importância algumas vezes ignorada, mas, são um ótimo instrumento de comunicação já que usam da estrutura narrativa e da publicidade para promover um espetáculo audiovisual. Destaca-se também que, desde que se tornou possível sua presença e distribuição *online*, o trailer algumas vezes é tão aguardado quanto o filme que ele promove, causando alvoroço nas redes sociais e fóruns de debates quando lançado.

Os novos comportamentos sociais originários da “era da superexposição” influenciaram também os trailers. Os “*spoilers*”<sup>1</sup> são um grande exemplo dessa influência e, com o avanço das redes sociais, fóruns *on-lines* e da popularidade dos filmes e seriados, esse termo passou a ser bastante empregado. Dessa forma, baseando-se na necessidade de um estudo que aprofunde a análise sobre o poder e a influência dos *spoilers* na publicidade contemporânea, essa pesquisa abordará o tema pelo paradigma da publicidade de cinema, em especial o trailer.

A pesquisa vai procurar saber de que forma os *spoilers* estão estabelecidos dentro dos trailers de três filmes *blockbusters hollywoodianos* da temporada 2016. Para isto, parte-se da

---

<sup>1</sup> *Spoiler*, do inglês, vem do verbo *spoil* que quer dizer estragar e pode ser traduzida como espoliador, que é aquele que estraga ou depreda algo.

conceituação dos termos *spoiler*, trailer, cinema e cinema *blockbuster*. Após, apresentar-se-á a evolução dos trailers e seus processos criativos num âmbito geral. A partir disso, será feita a análise de três trailers de três filmes selecionados, tentando identificar a influência dos *spoilers* nestas peças publicitárias.

Mesmo ciente do caráter contraproducente do termo *spoiler*, esta pesquisa se manterá neutra, acreditando que o estudo deve tentar entender a função do termo na comunicação cinematográfica independente de seu critério.

Os trailers escolhidos são dos filmes: “Capitão América: Guerra Civil”; “Passageiros”; e “Nerve: Um Jogo Sem Regras”. Todos os filmes são da temporada 2016. A escolha de tais trailers foi intencional, mediante uma filtragem que levou em consideração os critérios: a) trailers com mais informações sobre a história; b) trailers que apresentam melhor os seus filmes. Tais critérios favorecem o estudo da temática escolhida e a presença de indicativos de *spoilers*. A versão dos trailers analisados será a versão brasileira, legendada, disponibilizada no canal oficial da distribuidora do filme na plataforma *Youtube*.

## 1 CONTEXTUALIZANDO

Neste capítulo, expõem-se os conceitos de Cinema, *Blockbuster*, Trailer e *Spoiler*.

### 1.1 O Cinema Como Comunicação

O cinema como conhecemos e nos habituamos nem sempre foi tão glamoroso e ornamentado. Flávia Cesarino Costa (2005) frisa que a invenção do cinema se trata de uma complexa história. Muito estudo e experiência foram necessários para se chegar ao resultado da primeira projeção. Tudo isso graças aos avanços tecnológicos no século XVIII, proporcionados pela Revolução Industrial.

Neste período, Costa (2005) afirma que, de 1895 a 1915, o cinema passou por diversas transformações e reorganizações em sua produção, distribuição e exibição, diferente do que caracterizou o cinema clássico hollywoodiano e o início da televisão. Ela também enfatiza que o início do cinema vai muito além da história das práticas de projeções de imagem, mas, também, sobre entretenimento popular, instrumentos óticos e pesquisas de imagens fotográficas. Segundo Costa, os filmes são uma continuação na tradição das projeções de lanterna mágica, nas quais, já desde o século XVII, um apresentador mostrava ao público imagens coloridas projetadas numa tela, através do foco de luz gerado pela chama de querosene, com acompanhamento de vozes, músicas e efeitos sonoros. A autora conclui que, no final do século XIX, as pesquisas sobre projeção de imagem em movimento começaram a mostrar resultado, apresentando maior aperfeiçoamento nas técnicas fotográficas e na construção dos projetores.

Da imagem em movimento, Marta Braun (2010) em seu livro, relata que o fotógrafo inglês Eadweard J. Muybridge, em 1870, fez imagens de um mesmo objeto com várias

câmeras, em diversos ângulos, desenvolvendo conceitos essenciais para o cinema, com o intuito de captar movimentos que levaram à criação do *stop motion*.

Por mais que a tecnologia não seja essencial para contar uma história, para Penafria (2007), o cinema é uma das formas de expressão mais marcadas pela sua dimensão tecnológica e não faltam exemplos de filmes que manifestam a importância decisiva dos dispositivos técnicos:

A expressão “cinema digital” é usada para designar os filmes que utilizam as novas tecnologias, trate-se quer de filmes realizados no suporte tradicional, a película, e que usam recursos digitais na pós-produção; quer de filmes que usam aparelhos digitais na captação de imagens e sons; quer, ainda, de filmes que utilizam a computação gráfica em todas as suas etapas de concepção. (PENAFRIA e MARTINS, 2007, p. 7)

Para o cinema experimental, o que interessa não é a impressão de realidade, ponto nodal do cinema de representação, mas a intensidade e a duração das imagens. (PENAFRIA; MARTINS, 2007, p. 26). Essa multiplicidade do cinema, composta por cinco momentos fortes (cinema do dispositivo, cinema experimental, arte do vídeo, cinema expandido, cinema interativo), foi encoberta por sua forma dominante.

Para Biagi (1996 *apud* QUINTANA 2003), os filmes espelham a sociedade que os cria. Uns com uma mensagem política, outros refletindo os valores da sociedade, enquanto que alguns se posicionam apenas como um bom divertimento. Porém, os filmes precisam ter sucesso de audiência para sustentar a indústria do cinema e do entretenimento.

## 1.2 Os Filmes Blockbusters

*Blockbuster* é como se denomina filmes-evento e com grande apelo popular. Para Moreira et al (2014), é um termo de origem inglesa que indica um filme ou documentário produzido de forma exímia, que pode obter elevado sucesso financeiro a partir de ampla circulação.

O *blockbuster* teve seu crescimento a partir da década de 1970, quando o filme passou a ser apenas mais uma parte do veículo de comunicação (junto a outras estratégias comerciais como revistas, brinquedos, camisetas, trilha sonora, roteiro...). (FERREIRA 2011).

Há quem defenda que o modelo estabelecido de filme *blockbuster* reflete o perfil do próprio público que o consome, como é o caso de Moreira et al (2014), quando afirma que o *blockbuster*, em detrimento da narrativa clássica, privilegia a cultura do espetáculo, da ação, dos efeitos especiais, da polifonia, estiliza o herói, está a favor da desconstrução dos personagens e da não-dramaturgia. Moreira ainda complementa que o *blockbuster* vive o seu ápice, com as dezenas de franquias que invadem anualmente as telas de cinema de todo o mundo e deixando pouco espaço para outros gêneros de filmes.

Mike Hill (2016) defende que os *blockbusters* mexem com o psicológico do espectador através da “teoria do cérebro trino” que divide o cérebro em três partes estimulantes quando se assiste a um filme. O *Cérebro Reptiliano* reage ao ambiente em nosso redor, sobrevivência, instinto, estímulos biológicos. O *Sistema Límbico* é a parte que estimula as relações sociais, amizades, contato com pessoas e emoções. A terceira parte é o *Neo-cortex* que reage às coisas novas e abstratas, metáfora intelectual. Um filme de Michael Bay, por exemplo, estimularia apenas o CR, enquanto um filme de James Cameron estimularia as três áreas, pois faz uso das relações, emoções primárias e do intelecto dentro do conceito da “Jornada do Herói”. Também conhecido como “Monomito”.

Este conceito literário de três atos estabelecido por Joseph Campbell em 1949, é replicado em diversas histórias de origem na literatura, cinema e televisão. Parte do princípio que o herói (ou heroína) se encontra num mundo normal onde existe um problema a ser resolvido, até que algo acontece e essa pessoa recebe o “chamado à aventura” e terá que se tornar o responsável por solucionar o problema. Nesta etapa o herói geralmente recusa esse chamado por achar que não tem capacidade suficiente. Até que encontra um “mentor” que o aconselha e prepara para a ação. Ocorre o convencimento e aceitação de que ele é o escolhido e a primeira batalha com os inimigos em que o herói é testado emocionalmente, fisicamente e espiritualmente. No ato II o herói procura aliados e a superação de seus piores medos, muitas vezes a morte. Aí vem a fase da recompensa e o reconhecimento. No terceiro ato começa o retorno para o mundo original, onde primeiro há uma recusa de voltar para aquela vida, uma nova ameaça deve ser enfrentada, a mais decisiva da jornada, onde o problema é resolvido, até que ocorre a ressurreição do herói. Agora ele pode viver livre, feliz e em paz.

Esse conceito é muito comum em filmes que mostram a origem de super-heróis como Batman e até mesmo em clássicos como Senhor dos Anéis e O Hobbit. Para Acland (2012), muitos desses filmes populares misturam gêneros. Filmes de ação, por exemplo, podem ter como alvo as crianças e incorporam tanto elementos dramáticos ou cômicos, ou ambos. Isto significa que as categorizações de gênero não são definitivas.

Independente do gênero, Butcher (2004) diz que os *blockbusters* são tratados como filmes-evento que precisam ser vistos imediatamente:

[...] As estratégias de venda das grandes produções norte-americanas hoje se concentram no objetivo de levar o maior número de espectadores ao cinema no fim de semana de estreia de um filme. Os resultados de público e renda deste primeiro fim de semana se tornaram absolutamente determinantes para a avaliação do sucesso do produto cinematográfico. Para tanto, os lançamentos dos grandes “*blockbusters*” estão sustentados em amplas campanhas de mídia que incluem difusão maciça de comerciais de TV e, em geral, envolvem também a ocupação da cidade toda (em “*outdoors*”, “*busdoors*”, a chamada “*street media*”). O objetivo é fazer com que o investimento seja recuperado o mais rapidamente possível. (BUTCHER, 2004. p.21).

Para Ruy (2011), o *blockbuster* é voltado para o grande público. Tem temática popular, consegue dialogar com os espectadores e tem um elenco estelar, além de grande potencial de se expandir em mais filmes.

Bordwell (2006) acredita que a era dos *blockbusters* de verão (que teria começado em 1975 com Tubarão, de Steven Spielberg e logo depois em 1977 com Star Wars de George Lucas) deu origem a uma vasta gama de gêneros e subgêneros de filmes, entre eles, os de esportes, guerras, “*road trips*”, fantasmas, natal entre outros. Não necessariamente sendo *blockbusters*. Esse novo conceito de filme *high-concept*<sup>2</sup>, mexeu também com a distribuição que ficava com pelo menos 30% da bilheteria e a exibição, que agora predomina em cinemas *multiplex*, com tela grande e som *surround* potente.

---

<sup>2</sup> O conceito utilizado para definir o cinema pós 1975 é o High Concept. O que distingue o filme high concept é sua perfeita adequação estética ao cenário econômico-mercadológico atual. Embora não seja necessariamente um blockbuster (e vice-versa: nem todo blockbuster é um high concept), ajusta-se prontamente à ideia da extraordinária concentração de recursos num único filme. E isso se dá, precisamente, porque sua conformação estética o habilita a explorar com desenvoltura as possibilidades sinérgicas (de marketing e vendas) do mercado multimidiático contemporâneo (MASCARELLO, 2006, p. 349)

Em seu livro, Biskind (2009, p. 579) assume que Lucas e Spielberg conseguiram virar a contracultura do cinema pelo avesso, emplacando dois *blockbusters* seguidos, no topo das bilheterias, com “Star Wars” em 1977, e “Contatos Imediatos de Terceiro Grau” em 1978.

Ainda nessa linha de pensamento, Rodriguez e Pérez (2011) concordam que *blockbusters* seriam filmes de grande orçamento e sucesso de bilheteria, acompanhados por notáveis e caras campanhas de marketing e *merchandising* e, são as apostas financeiras certas dos principais estúdios e distribuidores de Hollywood. Esse termo foi aplicado após a estreia de “Tubarão” (Jaws, 1975), no qual seu enorme sucesso mundial veio a ser percebido como algo novo, quase como se um novo gênero fosse criado para esse tipo de filme. Fato que gerou divergência entre os críticos e cineastas, já que muitos consideram que a predominância dos *blockbusters* entre os outros filmes de nicho é prejudicial para o público, para o cinema autoral e para a indústria.

### **1.3 O Significado dos Trailers na Indústria do Cinema.**

Independente da mídia em que se assiste, o trailer tem significado especial para a indústria e para a publicidade. Alguns autores como Lisa Kernan (2004, p.1) classificam o termo “trailer” como um breve texto filmico com imagens de um filme específico para promovê-lo no cinema ou em outra plataforma de exibição. Kernan contribui com a ideia de que o trailer usa a montagem para fazer um jogo de imagens, elipses, revelando e escondendo fragmentos para envolver o espectador.

Santos (2009) afirma que o trailer vem de *tail*, (cauda em inglês) que são as pontas de rolo de película não utilizadas. Era uma forma de exibir trechos entre uma sessão e outra para separá-los. Mais tarde, eles começaram a ser exibidos antes das sessões, como solução para chamar o público a retornar ao cinema para ver um próximo filme. O sucesso da estratégia foi o bastante para que os trechos se tornassem melhor produzidos com o surgimento de empresas especializadas em sua confecção. Em sua defesa, ele conclui que “o objetivo principal do trailer não é o de contar uma história, mas sim de convencer um potencial espectador a querer ver o filme que o trailer representa, e para tanto, usar todos os recursos disponíveis, sejam eles narrativos ou não.” (SANTOS, 2009, p.102).

Patrícia de Oliveira Iuva vai além e avalia o trailer como um elemento desvinculado de sua obra original. De acordo com Iuva (2009), ele é um objeto audiovisual independente, com características próprias que proporciona experiências autônomas. Em sua tese, ela confirma a importância da edição no resultado final, quando diz: “é na montagem que o espetáculo é criado, ali ele toma sua forma final de filme ou trailer” (IUVA, 2007, p.3).

A ferramenta mais funcional para atrair o público para ver um filme continua sendo o trailer. Ainda segundo Iuva (2009), o *trailer* promete alguma coisa que está ausente, em suspenso, impondo um efeito de espera, uma promessa, que não se confunde com o desejo, mas coexiste com o mesmo. Os trailers são mídias audiovisuais vinculadas a um produto final (filme, série, programa), que funciona uma resposta à ansiedade do público de conhecer mais sobre a atração esperada e, algumas vezes, ele extrapola seu conteúdo, acrescentando informações importantes sobre o desenvolvimento da história.

De contraponto com essa teoria, a pesquisadora Cintia Langie analisa-o sob a ótica do marketing cinematográfico, vinculando-o ao filme. Segundo Langie (2005), o trailer é algo decisivo para ajudar na escolha do filme que irá ser assistido.

O trailer costuma ser veiculado nas salas de cinema antes da estreia e durante seu período em cartaz. Já o *teaser* é um trailer curto com o objetivo de despertar a curiosidade, sem dar muitos detalhes sobre a obra e pode ser veiculado muito tempo antes da estreia. De acordo com Durie et al. (2000), o trailer permite que os espectadores experimentem diretamente amostras sumárias do filme, isto é, os seus melhores momentos porém, devemos observar que esses melhores momentos são montados sem estragar a surpresa, sem entregar os *plots points* da história ou elementos do clímax. Às vezes, são criados trailers justapondo falas diversas das personagens criando-se uma conversa extra diegética “aparentemente enganosa” uma vez que o diálogo resultante não é necessariamente uma representação precisa da interação dos atores no filme. Os trailers são produzidos por empresas especializadas e, normalmente, levam entre seis e oito semanas para serem realizados a um custo médio de duzentos e cinquenta mil dólares.

Para Quintana, (2003), a empresa que produz os trailers trabalha em conjunto com o produtor, diretor e distribuidor e, quando necessário, com o representante de vendas (*agent-seeking*). Tudo isso para identificar juntos os elementos vendáveis do filme que tornarão o trailer mais eficaz. Alguns trailers chegam a serem expostos à exposições-teste com a audiência, para verificar a sua eficácia.

Quintana conduz sua tese argumentando que existem 5 elementos no trailer cinematográfico: 1: as imagens em sequência, fora da linearidade do filme; 2: a trilha sonora que dá ritmo e liga a essas imagens; 3: a chamada, com os títulos publicitários que aparecem como apelo durante a prévia; 4: os créditos iniciais e finais, definitivos para a compreensão de que aquilo é uma mensagem na forma de espetáculo; 5: é um imperativo cognitivo, que age na mente do espectador através da interpretação. A função primária do trailer é anunciar um filme a ser apresentado. Mas também funciona como uma forma fragmentada de contar uma história, pois comporta narrativa própria. Uma narrativa expressa pelos olhos do editor/publicitário que representa sua experiência como espectador, através desses cinco elementos acima.

Quintana (2003) garante que o trailer possui uma dimensão narrativa própria. Trata-se de uma seleção de imagens do filme que parecem montadas de acordo aos moldes da narrativa clássica: “introdução – complicação – resolução e coda” (fim). Na primeira parte, mostra-se o ambiente, apresentam-se as personagens principais e, ao longo, desencadeiam-se os acontecimentos estabelecendo-se ao ritmo, ao tema, ao timing e gênero do filme anunciado. No entanto, com o intuito de criar expectativa, manter a surpresa e garantir o impacto, o trailer deve romper com os moldes da narrativa clássica eliminando os dois últimos estágios: resolução e *coda*. A sequência de imagens no trailer deve terminar no ápice dos acontecimentos sem entregar o ouro. Quintana aponta as quatro funções principais do trailer cinematográfico:

Criar consciência do filme (fazer-saber da sua existência); (2) dar uma impressão geral do filme a seus espectadores em potencial. (Posicionar o filme na mente dos espectadores informando-os sobre o tipo de filme que podem esperar); (3) garantir que os espectadores em potencial conheçam o elenco, diretor e estúdio. (Em casos onde tais nomes ajudarão na aceitação do filme); (4) criar interesse, vontade de assistir. (QUINTANA, 2003.)

As diferenças entre um trailer e um *spot* publicitário segundo Ruiz (2007), embora ambos apresentem a demonstração do produto, apenas o trailer possui a capacidade de degustar da narrativa. O trailer permite a prova do produto, pois na maioria das vezes é um recorte fiel do filme.

Para Santos (2004), existem dois tipos de trailers: o *teaser* trailer ou *avant-trailer*, e os trailers regulares. O *teaser* trailer tem o objetivo de iniciar a divulgação de um filme, com poucas cenas para gerar expectativa.

A maioria dos trailers tem em comum algumas características, por exemplo: possuir títulos ou narração como modo de introduzir ou concluir a história para a audiência, conter cenas selecionadas do filme, ter montagens ou cortes de ação nas cenas, e identificar o elenco ou os personagens. (KERNAN, 2004 apud SANTOS 2004)

Já para Ian Costa (2015), além do *teaser* e do *avant-trailer*, existem o *Standard Trailer*, destacando os pontos importantes da trama. O *Creative Trailer* que cria novos conteúdos distintos da narrativa a qual se refere gerando o interesse de forma metafórica. O *Clip Trailer* que usa um trecho ou cena da própria mídia correlata. O *Behind the Scenes*, reservado a cenas dos bastidores e entrevistas dos envolvidos. E o *Theatrical Trailer* que abusa da persuasão, se relaciona com a narrativa, é cheio de cenas marcantes e frases de efeito, para uma aproximação do público alvo.

Ainda sobre os trailers, Ian Costa (2014) concorda que a relação entre o trailer e o filme é conflituosa, por serem obras distintas. O filme contém mais material, porém o trailer pode conter material inédito e anunciar um filme que não faz jus à sua descrição. Em suma, o trailer pode ser considerado uma obra autônoma, independente do filme a que se refere, embora ambos estando dentro do mesmo projeto cinematográfico. Costa ainda cita o ritmo do trailer, onde a mescla de sons e silêncios entre cenas rápidas e lentas, proporciona um estado de “vazio narrativo”, em que a audiência aguarda respostas que só virão quando o filme chegar. Segundo Costa, existe um cronograma para a construção do trailer, que pode incluir: cenas inacabadas do filme, músicas e sons avulsos da obra original, elementos fílmicos como *letterings*, tomadas diferentes das utilizadas para o filme e efeitos nas cenas, como *zooms*. “Para alcançar uma natureza dinâmica e sedutora, o trailer pode e deve extrapolar qualquer limite que lhe for imposto, em busca do encantamento que por si só conquistará o público”. (COSTA, 2014 p.31).

O trailer é uma das ferramentas mais eficazes do marketing de cinema, porque se dirige diretamente aos frequentadores das salas. Segundo Augros (2000), um trailer bem programado no planejamento de mídia pode atingir 25% do público-alvo a que se destina o filme.

Para Rosa (2009), o trailer é um dos maiores responsáveis pela satisfação tanto dos espectadores como da indústria cinematográfica. Apenas quando se estuda os mecanismos de um trailer, percebe-se sua evolução e importância para o cinema. Já sintetizar em segundos horas de filme é algo bastante complexo e complementa que os trailers têm aceitação do

público suficiente para esse tempo pelo fato de os espectadores não sentirem os trailers como propagandas.

#### 1.4 Senta, Que Lá Vem Spoiler

O termo é recente, mas a prática é bastante antiga. Na percepção de Gürsimsek e Drotner (2014), *spoilers* referem-se a informações recebidas pela audiência sobre partes de um determinado show ou programa que ainda não foi transmitido ao público.

Segundo Zagalo (2012), o termo "*spoiler*" apareceu na gíria da crítica de cinema e dos videogames com o aparecimento da internet que foi a principal difusora desse tipo de revelação. Antes o processo era lento e ela facilitou a troca de informações entre as pessoas. Hitchcock, em 1960, para divulgar *Psicose* ele alertou: "Depois de ver "Psycho", não revele o final. É o único que nós temos". Logo podemos perceber que a preocupação com o vazamento de informações sobre os conteúdos audiovisuais vem de longa data. Além disso, Zagalo defende que o "*spoiler*" pode contribuir para aumentar a proximidade do público com o assunto do filme, envolvendo positivamente a audiência.

Em sua pesquisa, Meimaridis et al (2015) aponta o fenômeno *spoiler* como elemento influenciador da audiência, não necessariamente negativo para a experiência do espectador, podendo gerar, além de frustração, engajamento do público e dinâmicas cooperativas e de conflito entre os fãs.

Percebe-se, no entanto, que não há consenso sobre a utilização dos *spoilers*. Por exemplo, para Gray & Mittell (2007 *apud* MEIMARIDIS *et al* 2015), a experiência sempre seria prejudicial. Já para Hassoun (2013 *apud* MEIMARIDIS *et al* 2015), os *spoilers* possuem funções variadas, desde saciar a curiosidade dos fãs, até intensificar a ansiedade pelo próximo episódio, aumentando o desejo pela obra. O *spoiler* sendo "a quebra da ordem de recepção de uma informação sobre o roteiro que revela um acontecimento narrativo, mas que não necessariamente provoca uma reação negativa, não devendo, portanto, ser compreendido antecipadamente como frustrante ao consumo." Visto que assim como existem os "*avoiders*", pessoas que evitam *spoilers*, existem os "*spoiler fans*" que apreciam esse tipo de informação.

Gostando de *spoiler* ou não, a partir da teoria de Redden (2008 apud GUTMANN E CERQUEIRA 2016), o *spoiler* cria um efeito de saciedade e um efeito explicação, resultando na redução do consumo da narrativa. Na internet, este hábito de consumo é ligado pelo desejo de ver e saber primeiro, sentimentos de instantaneidade, imediatez e ansiedade, impostos pela sociedade. (WILSON et al 2005 apud TSANG e YAN 2009).

Vive-se uma época que não se precisa mais depender de uma programação. As pessoas têm liberdade para verem onde e quando quiserem, tendência impulsionada pelos serviços *on-demand* e *streaming*, que Perks e McElrath-Hart (2016) defendem, descendendo uma nova hegemonia temporal televisiva entre os que “já viram”, e os que “ainda não viram” e isso se materializa na forma de *spoilers*:

Um componente chave dessa força poderosa é que com a erosão do encontro marcado televisivo e a difusão disponível do conteúdo de TV transmitido pelo ar (de um modo que o espectador é controlado e não um dispõe de um cronograma de reprises), qualquer show pode estar na lista “vou ver” ou “poderia ver”. Adquirir um *spoiler* pode ser encarado como perda de oportunidade – oportunidade de engajar o conteúdo da televisão com a mesma imaculada perspectiva de alguém que viu na primeira transmissão. (PERKS E MCEL RATH-HART, 2016. p.2.) – Tradução do autor<sup>3</sup>.

No encontro com a temática dessa pesquisa, Johnston (2008) expõe que, conforme os trailers são lançados online para revelar informações sobre o filme, os estúdios complicaram o processo ao produzirem trailers com mais imagens e edição confusos que podem causar no espectador a sensação de que perdeu algo. Cabendo ao fã se quiser descobrir possíveis *spoilers* ao rever os trailers.

Os *spoilers* têm o potencial de acabar com a diversão do entretenimento como experiência, por diminuir a curiosidade e a expectativa sobre uma obra de ficção, diz Boyd-Graber et al (2013), e evitar *spoilers* se tornou um problema para os usuários de mídias sociais, que ainda não viram ou leram sobre algum ponto de virada, visto que as bases de fãs estão muito presentes e ativas nas redes sociais.

---

<sup>3</sup> Original: “A key component of this power struggle is that with the erosion of appointment television and the widespread availability of already-aired television content (in a way that is viewer-controlled and not a scattershot rerun schedule), any show can be on a person’s ‘will view’ or ‘could view’ list. Learning a spoiler can thus be viewed as a loss of opportunity – the opportunity to engage the television content with the same unsullied perspective as someone who viewed the first airing.”

Em seu estudo, Gray, J. & Mittell (2007) analisaram que, durante a segunda temporada do seriado “Lost”, um grande *spoiler* foi revelado não intencionalmente pelos produtores, e os fãs reagiram de determinadas formas: para muitos fãs do programa, o final foi um choque, resultou discussões sobre o significado daquele evento. Mas para os que receberam os *spoilers*, assistir ao episódio foi para descobrir como o desenrolar da história, que eles já sabiam, ia se suceder, embora sem experimentar qualquer surpresa pretendida pelos produtores do seriado.

*Spoiler* é um fenômeno comum em narrativas. Segundo Tsang e Yan (2009), acontecem quando os consumidores consultam fontes externas de informações e tais fontes podem ou não vazar, sem intenção, informações sobre a trama. No entanto, uma trama vazada cria saciedade e, como resultado, o interesse na narrativa desejada é diminuído.

Os vazamentos se tornaram constante fora das telas. Os *spoilers* não são um dilema apenas referente à indústria do entretenimento, eles afetam negócios e a economia, como o vazamento de informações sobre produtos de uma empresa antes do lançamento, muito recorrente com marcas tecnológicas (Apple, Google, Samsung). Em 2015, para o lançamento de “Star Wars: o Despertar da Força”, a Disney, distribuidora do filme, montou um esquema para impedir os vazamentos de dados, tanto é que os trailers que saíram revelam o mínimo possível sobre a história. Para Anthony Russo, um dos diretores do filme, hoje está muito mais fácil de descobrir o que vai acontecer, mas, a maioria das pessoas quer ser surpreendida ao assistir ao filme completo.

Já nos filmes da *Marvel Studios*, também da Disney, a equipe de marketing sentou junto com os produtores e estudaram o conteúdo do filme<sup>4</sup> antes de elaborar as peças publicitárias. Os trailers de filmes da *Marvel Studios* são muito criticados por revelarem conteúdos demais em seus materiais de divulgação. “Normalmente, quando você vai ao cinema, você vê trailers que te contam todo o filme antes que você o veja. E a Disney não fez isso. Eles fizeram o oposto, te contando apenas um pouco. A maioria das pessoas quer apenas a experiência de ir ver o filme e não saber o que acontece”. (RUSSO, Anthony 2015).

---

<sup>4</sup> Capitão América: Guerra Civil (2016)

## 2 A EVOLUÇÃO DOS TRAILERS

Neste capítulo, haverá um relato sobre a evolução dos trailers cinematográficos e como estão estabelecidos hoje.

### 2.1 O Primeiro Corte

Os trailers unem criatividade com tecnologia sem deixar de lado seu apelo comercial. De acordo com Lisa Kernan (2004), as primeiras tentativas de se anunciar filmes no formato trailer foram em 1912, antes do estouro da indústria hollywoodiana. No início, os próprios estúdios montavam seus trailers, até que em 1938, com mais tecnologia e gráficos mais modernos, isso começou a mudar. Kernan (2004, p.119) classifica esse período, que vai de 1927 a 1950, de “Era Clássica”, onde havia letreiros com movimentos e narradores. Os trailers eram destinados a grande massa e costumavam passar um sentimento de que um novo mundo estava sendo apresentado, com imagens de esperança no futuro.

Do início dos anos 1950 até 1975, vem a “Era de Transição”. Os filmes vinham com mais experimentação e subjetividade. Os trailers acompanharam a tendência e chegaram com mais variedades de estilos: narrações fortes, títulos impactantes e músicas ressonantes. Houve também uma mudança de mercado, em que os estúdios viraram parte de grandes conglomerados midiáticos. Novos gêneros de filmes foram se popularizando assim como o formato *widescreen*. E a televisão virou um meio eficiente de divulgação dos filmes. (KERNAN, 2004. p.120).

Já na “Era Contemporânea”, proposta por Kernan (2004. p.129), “Tubarão” (Steven Spielberg, 1975, Estados Unidos) redefiniu as regras da economia do cinema, e isso impactou a indústria dos trailers, com variações que os deixou mais previsíveis. Assim como na era anterior, os trailers privilegiam o interesse da audiência trazendo temas mais conhecidos. Mas agora, eles agregam referências culturais, da TV e música. A presença do ator que encabeça a produção em destaque. Os custos para produção das peças também se tornaram elevados, podendo passar dos cem mil dólares. A presença do narrador continua, mas não é obrigatória.

A história do trailer viveu constantes modificações. Até 1960, os trailers continham frases teatrais e letreiros gigantescos, para chamar o máximo de atenção. Características que

foram sendo deixadas de lado durante anos seguintes. “Somente a partir de 1960 que os trailers deixaram de conter frases teatrais e letras gigantescas chamando o máximo de atenção possível e mesmo sem alcançar o objetivo de contar a história do filme anunciado”. (ROSA, 2009).

A *National Screen Service* foi a primeira agência de publicidade cinematográfica. Cuidava da produção e distribuição dos trailers. Foi um monopólio que durou dos anos 20 até os setenta. Um elemento decisivo para a profissionalização dos trailers foi a criação das “*trailer houses*”, produtoras especializadas na produção dessas peças. “Se pode contar em dois minutos tudo que o filme tem a dizer, então seu filme não tem muito a dizer”. (BRADY 2007 *apud* RUIZ 2009).

## 2.2. O Fator MTV no Estilo dos Trailers

No meio de todas essas evoluções, principalmente tecnológicas, um canal de televisão inovou no estilo de se fazer TV. Com o surgimento dos videoclipes, música e estilo se mesclaram visualmente e isso impactou os trailers, já que a música é um elemento indispensável nessa peça. Debruge (2000) escreveu:

Com a modernização dos trailers, a utilização de grandes efeitos sonoros e visuais, e com a maior preocupação em entreter, causar curiosidade, expectativa e deslumbre no espectador, houve um aumento no interesse sobre os trailers. Com profusão de filmes de grande bilheteria e com os filmes sequências, muitos trailers são tão esperados quanto os próprios filmes. (DEBRUGE, 2000 *apud* ROSA, 2009).

Debruge (2000), ainda, criou quatro critérios básicos para avaliação de trailers: 1) o primeiro critério diz que o trailer deve fazer com que a pessoa queira ver o filme, ou seja, gerar interesse logo de imediato; 2) certificar-se que o trailer mostra o filme de uma maneira positiva; é o trabalho dos editores para mostrar o que o filme tem de melhor para apresentar; 3) avaliar se o trailer representa bem o filme; mostrar as partes mais atraentes da história para convencer os espectadores; que as cenas do trailer reflitam o que o filme é realmente, sem contar o final; 4) o trailer deve ser artístico; deixar o trailer ir além do seu lado comercial; com criatividade, os trailers conseguem provocar impacto e, obtendo respostas da audiência, antes do filme ser lançado.

A montagem no trailer é responsável por juntar todos os elementos visuais e estéticos em uma peça audiovisual potente. Em suma, a etapa mais importante do processo. O som é uma ferramenta indispensável nesta fase. E a MTV contribuiu trazendo muita novidade nos estilos através dos videoclipes. “Pensando em gerar sensações e sentimentos, a montagem do estilo MTV não utiliza cortes contínuos, com um plano ligado logicamente ao próximo, e usa sim, muitos *jump-cuts*, que são cortes que quebram a continuidade do tempo.” (ROSA, CARVALHO, 2011).

Costa (2015) concorda que os trailers acompanham o ritmo da época em que estão inseridos. Com a pós-modernidade, tornaram-se mais acelerados, pulsantes e impactantes, sendo em algumas vezes mais sensitivos do que informativos.

Kernan (2004) também concorda que mais que uma forma de publicidade, os trailers possuem um discurso narrativo, com tempo e espaço que fazem com que eles se destoem dos próprios filmes, embora isso já é o suficiente para que cada espectador possa criar com sua imaginação um filme.

### **2.3. Experimentando Formatos**

Para John P. Hess (2014), criador do projeto “FilmmakerIQ”, o trailer acabou virando um gênero a parte e a distribuição e o consumo deste tipo de mídia foi um fator definitivo para isso acontecer. Para Hess (2014), o ano 1913 foi o marco zero para a criação do trailer, quando a primeira experimentação de inserir publicidade entre os filmes foi realizada. A ideia foi bem aceita entre os produtores e foi aprimorada. Em Chicago, durante a publicação da série “The Adventures of Kathlyn” na *Chicago Tribune*, um elemento ao final de cada capítulo foi fundamental para o engajamento do leitor: “O Gancho” (*cliffhanger*). Esta foi a ideia que resultou no trailer que vemos hoje. Após o sucesso comercial estrondoso de Tubarão, a técnica da narração do trailer com uma voz provocativa e sedutora foi explorada exaustivamente. Mas essas características foram se adaptado aos tempos.

Hoje, o trailer costuma ter seu próprio roteiro, que ganha forma na edição. Os elementos visuais nos trailers catalogados quando existirem: “cortes, caracteres, créditos, planos, trajeto visual, sequencialidade e narratividade, atitude das personagens, iluminação, perspectiva, proporção, distribuição dos pesos visuais, ordem icônica, campo, ambiente,

temporalidade, verossimilhança e olhares”. Ou quando se trata do som, se analisa “música, efeitos, diálogo e o silêncio” (CARVALHO; AFFINI, 2008).

A preocupação entre velocidade e conteúdo se tornou discutível recentemente: “depois da virada do século, a duração dos trailers diminuiu de modo inversamente proporcional ao aumento da fragmentação e aceleração das imagens. Isso porque, se deve buscar ser breve para impactar e para não revelar mais que o necessário”. (COSTA 2012 *apud* WANDERLEY E COSTA 2016).

Para Costa (2015), os trailers não são somente as melhores partes de um filme, já que essas envolvem o clímax e a resolução. Se o trailer contiver essas partes o espectador teria provavelmente convicção do desfecho da trama antes de ver o filme.

Proporcionando ao assunto uma perspectiva otimista, Ruiz (2009) acredita que se o trailer não representar o filme que o público verá que ao menos seja o filme que ele quer ver. Já que sua função é garantir o retorno da bilheteria no primeiro fim de semana de exibição.

O que podemos pensar para o futuro, segundo Bridi (2009), é que os trailers continuarão passando por transformações e adaptações, se adequando aos novos métodos de divulgação e distribuição dos filmes, para um público maior e mais selecionado. Mas, que independente do tempo, eles não perderão sua importância. “As prévias cinematográficas, ao anunciar os próximos lançamentos, nos oferecem a certeza de que sempre teremos um novo filme pelo qual esperar, e ansiar, perpetuando, assim, a arte cinematográfica”. (BRIDI, 2009). Os trailers agora também são distribuídos na internet com um alcance e velocidade muito maiores. Alguns trailers são feitos exclusivos para o meio *on-line*. Atualmente, o lugar do trailer é primeiramente a internet, pois é na web em que se consome mais trailer do que na sala de cinema e se proporciona uma maior interatividade com essas peças e conseqüentemente com a indústria do cinema.

### 3. DESCONSTRUINDO O TRAILER

Este capítulo será dedicado à análise dos três trailers escolhidos a fim de investigar indícios de *spoilers* no conteúdo fílmico do trailer. Para a realização da análise, a metodologia será dividida em duas partes: análise fílmica e análise de conteúdo.

#### 3.1. Metodologia

Para buscar uma resposta de como os *spoilers* estão inseridos no trailer cinematográfico, serão adotadas duas metodologias: Análise Fílmica que analisará os trailers e Análise de Conteúdo que analisará os *spoilers*.

A Análise Fílmica integra-se ao processo de recepção de um filme. Este primeiro movimento analítico usa a análise fílmica proposta por Penafria (2009), para descrever os trailers cinematográficos, através das categorias analíticas *Poética e Imagem e Som*. Segundo Penafria (2009), na análise poética, é necessário identificar as sensações, sentimentos e sentidos que um filme pode ser capaz de produzir no momento em que é visionado e, a partir dos efeitos, chegar à estratégia, ou seja, fazer o percurso inverso da criação de determinada obra dando conta do modo como esse efeito foi construído. Para isso, é preciso: a) enumerar os efeitos da experiência fílmica; b) chegar à estratégia, contando como esse efeito foi construído.

Se considerarmos que um filme é composto por um conjunto de meios (visuais e sonoros, por exemplo, a profundidade de campo e a banda sonora/musical) há que identificar como é que esses meios foram estrategicamente agenciados/organizados de modo a produzirem determinado(s) efeito(s). (PENAFRIA, 2009 p.6).

Na segunda categoria de *Imagem e Som* entende o filme como um meio de expressão. Este tipo de análise pode ser designado como especificamente cinematográfica, pois se centra no espaço fílmico e recorre a conceitos audiovisuais. Nessa parte será destacada a cena principal do trailer para uma análise subjetiva da mesma.

Serão analisadas, então, as principais sequências dos trailers que serão separadas por conjuntos de cenas relacionadas, quando o contexto muda, inicia uma nova sequência. A separação das cenas será através de quadros (*frames*) retirados dos trailers.

Após detectar os *spoilers* nos trailers, passar-se-á pela *Análise de Conteúdo* de Bardin (1977), para identificar o conteúdo dos *spoilers* detectados nos trailers analisados. Esta análise trabalha com mensagens, e, sobretudo, como elas podem evidenciar os indicadores que interferem em outra realidade que não a da mensagem inicial.

Bardin (1977) organiza a análise em três etapas cronológicas: *Pré-análise*, fase da organização do material a ser estudado, sintetizando as principais ideias; *Exploração do Material*, fase mais longa em que se definem as categorias e a codificação (unidade de significação); *Tratamento dos Resultados*, a fase final, em que se baseia no tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

### 3.1.1. Definindo as Categorias de Análise

Uma das funções do trailer é apresentar sucintamente a trama e o universo do filme, sua premissa. Segundo Costa (2014), muitas vezes o trailer é visto como “mera sinopse audiovisual” ou o “conjunto das melhores cenas de um filme”. Ambos abordam o enredo e o universo das histórias encantando o espectador ou leitor para ele consumir a obra final. O trailer pode sugerir acontecimentos ou ações que podem ou não se concretizar no filme, insinuações. Em trailers de filmes que são sequências, faz-se uso de informações pressupostas em que o espectador já tem conhecimento ou esqueceu para poder compreender o filme novo, como um bumerangue, fazendo analogia com o instrumento sempre acaba retornando após seu lançamento. Conforme a fala de Johnston (2008) vista anteriormente, o trailer já é divulgado na pretensão de revelar informações sobre o filme. Vale lembrar que o *spoiler*, no entendimento do senso comum, é responsável pela sugestão, antecipação ou anunciação de algo que está por vir. Algumas dessas revelações acabam soando como reviravoltas inesperadas, ou seja, quando o rumo da trama muda drasticamente.

A partir da revisão de literatura feita nos capítulos anteriores e a partir do fato de que nos estudos feitos não se encontram ainda análises muito profundas, caracterizando os *spoilers* utilizados na indústria do cinema contemporâneo, tomou-se a iniciativa de criar cinco categorias no intuito de fazer a pretendida análise de conteúdo sobre os trailers. São as seguintes:

- 1) **Spoiler Premissa:** Apresenta a sinopse, personagens, época, lugar, gênero e informações básicas sobre a trama. Pode condizer com a sinopse oficial do filme, ou sugerir uma nova para a história. É a contextualização do filme para quem está assistindo.
- 2) **Spoiler Insinuante:** Sugere que algo pode ou vai acontecer. Da dicas sobre desfecho, resolução da história, conflito ou personagens. Mas ainda deixa dúvidas a respeito de sua conclusão.
- 3) **Spoiler Bumerangue:** Usa informações que já aconteceram e podem ou não já ser de conhecimento do espectador. Passado de personagens, *flashbacks*, noções de filmes que se passam antes ou no mesmo universo, no caso de franquias e sequências.
- 4) **Spoiler Revelador:** Revela personagem, fato, acontecimento ou ação importante. Sua função é impactar e surpreender. Trazer à tona antes algum segredo relacionado ao filme que o público só teria acesso na ida ao cinema.
- 5) **Spoiler Revertério:** Mostra que o que foi apresentado anteriormente vai se transformar. Mudança drástica no tom e forma dos acontecimentos. Levar o público e o trailer de um eixo até o outro do filme.

Os *spoilers* serão detectados nos trailers, a partir de uma interpretação da **Imagem**, que inclui tudo que é visível e perceptível visualmente no trailer sem a necessidade do áudio. Por exemplo, cenas, planos, transições e *letterings* de texto. E do **Som**, que inclui os diálogos e áudios perceptíveis do trailer, assim como trechos de músicas e efeitos sonoros quando se fizerem presentes. Segundo Bamba (2005), o trailer tem suas dimensões audiovisuais predominantes à narrativa em que a produção de sentido é substituída pela produção de afetos. Em alguns casos, o trailer usa da linearidade do próprio filme, se aproximando da resenha ou sinopse do mesmo.

### 3.2. Análise Fílmica

Esta análise será composta pela categoria **Poética** e pela categoria **Imagem e Som**.

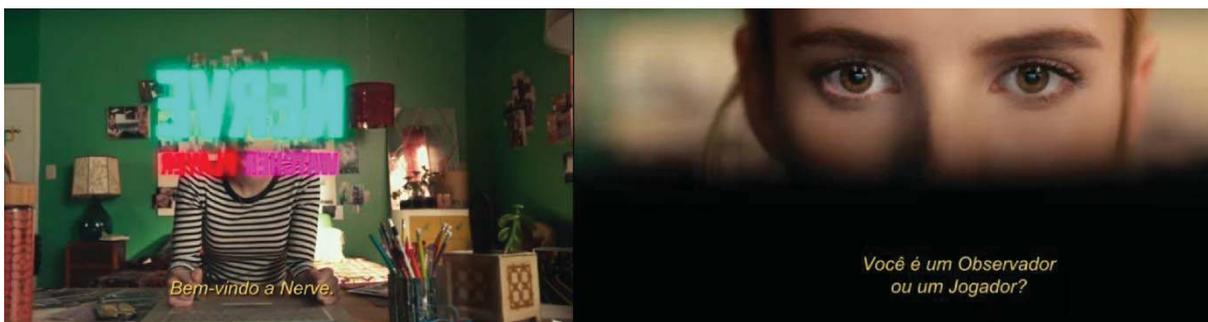
### 3.2.1. Filme 1: Nerve: Um Jogo Sem Regras

Nerve: Um Jogo Sem Regras – Trailer 1

**Título original:** Nerve. Ano: 2016. País: EUA. Gênero: Aventura, Crime, Suspense. Duração: 2m20s. Lançamento do trailer: 11/5/16. Estúdio Lionsgate.

**Sinopse do filme:** Vee DeMarco (Emma Roberts), uma garota comum, decide provar seus limites em um jogo virtual chamado Nerve. Um jogo *online* onde as pessoas precisam executar tarefas ordenadas pelos próprios participantes. Nerve é dividido entre observadores que assistem os jogadores jogarem e jogadores que recebem desafios de observadores. Em um desafio, Vee conhece Ian (Dave Franco), um jogador de passado misterioso. Juntos eles se tornam os favoritos do jogo terão que continuar a jogar se quiserem chegar ao seu final.

#### 3.2.1.1 Descrição dos treze conjuntos do trailer



Conjunto 1- Apresenta o contexto do filme e do jogo Nerve. A garota protagonista está em seu quarto de frente a uma tela de computador que vemos de dentro. Tela dividida com uma pergunta: Você é Jogador ou Observador?



Conjunto 2 - Figura feminina sugerindo que a protagonista deve se arriscar mais sugerindo que ela deveria jogar Nerve. Protagonista na tela do computador optando por ser uma jogadora no Nerve.



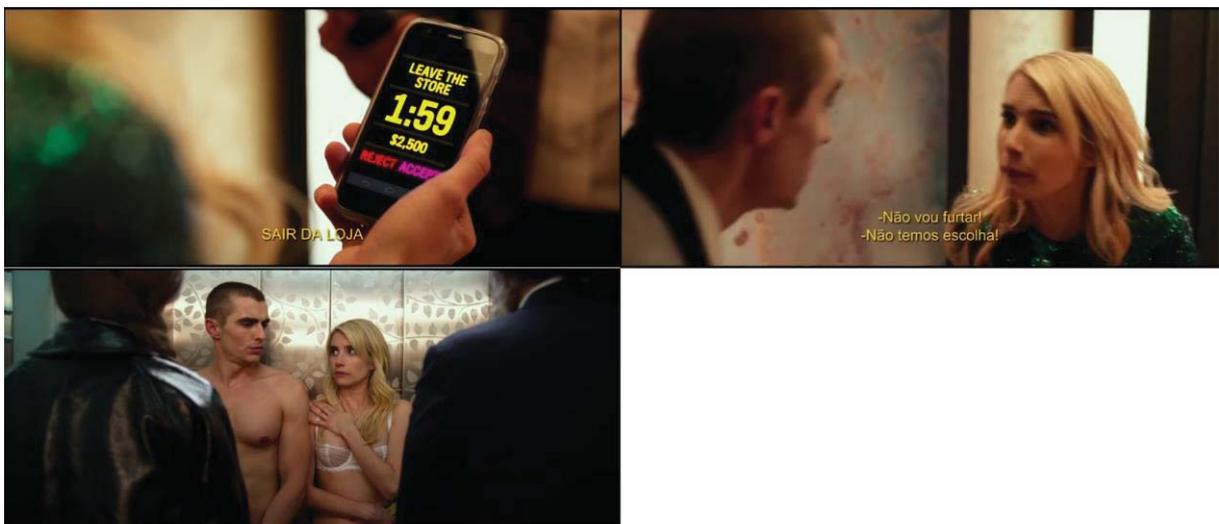
Conjunto 3 - Novo desafio, “Ir com ele a cidade” o garoto agora insinua que os Observadores os querem juntos. Vee embarca na garupa da moto do garoto.



Conjunto 4 - Desafio 1: Beijar um estranho por 5 seg. Amigo da protagonista sugerindo que ela beije um cara ao lado. Vee aparece beijando um cara na lanchonete que foi surpreendido. No fundo, um casal de senhoras acompanha a cena.



Conjunto 5 - Novo desafio do jogo: Provar o vestido. Vee parada olhando celular em uma rua noturna. Vee com o vestido no corpo na loja procurando seus pertences que desapareceram.



Conjunto 6 - Novo desafio: Sair da loja. Vee dizendo a Ian que não irá furtar o vestido. Vee e Ian num elevador apenas com suas roupas íntimas deixando a loja.



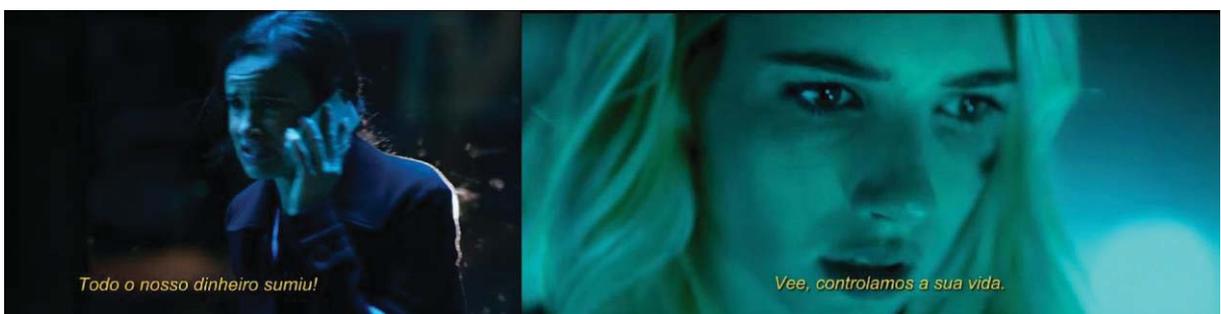
Conjunto 7 - *Lettering*: “Você pode ficar famoso, ser destemido. Tudo o que precisa fazer é jogar”. Imagens dos protagonistas se divertindo com o jogo e a repercussão.



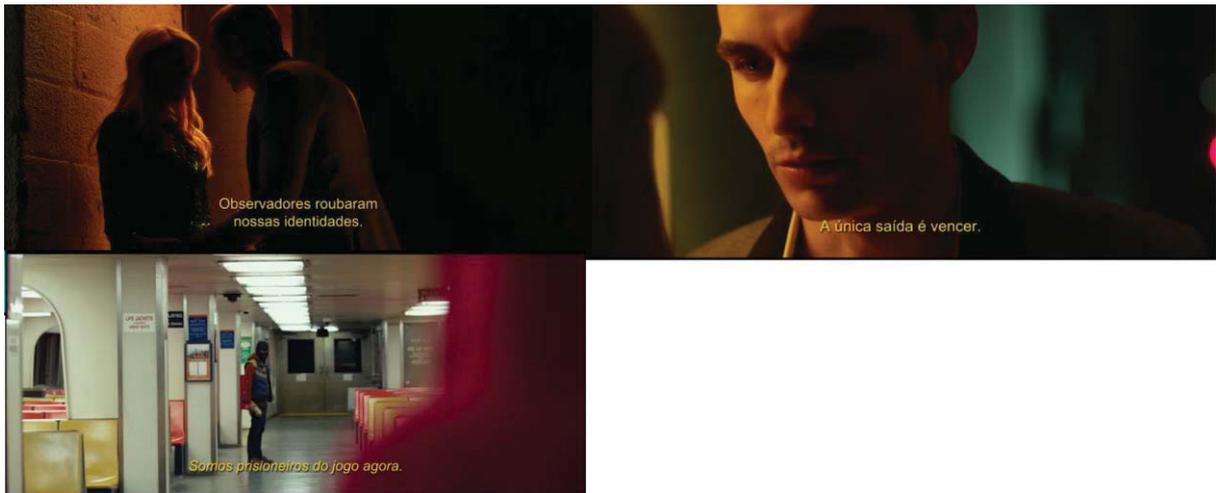
Conjunto 8 - Garoto num carro contando que uma pessoa morreu jogando Nerve. Trem passando por cima de um garoto.



Conjunto 9 - Vee e Ian em uma rua movimentada. Ian responde a Vee que se ela desistir do jogo ela perderá tudo. Policial recomenda que ela não faça isso.



Conjunto 10 - Mulher, mãe de Vee falando ao telefone com a filha que todo o dinheiro delas desapareceu. Penumbra, luz azul. Consequência dela ter desistido do jogo. Vee olha assustada para um monitor antigo, a voz mecânica do aplicativo diz que agora controlam a vida dela.



Conjunto 11 - Ian explica para Vee que os observadores roubaram as suas identidades e que a única saída é vencer. Vee está usando uma jaqueta com capuz vermelho em um metro olhando para um sujeito com a cara mascarada. Voz de Ian dizendo que são prisioneiros do jogo.



Conjunto 12 - *Lettering*: “Jogar para Sobreviver” Intercalado com cenas de personagens em situações de risco.



Conjunto 13 - Vee está em uma arena cercada de observadores de frente para Ian, e o jogo pede que eles mostrem suas armas. Vee desesperada apontando sua arma. Entendemos que é para Ian. Título do filme piscando aos poucos.

### 3.2.1.2 Análise Fílmica Poética

Começa-se pela proposta **Poética** que envolverá a descrição dos sentidos proporcionados pelo trailer.

#### 3.2.1.2.1 Efeitos da experiência fílmica por conjunto:

Aqui são descritas as emoções primárias por conjunto segundo Penafria (2009), notoriamente percebidas ao assistir o trailer.

1. Sensação de estar vendo uma publicidade. Pressão pela velocidade da fala e das cenas.
2. Curiosidade pela trama apresentada.
3. Interesse no conflito da personagem. Comicidade.
4. Clima de desconfiança, porém satisfação.
5. Sensação de problemas chegando.
6. Confusão e comicidade.
7. Euforia.
8. Perplexidade e sensação de perigo.
9. Sensação de perigo se intensifica.
10. Sensação de cilada, armadilha.
11. Terror e apreensão.
12. Medo e adrenalina.

### 13. Medo, turbulência e curiosidade pelo desfecho.

#### 3.2.1.2.2 Considerações sobre a Análise Poética do trailer

A figura da personagem Vee, apresentada como uma garota comum e com sede de desafios, vai se transformando em uma personagem que tem que tomar decisões cada vez mais arriscadas que vão botar em risco sua própria vida. Podemos perceber essa transição pelas vestimentas que variam de moletom e *jeans* para o vestido verde luxuoso do jogo quando ela aceita a realidade do jogo e a jaqueta com capuz vermelho, como mostra a figura 1, referência ao clássico *Chapeuzinho Vermelho*, a inocência de Vee sendo comprometida no momento que ela aponta uma arma e tem que fazer escolhas perigosas para se livrar do jogo.

A prévia cria um sentimento de descontração e euforia graças às cenas cômicas envolvendo os protagonistas e a trilha pop animada “Ride” da cantora Lowell. A música fala sobre expectativas e passeios noturnos. A sensação tranquila acaba se transformando em aflição a partir de 1m20s, uma vez que o filme parece ir para um caminho mais dramático e, o fundo sonoro de um motor de motocicleta em 2m07s, intensificado pelas cenas picotadas.

As cores que mais se destacam no trailer e nos textos priorizam o rosa e o azul esverdeado. O rosa da protagonista feminina e ingênua, e o azul e verde da cidade sendo as influências externas na protagonista.

Tais reações, como a de euforia, surpresa, medo e aflição estão relacionadas com o tipo de informação que está sendo recebida. Pode-se destacar os conjuntos 8, 10, 11 e 12 de Nerve em que apresentam nuances na narrativa otimista do trailer. Essas variações provocadas por cenas radicais do filme, apresentadas de forma muito rápida, fazendo com que a sensação de ansiedade e dúvida se intensifique. Em um momento, o trailer provoca curiosidade e euforia, mais tarde, tensão, medo e terror. Essa mudança interfere nos sentimentos que o público está tendo com o conteúdo, pois pode desapontar por subverter o tom acostumado ou surpreender pela ousadia do filme. Dependendo do gancho que se coloca para gerar expectativa, esse interesse é que fará o público pagar pelo filme ou rejeitá-lo. O gancho de Nerve é bem colocado: mostra os protagonistas em uma situação de vida ou morte sem revelar o desfecho, criando curiosidade no conjunto 13.

### 3.2.1.3 Análise Imagem e Som

Nesta parte, o trailer será visto pela perspectiva técnica da imagem e do som.

#### 3.2.1.3.1 Cena Principal do Trailer

Como cena principal deste trailer, tem-se uma cena presente no conjunto 2, quando a protagonista Vee aceita participar do jogo e na categoria Jogadora. Tocando com o dedo na tela do seu computador a opção “Player”.



#### 3.2.1.3.2 Considerações sobre a Análise Imagem e Som do trailer

Este trailer poderia entrar na classificação de Costa (2015) como *Standard Trailer*, pois detalha melhor a trama. O trailer apresenta o contexto da história e mostra como funciona o jogo Nerve, que dá nome ao filme, com uma visão em 360°, já que apresenta uma perspectiva geral dos principais acontecimentos. A presença da protagonista Vee, desde o início sendo levada pelas decisões que toma através do jogo, faz com que o trailer passeie resumidamente por todos os *beats*<sup>5</sup> do filme, inclusive alguns pontos de virada. O tom do trailer muda quando passa da metade, graças às complicações da trama do filme, o clima divertido dá lugar para a tensão e o suspense. O trailer gera ansiedade pelo fato de fazer com que haja uma conexão entre o espectador e aqueles personagens vivendo tais acontecimentos.

---

<sup>5</sup> "Beat" é uma mudança de comportamento em ação/reação. Beat por beat, essas mudanças de comportamento mudam a forma da cena." (MCKEE, Robert. 2006 p. 37).

Os indícios de *spoiler* ficam aparentes quando são apresentados novos desafios para os protagonistas, alguns deles sugerindo seus desfechos, como nos conjuntos 5 e 6. Os objetivos gerais deste trailer são contextualizar a trama do filme e dar um deguste de como será sua narrativa. Os *spoilers* contribuem nesse sentido já que o trailer escolhe em seguir um caminho cronológico, não deixando de fora os principais acontecimentos do filme inclusive seu ponto de virada.

Devido à discrepância de tempo das cenas do trailer, pode-se afirmar que quase não dá tempo para o espectador assimilar e ponderar todas as cenas. Somente ao fim do trailer, quando os créditos surgem, é que o espectador tomará seu veredito sobre o que acabou de ver, e muitas cenas, algumas com possíveis *spoilers*, serão esquecidas e outras ficarão na memória por mais tempo, dependendo do tempo de tela de cada cena.

### 3.2.2. Filme 2: Passageiros

#### Passageiros – Trailer 1

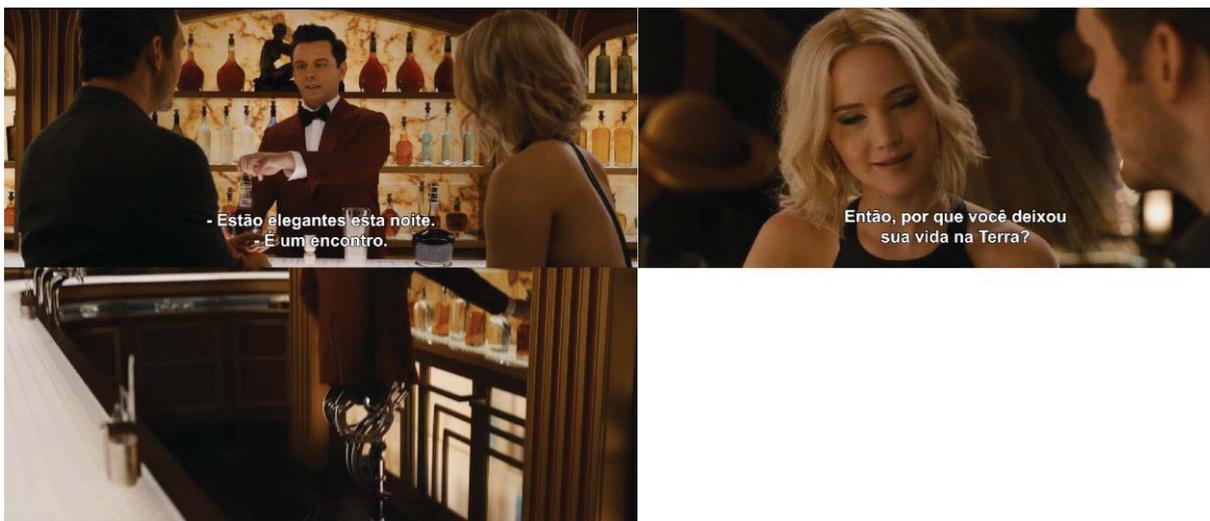
**Título original:** *Passengers*. Ano: 2016. País: EUA. Gênero: Aventura, Drama, Romance. Duração: 2m26s. Lançamento do trailer: 20/9/16. Estúdio Sony Pictures.

**Sinopse do filme:** Dois passageiros de uma espaçonave viajando para um planeta distante acordam 90 anos antes do previsto.

#### 3.2.2.1 Descrição dos doze conjuntos do trailer:



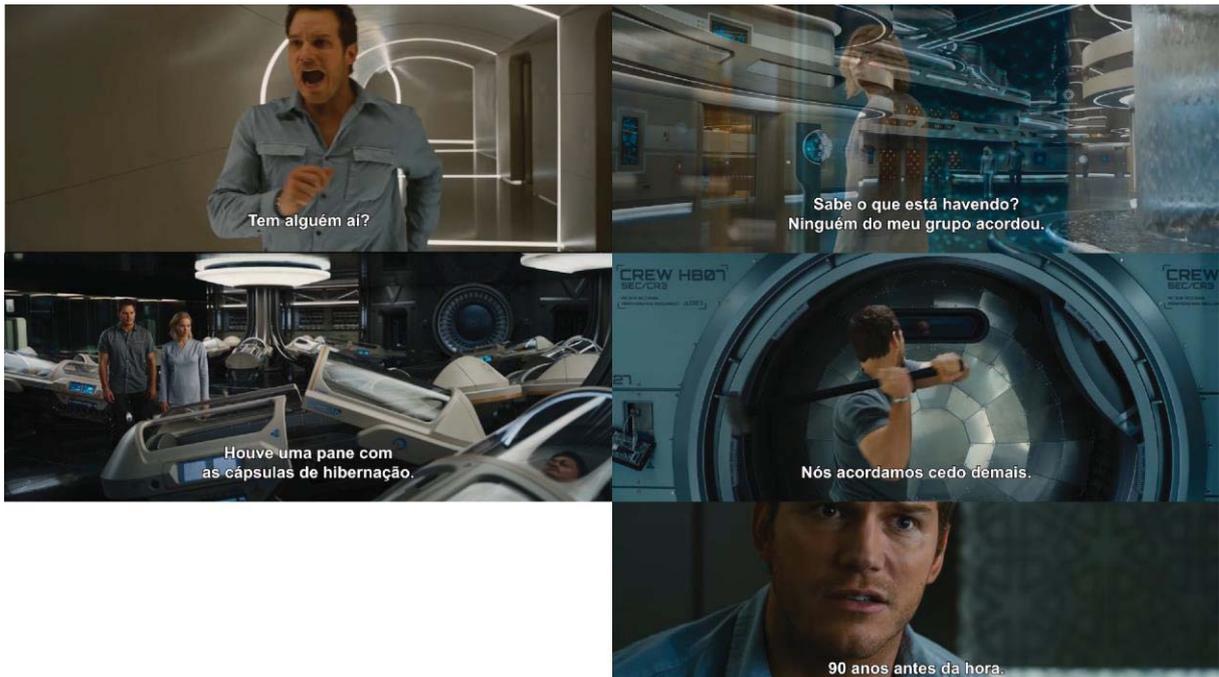
Conjunto 1 - Protagonista homem está em algum tipo de laboratório e através de um robô, envia um bilhete para a protagonista mulher que está em outro ambiente futurista. O bilhete vem com um convite para um jantar. O nome do protagonista se chama Jim. A protagonista pergunta ao robô se ele está a chamando para um encontro. O robô acena com a cabeça. Ela devolve o bilhete para o robô.



Conjunto 2 - Protagonistas se encontram arrumados e vão para uma mesa de bar, onde o *barman* interage e os prepara um drink. A protagonista avisa que se trata de um encontro e que Jim demorou em chamá-la. A música para quando ela pergunta o motivo que levou Jim a deixar sua vida na terra. Neste momento, descobrimos que o *barman* é um robô.



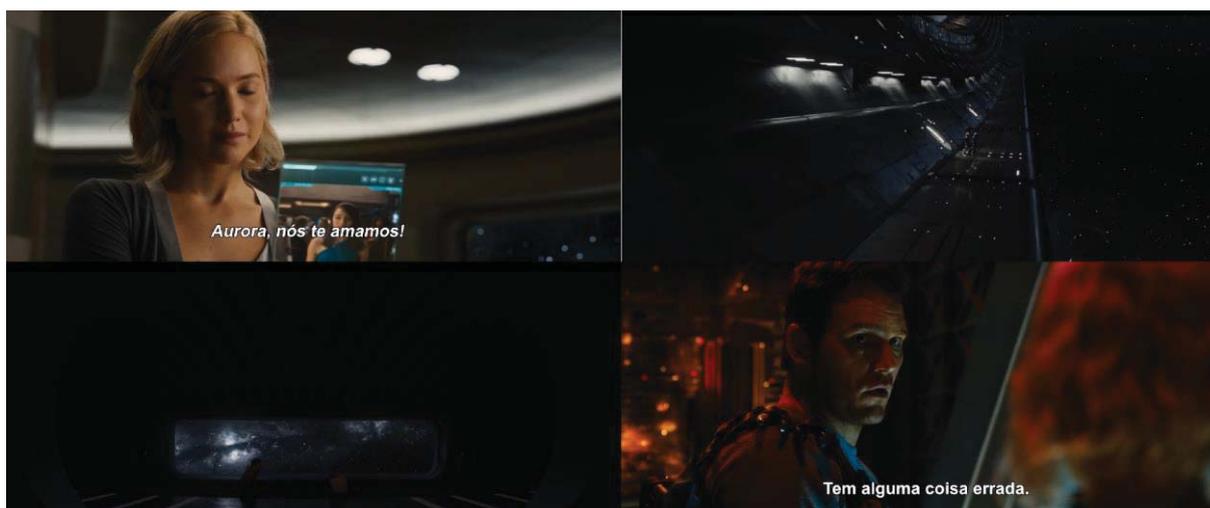
Conjunto 3 - *Lettering* do estúdio “Columbia Pictures apresenta”. Uma nave espacial pairando no espaço, com a narração da protagonista explicando que eles embarcaram na nave Avalon e só deveriam acordar 120 anos depois, porém há um ano eles acordaram. Imagens das câmaras de hibernação da nave e do despertar de Jim.



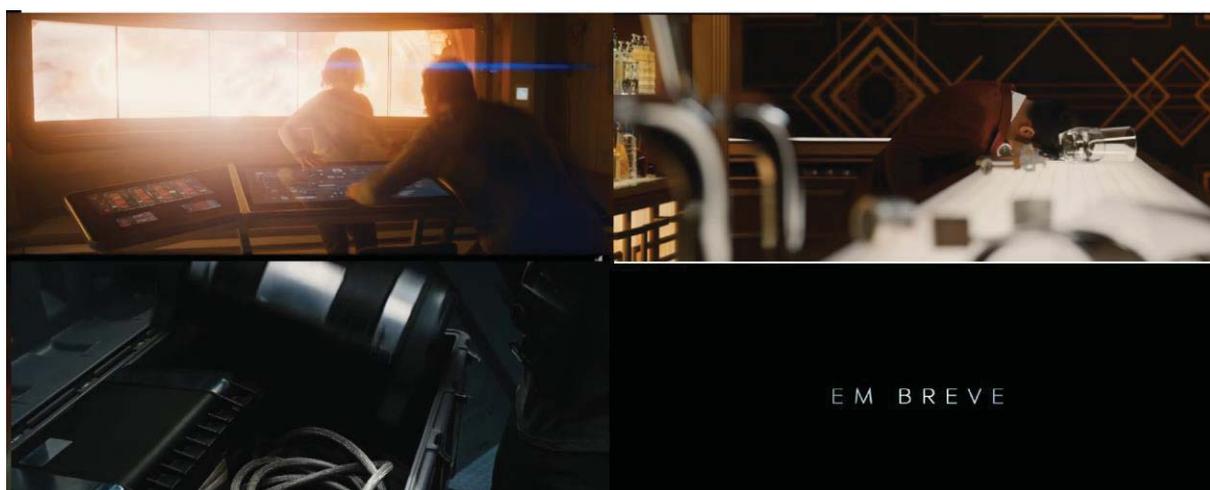
Conjunto 4 - Jim acorda e corre pela nave em busca de alguém. Encontra lugares vazios, até que em um dos espaços da nave uma mulher responde. Segundo ela, foi a única de seu grupo a despertar. Jim acha que houve uma pane nas cápsulas de hibernação. Jim arromba uma porta com um martelo. Ele diz que acordaram 90 anos antes do previsto.



Conjunto 5 - A protagonista também aparece tentando abrir a porta, mas sem sucesso. Ela diz que eles precisam voltar a hibernar. Jim diz que não há como.



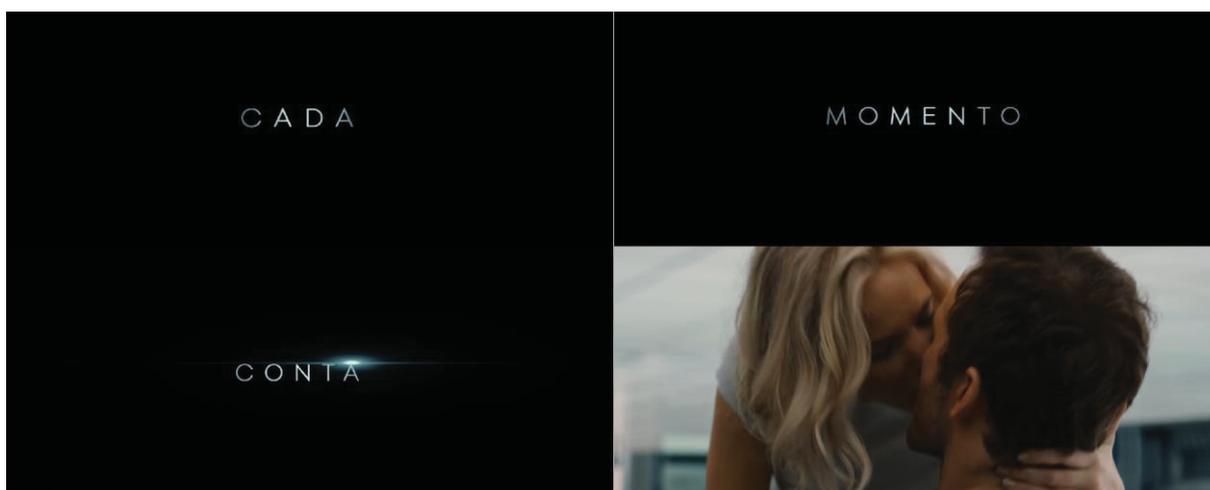
Conjunto 6 - A protagonista olha vídeo de pessoas em uma festa dizendo que amam Aurora. Subentende-se que estão falando dela. No exterior da nave, os dois protagonistas caminham da beirada da nave com trajes espaciais e se dão as mãos. Eles estão de frente a uma porta idêntica a que os dois tentavam abrir anteriormente. Os dois estão de volta à nave quando a energia da nave acaba. Jim avisa que algo está errado.



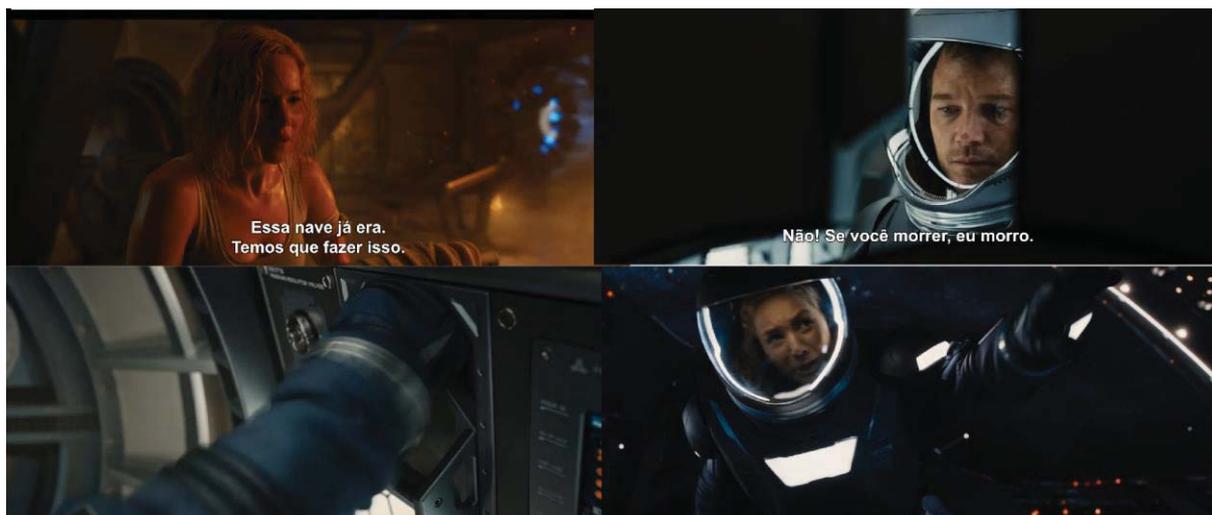
Conjunto 7 - Pela janela da nave, uma explosão parece acontecer. Os protagonistas se seguram. O robô *barman* toma pane. Aurora pergunta a Jim o que eles farão. Jim pega equipamentos em uma mala e pergunta a Aurora se ela confia nele. Os dois se olham. *Lettering* “EM BREVE”.



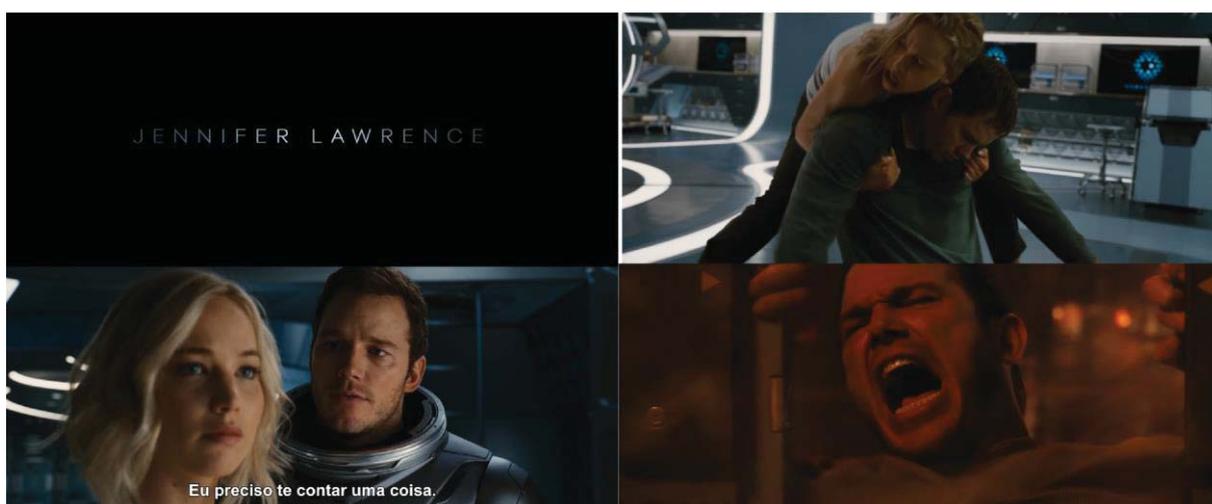
Conjunto 8 - Nave indo em direção a uma bola de fogo, semelhante ao Sol. Protagonistas correm de mãos dadas na nave. Em um visor, eles assistem ao encontro da nave com a bola de fogo.



Conjunto 9 - *Lettering* “CADA MOMENTO CONTA” Aurora vai de encontro a Jim em cima de uma mesa e o beija. Mais cenas da nave. Protagonistas e objetos levitam em um espaço antigravitacional da nave.



Conjunto 10 - Jim com traje espacial diz que a nave não tem volta e que precisam tomar certa atitude. Uma porta se fecha em sua frente. Uma mão vestindo traje espacial aperta com força um botão. Aurora fora da nave pula com um cabo e tenta agarrar algo com a mão.



Conjunto 11 - *Letterings* com os nomes dos atores principais. Cenas dentro da nave. Jim está desacordado enquanto Aurora desesperada tenta colocá-lo em alguma cápsula de recuperação. Jim atrás de Aurora diz que precisa contar algo pra ela. Protagonistas tentam se segurar para não serem levados por uma forte corrente de ar. Uma luz surge sobre as câmaras de hibernação.



Conjunto 12 - Visor avisa que a gravidade está comprometida. Aurora é puxada para uma das bolhas de água que estão suspensas no ar. Ela tenta agarrar algo. Jim vestindo o traje espacial se apoia contra uma corrente de fogo. Aurora aparece chorando. Alguém é jogado para fora da nave. Voz de Jim dizendo que existe um motivo para terem acordado antes. Título do filme.

### 3.2.2.2 Análise Fílmica Poética

Continuação da Análise Poética, agora voltada para o trailer de Passageiros.

#### 3.2.2.2.1 Efeitos da experiência fílmica por conjunto:

- 1- Comicidade e curiosidade.
- 2- Sensação de estar vendo uma comédia romântica, seguida por estranhamento.
- 3- Curiosidade pela trama apresentada na narração.
- 4- Admiração e interesse.
- 5- Tristeza pelo drama dos protagonistas; medo.
- 6- Espanto e assombramento.
- 7- Expectativa pelo que está por vir.
- 8- Perplexidade pelas cenas de efeitos visuais.
- 9- Aceitação e recepção das informações impostas.
- 10- Ansiedade e tensão.
- 11- Estupefação e aflição.
- 12- Ansiedade e inquietação pela questão colocada no fim.

### 3.2.2.2.2 Considerações sobre a Análise Poética do trailer

O trailer começa com uma atmosfera de filme de comédia romântica, apresentando o casal de protagonistas, mas logo vai se transformando numa ficção científica espacial com elementos dramáticos e de ação. Termina colocando questões no ar para o espectador.

O trailer leva o espectador para uma viagem dramática que passa pelo humor, pelo romance e evolui para o encantamento proporcionado pela riqueza visual do trailer, desponta curiosidade em descobrir o motivo da situação apresentada pelos protagonistas e se transforma em drama e suspense quando essa situação se complica.

Os personagens parecem perdidos e desorientados tanto quanto o público que os assiste. A índole dos protagonistas é botada a prova, corroborando com a ideia do trailer não necessariamente corresponder à realidade do filme.

A trilha suave com traços tecnológicos no início já oferece pistas que se trata de um tema futurista. Esses traços permanecem no trailer quando a premissa do filme é exposta, e vai encorpando um ar dramático. Até a terceira parte do trailer onde começam os *letterings* mesclados com as cenas de ação, que vão direcionando a narrativa para um tom épico. Os tons de azul e cinza prioritários na tela provocam frieza e harmonia entre as sensações de solidão e grandiosidade.

As reações ao trailer de Passageiros são provocadas devido a uma empatia criada com os personagens e o tema do filme. A grande surpresa é quando, a partir do conjunto 3, temos uma adaptação para a realidade que o trailer está nos apresentando. Nos conjuntos 6, 9 10, 11 e 12 é que há um julgamento pelos caminhos que o trailer e, possivelmente, o longa-metragem estarão tomando. Sensações como perplexidade, estupefação e espanto, podem ter efeito negativo, enquanto ansiedade, aflição, curiosidade e expectativa contam pontos para o trailer já que se criou uma comoção com aquela história, que gerou interesse pelo filme.

### 3.2.2.3 Análise Imagem e Som:

Continuação da Análise Imagem e Som, direcionada para o trailer de Passageiros.

### 3.2.2.3.1 Cena Principal do Filme:

O momento decisivo do trailer está presente em uma cena do conjunto 2. Os protagonistas estão em um encontro romântico, e uma pergunta da protagonista muda todo o contexto do trailer, ocasionando uma sensação de surpresa no espectador. Fazendo-o repensar tudo o que havia entendido sobre o filme.



### 3.2.2.3.2 Considerações sobre a Análise Imagem e Som do trailer

Este *Theatrical Trailer* cria expectativas que, ao longo dos dois minutos e vinte e seis segundos, são desfeitas. Ao mesmo tempo que o público torce pela sobrevivência dos personagens, também cria diversas teorias sobre os motivos deles estarem nesse embarço. Sobretudo, questionando a credibilidade das informações entregues pelo trailer. Uma forma de criar engajamento e manter a audiência interessada a voltar e conferir o desfecho dessa história.

Os *spoilers* se materializam em evidências que são deixadas pelos diálogos dos personagens (conjuntos 2 e 12) e pelas cenas clipadas rapidamente (conjuntos 7,8,9 e 11). Resta saber qual categoria eles se enquadram e porque foram utilizados para esta prévia.

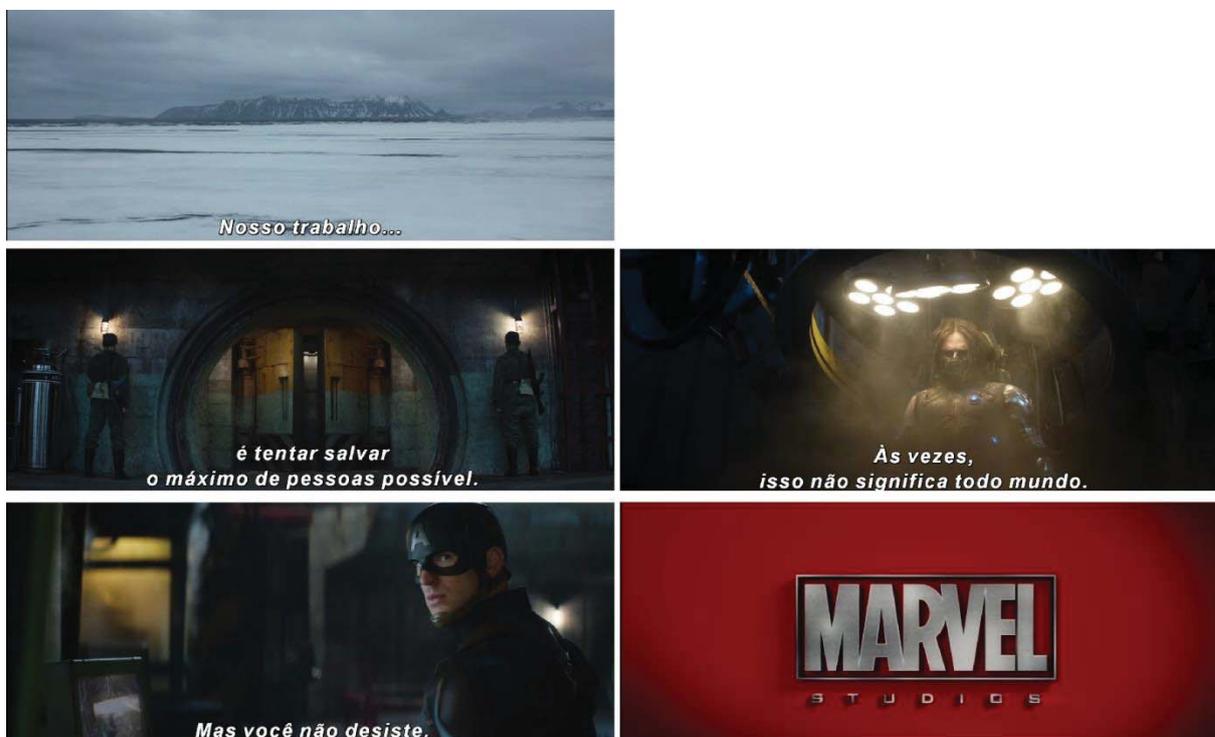
## 3.2.3. Filme 3: Capitão América: Guerra Civil

### Capitão América: Guerra Civil – Trailer 1

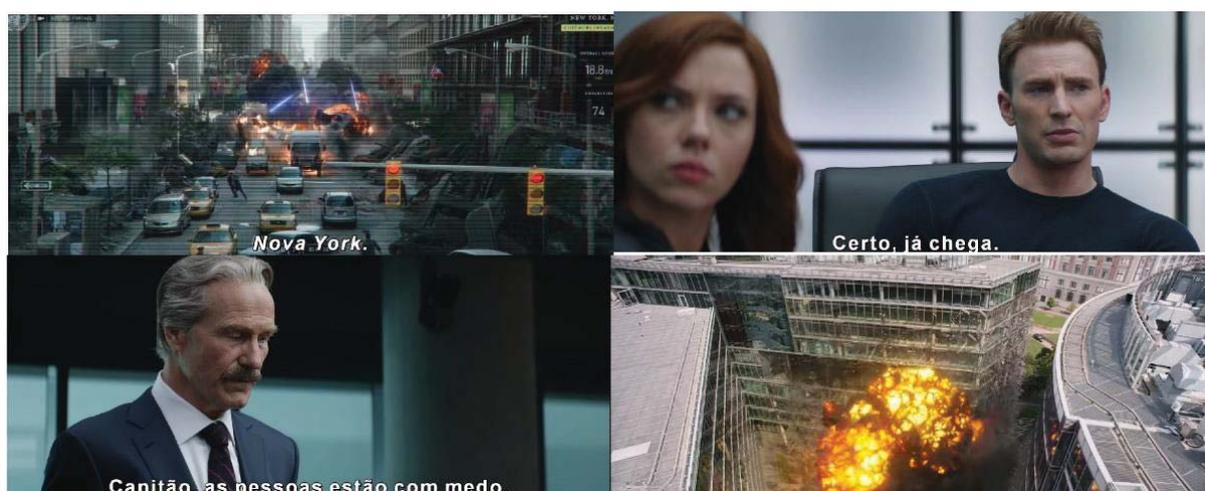
**Título original:** Captain America: Civil War. Ano: 2016. País: EUA. Gênero: Ação, Aventura, Sci-fy. Duração: 2m25s. Lançamento do trailer: 10/3/16. Estúdio Marvel/Disney.

**Sinopse do filme:** Uma interferência política na atuação dos Vingadores causa rixas entre os aliados: Capitão América e Homem de Ferro.

### 3.2.3.1 Descrição dos onze conjuntos do trailer:

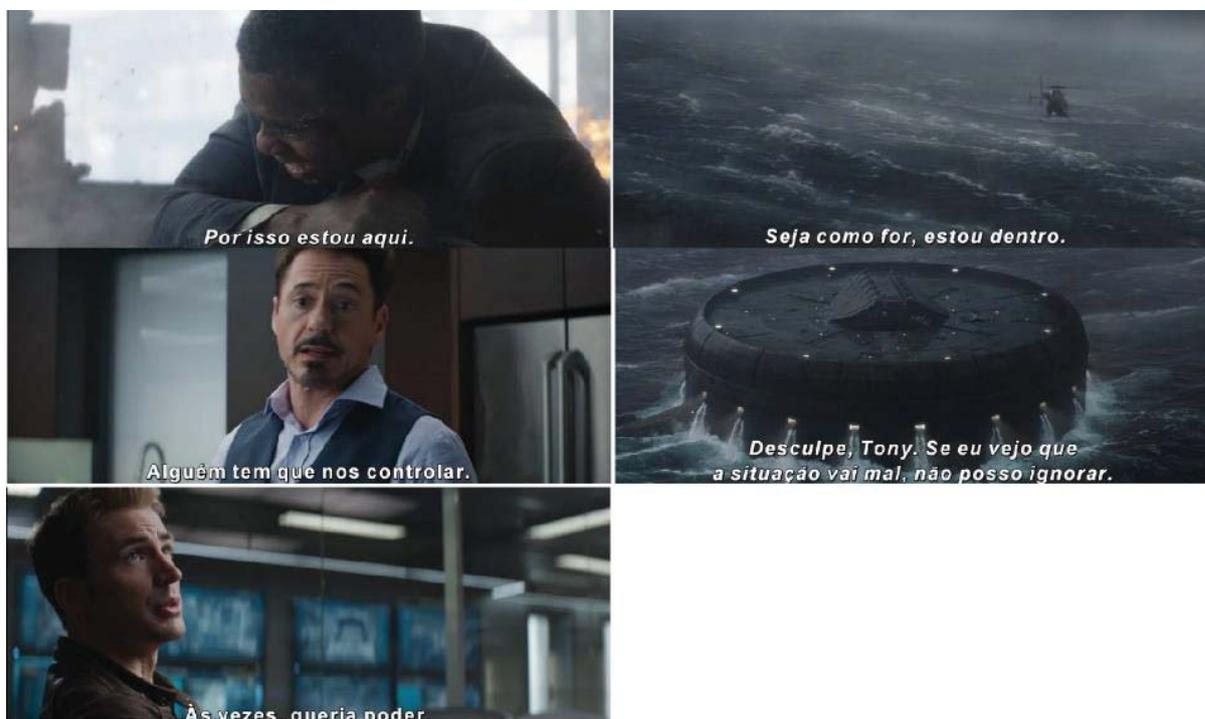


Conjunto 1 - Em um ambiente militar, o Soldado Invernal é despertado. Narração do Capitão América dizendo que mesmo sendo o trabalho dele nem todos podem ser salvos. Logo da Marvel Studios.



Conjunto 2 - Flashbacks dos filmes “Os Vingadores”, “Vingadores: Era de Ultron” e “Capitão América: O Soldado Invernal”. Nas cenas cidades importantes são destruídas. Os Vingadores

estão em uma sala assistindo essas cenas. Capitão interrompe. Alguma autoridade afirma que as pessoas estão com medo. Ocorre uma explosão em um congresso desconhecido.



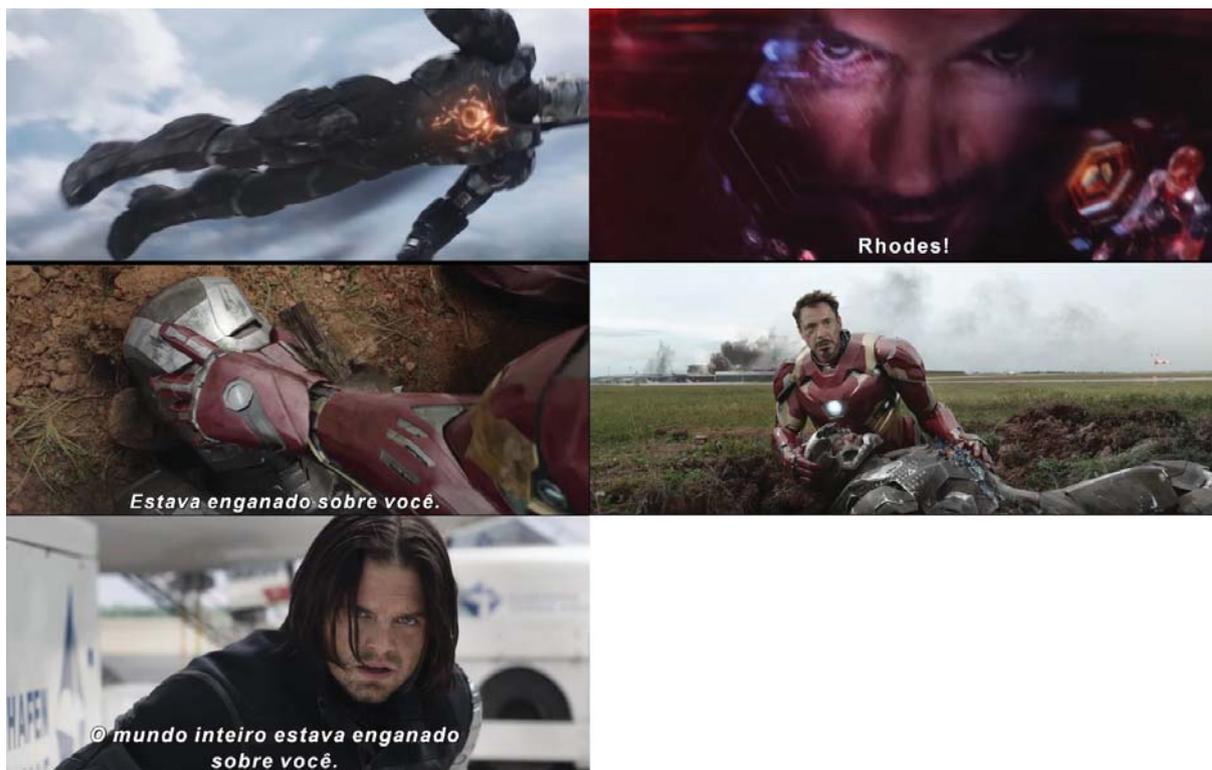
Conjunto 3 - Tony Stark se apresenta dizendo que alguém precisa controlar os Vingadores. Em um oceano, um helicóptero sobrevoa e entra em uma plataforma redonda em cima d'água. Capitão pede desculpas a Tony, não pode ignorar que a situação está mal, mas que às vezes, gostaria de poder ignorar.



Conjunto 4 - Tony diz que às vezes quer socar os dentes do Capitão. Em um estacionamento há uma perseguição entre o Soldado Invernal, Pantera Negra e Capitão América. Capitão América revida dizendo que embora não sejam perfeitos, as mãos mais seguras ainda são as deles.



Conjunto 5 - Em uma luta, Tony ativa uma armadura na mão e impede um tiro disparado pelo Soldado Invernal. Bucky aparece apontando uma arma.



Conjunto 6 - Patriota de Ferro é atingido no ar e cai. Homem de Ferro tenta salvá-lo. Porém sem sucesso. Tony garante que ele e o mundo se enganaram a respeito do Capitão América.



Conjunto 7 - Lettering com a data de estreia do filme. Viúva Negra em ação numa luta. Tony avisa que estão atrás dela. Viúva devolve que não é ela que está em perigo. Capitão América

diz a Tony que não precisa terminar numa luta. Tony vestindo a armadura avisa a Capitão que ele acabou de começar uma guerra. Cena do Capitão América em alguma explosão.



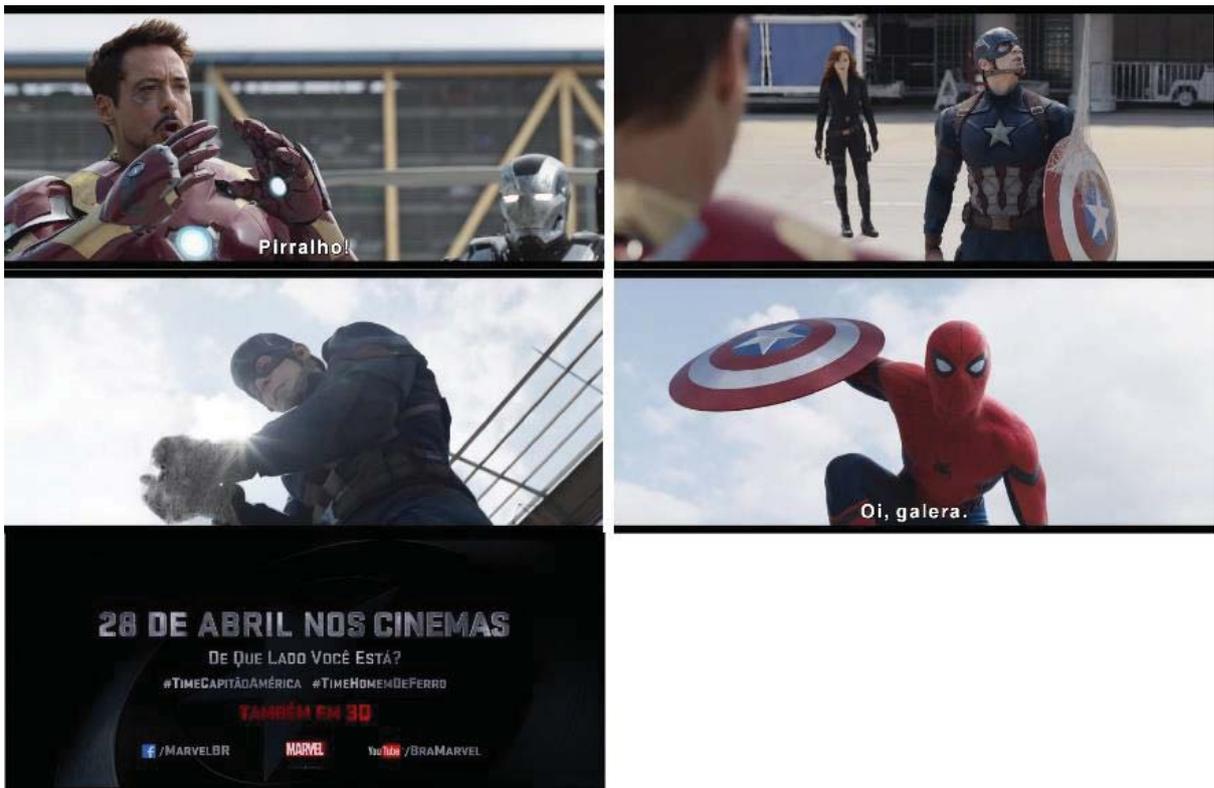
Conjunto 8 - Pantera Negra e Soldado Invernal lutam em um terraço. Há um helicóptero ao fundo. Visão é controlado por Wanda. Gavião Arqueiro dispara flecha. A flecha se estilhaça e Homem Formiga salta passando entre a mão de Homem de Ferro.



Conjunto 9 - Capitão América cai no chão e quebra uma mesa. Homem de Ferro aponta sua mão e pede para que Capitão se renda. Capitão se ergue de uma luta ferido e diz que pode passar o resto do dia lutando. Os dois se enfrentam.



Conjunto 10 - Em um aeroporto, temos de um lado a equipe liderada pelo Capitão: Soldado Invernal, Wanda, Gavião, Falcão e Homem Formiga. Do outro, a equipe liderada pelo Homem De Ferro: Viúva Negra, Pantera Negra, Patriota de Ferro e Visão. Os dois lados correm para se enfrentarem. Título do filme. Voz de Tony avisando que sua paciência acabou.



Conjunto 11- Tony grita: Pirralho! Uma teia é lançada no escudo do Capitão América. Outra em suas mãos. Na sequência temos a aparição do novo Homem Aranha segurando o escudo do Capitão América e cumprimentando a galera. Data do filme, Pergunta: “De que lado você

está?”. Hashtags: #TimeCapitãoAmérica #TimeHomemdeFerro Frase: “Também em 3D”. Logos e redes sociais da Marvel.

### 3.2.3.2 Análise Poética:

Continuação da Análise Poética, agora voltada para o trailer de Capitão América: Guerra Civil.

#### 3.2.3.2.1 Efeitos da experiência fílmica por conjunto:

- 1- Assimilação de que se trata de um filme da Marvel com o Capitão América.
- 2- Agonia com as catástrofes apresentadas; reconhecimento pelas cenas de outros filmes.
- 3- Indiferença.
- 4- Entusiasmo pela ação.
- 5- Espanto.
- 6- Comoção e dúvida pelo entendimento da cena.
- 7- Admiração pelas cenas com a personagem Viúva Negra.
- 8- Deslumbre pela coreografia das cenas.
- 9- Atenção e desaprovação.
- 10- Ansiedade e curiosidade.
- 11- Surpresa e perplexidade pela aparição inesperada do personagem; euforia.

#### 3.2.3.2.2 Considerações sobre a Análise Poética do trailer

Estruturalmente, o trailer busca recapitular o público dos acontecimentos anteriores dos outros filmes do herói. Tratando-se de mais uma sequência do universo compartilhado da Marvel, esta revisão acaba sendo necessária para explicar o contexto e justificar as ações que virão, mesmo que de forma rasa.

O clima do trailer é sóbrio, com pouco espaço para o humor, dando prioridade às frases de efeito como: “Estão vindo atrás de você”, “Posso fazer isso o dia todo” “Você acabou de começar uma guerra”. Retratando que o tom agora é mais sério e tenso do que os filmes anteriores. A única quebra dessa atmosfera é na cena pós-título em que o personagem Homem Aranha dá as caras, proporcionando uma reação espontânea como surpresa e alegria.

Os personagens em destaque no trailer, os Vingadores, se colocam divididos entre duas esferas, especialmente na cena final no conjunto 10. A pergunta ao fim do trailer “De que lado você está?” e as *hashtags*, querem fazer o mesmo questionamento ao público, intencionando que tomem partido nesta fictícia guerra. Há várias cenas de combate entre os heróis (3,6,7,8,9,10) provando que será um filme com bastante ação e pancadaria.

### 3.2.3.2.3 Cena Principal do Trailer



A cena final, presente no conjunto 10, revela o início da luta emblemática entre os heróis em um aeroporto. Temos ambos os lados com lados parelhos, entendendo que ambos os lados tem chance de vencer. A cena termina no momento anterior ao embate, não revelando os detalhes do confronto.

### 3.2.3.2.4 Considerações sobre a Análise Imagem e Som do trailer

O trailer de Capitão América surte diferentes sensações, contudo o saldo é positivo por despertar interesse, atenção, admiração e surpreender com a aparição do Homem Aranha, um elemento surpresa do filme. A desaprovação no conjunto 9 é por ser contrário à rixa que dá nome ao filme. Os *spoilers* estão inseridos para criar pistas que podem ou não serem concretizadas no filme, mas o clímax do filme está preservado, garantindo a empolgação do espectador até o lançamento do filme.

### 3.3. Análise de Conteúdo dos Spoilers

A partir da análise fílmica, detecta-se a presença de *spoilers* nos trailers. Nesta fase, os mesmos serão classificados nas categorias pré-definidas, a partir da análise dos conjuntos fílmicos apresentados anteriormente.

A descrição dos *spoilers* é uma compreensão do conjunto fílmico pela perspectiva do pesquisador que conecta a informação visual com a sonora formando a assimilação de um possível *spoiler*.

#### 3.3.1 Trailer Nerve: Um Jogo Sem Regras

Análise dos treze conjuntos fílmicos do trailer nas categorias de *spoiler*.

##### 3.3.1.1 Descrição

Para a descrição dos *spoilers*, estão esquematizadas em forma de quadro, as relações entre os conjuntos com as categorias de *spoilers* desenvolvidas.

	Premissa	Insinuante	Bumerangue	Revelador	Revertério
Conjunto 1	Trama gira em torno do Jogo Nerve, um jogo virtual de desafios reais.	-	Existe um jogo chamado Nerve	-	-
Conjunto 2	Protagonista jogará o jogo	-	-	Protagonista jogará o jogo	-
Conjunto 3	Protagonistas se conhecem	-	-	Protagonista beija o outro protagonista	-
Conjunto 4	Protagonistas seguem juntos jogando o jogo.	Protagonista acha que os Observadores os querem juntos	-	Protagonista aceita o desafio dado pelo jogo.	-
Conjunto 5	-	Protagonista sugere	-	Protagonistas	-

		que foi roubada		aceitam o desafio e entram na loja	
Conjunto 6	-	Para se livrar do desafio deixam a roupa na loja e fogem	-	Protagonistas aceitam o desafio e fogem da loja sem roupa.	-
Conjunto 7	-	<i>Lettering</i> : “Você Pode Ficar Famoso, Ser Destemido. Tudo o Que Precisa Fazer é Jogar”  Sugestão de que o jogo vai lhe proporcionar fama e coragem.	-	-	-
Conjunto 8	-	Garoto sendo atropelado por um trem	Informação de que o jogo causou a morte de um garoto	-	-
Conjunto 9	-	Protagonista pensa em desistir, mas poderá perder tudo.	-	-	-
Conjunto 10	-	Perda do dinheiro insinuando que ela desistiu do jogo	-	Mãe da protagonista diz que elas perderam o dinheiro	Voz do jogo diz que agora eles controlam a vida da protagonista.
Conjunto 11	-	Protagonista sugere que a única saída é vencer o jogo	-	Protagonista diz que suas identidades foram roubadas pelo jogo	Protagonista diz que eles viraram prisioneiros do jogo.
Conjunto 12	-	<i>Lettering</i> avisa que é preciso “jogar para sobreviver”	-	Cenas rápidas de personagens em situações de perigo	“Jogar para sobreviver”. A diversão do jogo se transformou numa corrida pela sobrevivência.
Conjunto 13	-	Sensação de que a protagonista vai disparar a arma contra o outro protagonista.	-	Protagonista aponta uma arma.	Protagonistas estão frente a frente em situação decisiva.

Pelo quadro, pode-se notar a presença de quatro *Spoilers* Premissa, dez *Spoilers* Insinuante, dois *Spoilers* Bumerangue, nove *Spoilers* Revelador e quatro *Spoilers* Revertério, totalizando 29 *spoilers*, que serão analisados a seguir.

### 3.3.1.2 Análise dos *spoilers*

Os ***Spoilers* Premissa** ocorrem na primeira parte do trailer (conjuntos 1,2,3,4) e funcionam como ambientação do público na realidade do jogo que dá nome ao filme. A partir do quarto conjunto, temos o primeiro ***Spoiler* Insinuante**, no qual trechos das cenas vão sugerindo interpretações sobre o desenrolar dos conflitos. Os únicos dois ***Spoilers* Bumerangue** são a respeito de informações no pano de fundo da história como o jogo que dá nome ao filme e a morte de um personagem desconhecido em função do jogo. Os ***Spoilers* Revelador** estão presentes desde o início do trailer quando temos a confirmação que a protagonista jogará o jogo e se intensificam na reta final quando os protagonistas estão enrascados. Os ***Spoilers* Revertério** começam no conjunto dez em que temos a confirmação de que o filme irá para caminhos mais dramáticos e, assim como o *lettering*, avisa que será uma corrida pela sobrevivência.

### 3.3.1.3 Considerações sobre os *spoilers* no trailer

A composição linear do trailer de Nerve facilita a presença de *spoilers*, já que ele conta a história passando por diversos acontecimentos, mesmo que de forma sucinta. Esta decisão implica em dar ao público diversas revelações e insinuações como as dos conjuntos (4, 5, 6) e, além disso, sugerir uma certa reviravolta ao longo da história nos segmentos 10, 11, 12 e 13, prometendo ao espectador um filme muito mais surpreendente do que o até então anunciado. O trailer termina sem entregar o desfecho do conflito, provavelmente, o clímax do filme.

Os *spoilers* mais aparentes nesta prévia foram os **Insinuantes** com dez aparições e os **Reveladores** com nove. A característica da maioria dos Insinuantes é proporcionar mais informações sobre o destino daqueles personagens e sugerir os rumos que a história irá seguir. Já os Reveladores têm um papel mais comprometedor já que diminuem as dúvidas de que pode haver outra interpretação da cena, dando juiz de valor para o público opinar e criticar a

história. As reviravoltas dos **Spoilers Revertério** são pontuais para que os gêneros do filme fiquem mais evidentes. Esta estrutura que o trailer de Nerve usou vai de contraponto com a fala de Durie et al. (2000), que afirma que o trailer não deveria estragar a surpresa, ou entregar os *plots points* da história ou elementos do clímax. Mesmo assim, ele cumpre com a proposta de Quintana (2003), na qual o trailer tem que deixar de fora a resolução e a *coda* e terminar no ápice dos acontecimentos.

### 3.3.2 Trailer Passageiros

Análise dos doze conjuntos filmicos do trailer nas categorias de *spoiler*.

#### 3.3.2.1 Quadro de descrição

	Premissa	Insinuante	Bumerangue	Revelador	Revertério
Conjunto 1	-	Filme tem elementos <i>sci-fy</i> e de romance.	Nome do protagonista é Jim	Protagonistas marcam um jantar	-
Conjunto 2	-	-	-	Protagonistas não estão na terra.	O <i>Barman</i> na verdade é um robô.
Conjunto 3	Eles estão a bordo de uma nave e acordaram antes do tempo previsto.	Existem outras pessoas na nave que não acordaram.	Protagonistas são exploradores espaciais	Protagonistas acordam da hibernação mais cedo.  Existem outras pessoas na nave que não acordaram.	Protagonistas estão isolados em uma nave no espaço há um ano.
Conjunto 4	Protagonistas deveriam acordar 30 anos depois	Sugestão de que um problema na nave foi o motivo do despertar.	-	-	-
Conjunto 5	-	Tentativas de abrir a porta são ineficazes	-	Não há como voltar a hibernar	-
Conjunto 6	-	Protagonistas conseguem abrir a porta. Jim sugere que algo está errado.	Protagonista se chama Aurora e tem amigas na Terra.	Protagonistas conseguem sair da nave. Nave fica sem energia.	Nave apresenta problemas.
Conjunto 7	-	Algo explode fora da nave		Robô <i>Barmen</i> começa avariar.	-

		Jim parece ter um plano			
Conjunto 8	-	Nave parece ir de encontro ao Sol.	-	-	-
Conjunto 9	-	Lettering “Cada Momento Conta”. Sugere uma corrida contra o tempo.  Nave parece perder a gravidade	-	Aurora beija Jim.	-
Conjunto 10	-	Protagonistas precisam tomar uma atitude.  Jim parece querer algo perigoso que pode pôr em risco a vida dos dois.	-	Nave está comprometida.	-
Conjunto 11	Personagens lutam para sobreviver na nave.	Jim está desacordado, pode ter sofrido acidente ou está à beira da morte.	-	Aurora tenta salvar Jim  Jim tem uma revelação a fazer.	-
Conjunto 12	-	Tanto Jim quanto Aurora estão sozinhos em ambientes diferentes sendo sufocados.  Jim dá a entender que sabe o motivo de estarem acordados.  Resto da tripulação pode ter acordado.	-	Presença de novos personagens na nave.  Gravidade da nave é comprometida.  A revelação de Jim é que eles estão acordados por um motivo.	Jim diz que há um motivo para terem acordado antes.

Pelo quadro, pode-se notar a presença de três **Spoilers Premissa**, dezesseis **Spoilers Insinuante**, três **Spoilers Bumerangue**, quatorze **Spoilers Revelador** e quatro **Spoilers Revertério**. Totalizando 40 *spoilers* que serão analisados a seguir.

### 3.3.2.2 Análise dos *spoilers*

Por ser uma prévia que brinca com a real história do filme, os ***Spoilers Premissa*** são notados em diferentes partes do trailer (3,4,10, 11). A parte reservada aos ***Spoilers Insinuante*** ocupa dez dos seus doze conjuntos e eles funcionam como combustível para as cargas dramáticas do trailer. Os ***Spoilers Bumerangue*** em 1, 2 e 6 utilizam informações básicas sobre os personagens como nome, ocupação, e detalhes do entorno de suas vidas. Os dez ***Spoilers Revelador*** complementam os insinuantes, oferecendo mais certezas às revelações como, por exemplo, a de que existe um motivo para terem acordado na nave (conjunto 12). Completando ainda mais a sensação de *spoiler* temos os ***Spoilers Revertério*** com quatro aparições ao longo do trailer (2,3,6,12), admitindo que o filme tomará caminhos e proporções inesperadas, como a tensão e o mistério.

### 3.3.2.3 Considerações sobre os *spoilers* no trailer

Os *spoilers* em Passageiros emanam de forma coesa, sem que suas aparições sejam explicitamente percebidas. Um exemplo é no conjunto 2 com a forma em que o trailer revela a temática do filme. Mesmo o *spoiler* mais delicado, o da possível virada da trama (conjunto 12), é colocado de forma complementar às demais informações divulgadas anteriormente. A questionabilidade da relevância deste *spoiler* só é avaliada quando o trailer acaba no ápice, mas sem concluir o raciocínio, deixando de fora o que pode ser o maior segredo da trama.

Em linhas gerais, as funções dos *spoilers* neste trailer são para reafirmar que se trata de um filme dramático, com múltiplas resoluções, surpresas e segredos ocultos, não só do público, mas também dos próprios protagonistas. Os ***Spoilers Insinuante***, na maior parte do trailer, especialmente na reta final, têm um papel decisivo na argumentação de que se trata de um filme de ação, suspense e, mesmo que haja insinuação de romance entre os personagens, não será o foco do filme, contradizendo o entendimento anterior da audiência, sugerido no conjunto 1.

### 3.3.3 Trailer Capitão América Guerra Civil

Análise dos onze conjuntos filmicos do trailer nas categorias de *spoiler*.

#### 3.3.3.1 Quadro de descrição

	Premissa	Insinuante	Bumerangue	Revelador	Revertério
Conjunto 1	Capitão América tentará recuperar a memória de Bucky	Texto: “ <i>Às vezes não é possível salvar todos</i> ”.  Referência ao Soldado Invernal que pode não ter um destino feliz neste filme.	Bucky Barnes sofreu experimentos que o transformaram no Soldado Invernal.	-	-
Conjunto 2	-	Pessoas estão com medo de novas ameaças.	Cidades como Washington DC, Nova York e Sokovia, foram danificadas.	Ocorre uma explosão em um congresso.	-
Conjunto 3	Tony Stark tentará intervir nos Vingadores. Capitão América é contra.	-	-	-	-
Conjunto 4	-	Tony Stark está irritado com Capitão América  Capitão estará esquivando de explosão em prédio.  Bucky aponta para alguém	-	Pantera Negra e Capitão correm atrás de Bucky.  Pantera derruba Bucky de motocicleta.	-
Conjunto 5	-		-	Bucky tenta matar Tony	-
Conjunto 6	-	Rhodes pode ter se ferido ou não sobreviveu	-	Rhodes é atingido e despenca no ar	Tony diz que o mundo estava enganado a respeito do Capitão América.

Conjunto 7	As divergências entre Tony e Steve vão desencadear uma guerra indesejada	Tony sugere que estão atrás da Viúva Negra.  Viúva devolve a afirmação a Tony em tom ameaçador.	-	Tony bate em Capitão América.  Capitão é atingido por uma explosão	-
Conjunto 8	-	Wanda parece estar controlando Visão com sua magia.	-	Pantera e Bucky se enfrentam em terraço  Homem Formiga é disparado em flecha de Gavião Arqueiro.	-
Conjunto 9	-	Tony pede para que Capitão se renda. Capitão diz que continuará lutando.	-	Capitão é derrubado por Ossos Cruzados	Capitão América e Tony Stark duelam.
Conjunto 10	-	Duas equipes parecem se formar para uma possível batalha.  Tony sugere que sua paciência terminou.	-	Equipe do Capitão América: Wanda, Gavião, Homem Formiga, Falcão e Bucky.  Equipe do Homem de Ferro: Visão, Viúva, Pantera Patriota.  Ambas as equipes correm para luta.	-
Conjunto 11	-	Homem Aranha provavelmente estará na equipe de Tony.	Nos quadrinhos, o Homem Aranha também participa da Guerra Civil.	Tony chama Homem Aranha para a luta.  Personagem inesperado Homem Aranha estará no filme.	Homem Aranha toma o escudo do Capitão América e lança uma teia em suas mãos.

Pelo quadro, pode-se notar a presença de três **Spoilers Premissa**, treze **Spoilers Insinuante**, três **Spoilers Bumerangue**, quinze **Spoilers Revelador** e três **Spoilers Revertério**. Totalizando 37 *spoilers* que serão analisados a seguir.

### 3.3.3.2 Análise dos *spoilers*

Neste trailer, os conteúdos dispostos apresentam algumas relações com o conhecimento prévio do público com os filmes anteriores do universo Marvel, o que explica a quantidade de três **Spoilers Bumerangue** (1,2,11), servindo para contextualização dos eventos passados para o espectador se situar neste novo episódio dos heróis. Vale lembrar que o filme se trata de uma sequência e também de uma adaptação de quadrinhos. Já a fatia referente aos **Spoilers Insinuante** aparecem treze vezes, apenas o conjunto 2 não é contemplado por ele. Algumas aparições como as dos conjuntos 6,7,9,10,11, são mais provocativas, colocando questões como “certo personagem sobrevive?”, “qual o lado que vencerá a guerra?”. Os **Spoilers Premissa**, também com três aparições (1,3,7) complementam a sinopse de que haverá um desentendimento entre dois heróis, e o resto dos Vingadores também se dividirão. Cabem aos **Spoilers Revelador**, também com treze aparições provocarem as maiores revelações do filme, por exemplo, no conjunto 10, 11, referentes à “Guerra Civil” propriamente dita, temos a confirmação dos participantes que comporão os lados. E também o maior *spoiler* deste trailer se encontra após o título do filme, no conjunto 11: a aparição surpresa do novo Homem Aranha, um dos heróis mais queridos do público, agora fará parte deste momento dos Vingadores. As reviravoltas dos **Spoilers Revertério** presentes em 6,9,11, não são tão inéditas para o público fã dos filmes. Contudo, o público em geral poderá se surpreender em saber que as ideologias dos heróis vão se revelar e podem se modificar devido às últimas circunstâncias deste filme, como é o caso dos personagens Capitão América, Homem de Ferro e Homem Aranha.

### 3.3.3.3 Considerações sobre os *spoilers* no trailer

Anteriormente na pesquisa bibliográfica, vimos o depoimento de Anthony Russo, diretor do filme, falando do processo criativo do trailer. Russo (2015) falou da colaboração entre os produtores e a equipe de marketing e que o primeiro trailer focou mais na definição de bases do filme, sem apresentar muitos detalhes da história. Já no segundo trailer de Capitão

América: Guerra Civil, a análise mostrou um pouco mais de profundidade na abordagem das cenas e dos diálogos, deixando claro as motivações dos personagens e o conflito do filme. Isso se percebe nos **Spoilers Premissa** com as intenções que levaram ao conflito e nos insinuante, em que os diálogos estão com mais sugestão dramática e dubiedade (conjuntos 1,7). Além disso, este trailer cria mais interrogações a respeito dos destinos dos personagens e da equipe Vingadores para os próximos filmes. Os **Spoilers Revelador** não poupam evidências de cenas importantes no longa-metragem como a batalha dos heróis, aparições de personagens, explosões e cenas de perigo envolvendo o protagonista que nome o ao filme. Os **Spoilers Revertério** tentam fazer com que a audiência reflita e também escolha um lado nesta briga, já que a preferência é que o público fique ao lado do protagonista.

### 3.3.4 Análise das Categorias de *Spoilers* nos Trailers

Esta parte é reservada para avaliação do funcionamento das categorias de *spoilers* nos trailers.

#### 3.3.4.1 *Spoiler* Premissa

Observamos que os 10 *spoilers* referentes a essa categoria, a de sintetizar a trama do filme estão presentes no início dos trailers e em algumas vezes pela metade, como percebido no trailer de Nerve e Capitão América. Isso ocorre devido às diferenças de escolhas narrativas dos trailers: se o trailer apresentar a história desde seu início, o *Spoiler* Premissa estará no início. No caso do trailer de Passageiros, ele está presente a partir dos conjuntos 3 e 4 e volta aparecer no conjunto 11, próximo ao fim do trailer. Neste caso, existiu uma opção do montador do trailer em desconstruir a narrativa proposta e acrescentar elementos de outro gênero (ficção científica) na narrativa que até então era romântica, se aproximando do tom oficial do filme. Em Nerve, a preferência foi por seguir a narrativa do filme, com arcos bem definidos. Já em Capitão América: Guerra Civil, é nítida a preocupação em jogar pistas falsas entre vários trechos aleatórios não lineares do filme combinados com a trilha. Uma estética que se aproxima da “videoclipenesca” defendida por Debruge (2000). Esse *spoiler* tem peso neutro na narrativa, pois é necessário para diferenciar um trailer de um videoclipe, contextualizar as cenas em uma história fundamentada.

### 3.3.4.2 *Spoiler* Insinuante

Essa categoria dominou os conjuntos dos trailers com 39 aparições nos trailers. Esse tipo de *spoiler* é o que mais provoca reações na audiência, uma vez que faz com que ela desperte seu senso investigativo, curioso. É um dos principais motivos pelo qual o receptor do trailer crie vontade de ir ao cinema ou encontrar o filme na plataforma que estiver sendo disponibilizado. No trailer de *Nerve*, as principais insinuações foram a respeito das reações às ações dos protagonistas, como a sobrevivência dos dois em meio aos desafios e às complicações impostas pelo jogo. Em *Passageiros*, as dúvidas foram motivadas pela insuficiência de informações dispostas pelos protagonistas. Difícil ver o trailer e não elaborar teses sobre os reais objetivos daquele cenário, bem como o destino do casal naquele ambiente adverso. Situação parecida em *Capitão América*, visto que a tensão entre os heróis se agrava e o trailer sugere diversos confrontos em lugares diferentes não justificando as motivações para tais. O principal deles é a Guerra Civil no fim do trailer em que cabe ao espectador apenas imaginar como será a batalha e qual o lado terá vantagens. Podemos concordar com Costa (2014) que esses acontecimentos podem ou não se concretizar no filme, já que estão fora do seu contexto original. Este *spoiler* tem peso médio na narrativa. Já que pode ser considerado um “meio *spoiler*”, nunca dando a certeza ou provas de sua resolução.

### 3.3.4.3 *Spoiler* Bumerangue

Esse tipo de *spoiler* se manifestou de maneira mais discreta com 8 aparições, destaque para o trailer de *Capitão América*, já que era uma sequência e precisava deste tipo de informação. A função desse *spoiler* é poder proporcionar uma leitura 360° da conjuntura do filme, permitindo informações adicionais da história como em *Nerve*, ou personalidade dos personagens como no trailer de *Passageiros*. Essas informações podem aparecer em forma de *flashback* como foi o caso de *Capitão América*, ou referências visuais e diálogos como nos outros dois trailers. O peso desse *spoiler* é neutro, pois não propõe informações exclusivas ou inéditas para o público.

#### 3.3.4.4 *Spoiler* Revelador

A categoria de *spoiler* mais controversa esteve presente com 38 aparições. Algumas foram informações neutras como cenas de explosões e conflitos entre personagens. (Capitão América) Moderadas como beijos e situações de perigo (Nerve). E críticas como aparições inesperadas de personagens (Capitão América/Nerve), e personagens atingidos por armas ou em posse delas. (Capitão América/Nerve). Este *spoiler* tem peso crítico pois dependendo do conteúdo da revelação, o público poderá interpretar o filme a partir daquele *spoiler*.

#### 3.3.4.5 *Spoiler* Revertério

Com 11 aparições, este *spoiler* preparou terreno para que o público se acostumassem com a ideia de uma guinada durante a exibição do filme vindouro. Para que funcione, o *Spoiler* Revertério precisa estar posicionado a partir do primeiro ato da narrativa, como é percebido no trailer de Passageiros, em que induz cenas típicas de outros gêneros para ludibriar o espectador. E pode ser mais impactante se estiver em sua reta final como em Nerve, onde a virada nos acontecimentos causa uma angústia e preocupação no espectador a respeito dos caminhos da trama, por isso o peso deste *spoiler* é crítico, já que esta informação pode desconstruir tudo o que já havia sido entendido sobre o filme na percepção do espectador.

#### 4 EXPORTANDO (CONSIDERAÇÕES FINAIS)

Resgatando conceitos estabelecidos por diversos pesquisadores, este trabalho falou a respeito do trailer e de seus elementos persuasivos. Com destaque para o *spoiler*, fruto do universo *online* e consequência da liquidez de informações da contemporaneidade. Passamos pela análise de três obras audiovisuais publicitárias de três filmes *hollywoodianos* do ano de 2016. Na análise dos três trailers propostos aqui, houve uma constatação de que, a partir da determinação de cinco categorias de *spoilers*, pode-se encontrar uma gama muito maior deles do que se tinha imaginado. Entretanto, foram identificados que os *spoilers* possuem pesos e valores diferentes, consoantes com as necessidades dramáticas de suas aplicações. Foram 106 *spoilers* presentes em 3 trailers e divididos em 5 categorias, numa média de 35 *spoilers* para cada trailer. Dentro das categorias de análise de *spoilers*, entende-se que a presença dos ***spoilers* premissa** é necessária para que haja um entendimento da trama do filme. Os ***spoilers* insinuantes** percorrem o trailer na maior parte do tempo, dando ao espectador a curiosidade pretendida para que ele decida entre ver ou não o filme. Os ***spoilers* bumerangue** podem ser entendidos como complementos da premissa. O grande número de ***spoilers* revelador** é crítico por entregar várias das resoluções da trama. Algumas delas desencadeiam as reviravoltas contidas nos ***spoilers* revertério** em que podem fazer com que o espectador mude de ideia ao se sentir enganado pela publicidade. Por outro lado, esse mesmo *spoiler* pode fazer com que a vontade de ver o filme completo aumente ainda mais. Conclui-se que o ***spoiler* revertério** e o ***spoiler* revelador** são os mais perigosos nos trailers, por despertarem emoções e reações imprevisíveis. Enquanto o **Insinuante, Premissa e Bumerangue** são brandos em suas provocações e intenções.

O uso de *spoilers* em publicidades como os trailers pode ser encarado como uma reação da indústria em antecipar o que o público anseia ver no produto final, garantindo que ele irá receber a experiência que o trailer está propondo. Nem sempre essa garantia funciona, uma vez que, conforme visto por Kernan (2004), o trailer tira proveito de artifícios audiovisuais na montagem para intensificar as sensações como as percebidas durante a Análise Poética. Alguns *spoilers* se fazem presentes nos trailers apenas para causar uma reação imediata, tornando-se um argumento persuasivo a mais. Embora em longo prazo sua lembrança poderá ser vaga e incompleta, apenas na exibição do filme completo é que esses *spoilers* poderão voltar à memória como na forma de *déjà vu*.

O filme tem autonomia já que é o contexto original, já o trailer sem o conteúdo fílmico não se sustentaria, a não ser que fosse uma peça autônoma e desvinculada, algo que Iuva (2009) já acredita que ele seja. O mesmo ocorre com os *spoilers*: para que possam surtir algum efeito devem estar contextualizados com alguma narrativa, caso contrário são apenas informações jogadas para o receptor que não construirá nenhuma relação ou juízo, pois desconhece seu contexto. Um elemento fundamental para o sucesso desta combinação entre *spoilers* e trailers é o Gancho. Alguns trailers usam apenas metade do *spoiler* como foi o caso dos três trailers que foram analisados nesta pesquisa. Cada um deles termina em momentos decisivos, todavia inconclusos, garantindo a curiosidade e deixando um grande Gancho para o que virá em seguida, conforme apontado por Hess (2014). Pode-se afirmar também que o “elemento cognitivo” dentro do trailer, estabelecido por Quintana (2003), pode ser desencadeado pelos *spoilers* da forma que estimulem o raciocínio, a interpretação e a imaginação sobre a mensagem recebida.

Os três exemplares de trailers de filmes de 2016 analisados preveem uma tendência de trailers com provas mais fiéis da narrativa do filme, apelos emocionais constantes, possíveis guinadas na estrutura da narrativa, planos menos picotados que dão ao espectador mais tempo de absorção das informações, além da continuidade dos *letterings* com frases de impacto, trilhas sonoras imponentes, e cenas com ritmos variados, apontando também a presença de uma cena extra após o título do filme, geralmente com algum alívio cômico ou revelação importante, tendência observada nos trailers da última década, constatando a observação de Costa (2014).

Dessa forma, vendo pela parte mercadológica e publicitária, as inserções de *spoilers* nos trailers não são nocivas à experiência do filme porquanto são elementos impulsionadores de emoções e reações, para o bem e para o mal, importantíssimos para se criar um vínculo entre o público e o filme, e efetuar-se sua ação de compra. Em uma ótica positiva, percebe-se que o *spoiler* tem muito a acrescentar ao trailer. Embora não seja obrigatória sua presença, o trailer pode ganhar muito potencial narrativo persuasivo e dramático com a contribuição do *spoiler*. Ainda fica clara a proposta de que a publicidade também pode ser encarada como um entretenimento, já que por vezes tem uma história para contar, tendo sempre algo a dizer.

Este trabalho pôde discutir e ampliar o conceito de *spoiler*. Percebe-se que o *spoiler* é um instrumento de linguagem, mas que tem caráter informativo e, no caso dos trailers, persuasivo, visto que ele consegue um juízo de valor preponderante ao interesse pelo filme,

mas que ao ser manuseado sem parcimônia pode ter efeitos contrários. O *spoiler* tem no radical da palavra cunho depreciativo, ao se supor que ele estraga uma possível surpresa ou descoberta. Por outro lado, pela perspectiva publicitária, nota-se que o *spoiler* abdicando da surpresa, pode reverter em curiosidade e expectativa, gerando *buzz* para o filme. Ou seja, perde-se de um lado, mas ganha-se do outro.

Outra questão levantada com a pesquisa é se todo trailer é na verdade seria um *spoiler*, ou necessariamente tem *spoiler* em sua composição. Se considerarmos um *spoiler* como uma prévia de algo que está por vir, seria correto pensar dessa forma. Contudo, sabemos que no trailer, as informações são manipuladas para causar efeitos distintos e com os *spoilers* não é diferente, sendo assim, alguns trailers divulgam pistas falsas de *spoilers* para confundir o espectador. O *spoiler* não é da natureza do trailer, que deveria ser uma peça publicitária com o fim de divulgar um filme, da mesma forma que uma embalagem divulga um produto. Nas embalagens costuma-se mostrar o produto em imagem meramente ilustrativa, também ocorrente nos trailers e nos pôsteres com os filmes. O que a embalagem não pode oferecer é a experiência com o produto. O trailer sendo uma degustação induzida do produto, mesmo que fiel, não chega a ser uma experiência plena do filme.

A recepção do *spoiler* pode ocasionar impactos diferentes, dependendo do contexto. Se for inserido em um fragmento narrativo como um trailer, a sensação de estar recebendo um *spoiler* é diferente do que você esbarrar com um pela internet, fórum ou conversa. O espectador não se sente lesado vendo a um trailer com *spoilers*, mas se sentirá caso o mesmo *spoiler* encontrado no trailer estiver em uma notícia, ou comentário de alguém, pois ele será surpreendido. Já no trailer, este tipo de informação já é encarada como esperada.

Como um profissional da área publicitária, percebi nessa pesquisa uma oportunidade de unir a publicidade e propaganda, o cinema e a mensagem que liga essas três áreas no universo da comunicação. Deixo em aberto o entendimento de *spoiler* e trailer, acreditando que dependendo da maneira que se interpretam esses dois elementos, obtém-se considerações diferentes e neste caso não existe certo ou errado. Chego ao fim com a consciência de que os objetivos foram alcançados e esperançoso de que esse exercício inspire e provoque novas descobertas sobre os temas aqui abordados.

## 5 REFERÊNCIAS

### 5.1 Referências Bibliográficas

ACLAND, Charles R. *From international blockbusters to national hits: Analysis of the 2010 UIS survey on feature film statistics*. UNESCO, 2012.

AUGROS, Joël. *El dinero de Hollywood: financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Grupo Planeta (GBS), 2000.

BAMBA, Mohamed. *Proposta para uma abordagem crítica do trailer*. Estudos Socine de Cinema: ano VI. São Paulo: Nojosa Edições, p. 317-324, 2005.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Portugal: Edições 70, 1977.

BISKIND, Peter. *Como a geração sexo drogas e rock'n'roll salvou Hollywood*. Editora Intrínseca, 2009, p. 579.

BORDWELL, David. *The way Hollywood tells it: Story and style in modern movies*. Univ of California. Press, 2006.

BOYD GRABER, Jordan; GLASGOW, Kimberly; ZAJAC, Jackie Sauter. *Spoiler alert: Machine learning approaches to detect social media posts with revelatory information*. Proceedings of the American Society for Information Science and Technology, v. 50, n. 1, p. 1-9, 2013. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/meet.14505001073/full> Acesso em: 22 set. 2016.

BRAUN, Marta. *Eadweard Muybridge*. Reaktion Books Ltd, 2010.

BRIDI, Paula Maria Pessin. *Blockbusters X Indies: Uma Análise dos Trailers de Grandes Produções e de Filmes Independentes*. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Faculdade de Comunicação Social. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/paulabridi/blockbusters-x-indies> Acesso em: 13 out. 2016.

BUTCHER, Pedro. *A reinvenção de Hollywood: cinema americano e produção de subjetividade nas sociedades de controle*. Revista Contemporânea, n. 3, 2004. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/download/22965/16364#page=15> Acesso em: 25 set. 2016.

CARVALHO, Palloma Almeida Lima de; AFFINI, Letícia Passos. *Trailer: Análise da linguagem audiovisual na produção de peças publicitárias cinematográficas*. Xxxi Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação. Natal. 2008. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0790-1.pdf>> Acesso em: 13 de out. 2016.

CAMPBELL, Joseph. *The Hero with a Thousand Faces*. [O Herói de Mil Faces. Editora Pensamento, São Paulo.]. 1973.

COSTA, Flávia Cesarino. *O primeiro cinema: espetáculo, narração, domesticação*. Azougue. Rio de Janeiro, 2005.

COSTA, Ian. *A sinopse visual: o fenômeno do crossmedia dos trailers literários*. In: Anais do ECOM. Campina Grande, maio de 2012. Disponível em: <http://www.rua.ufscar.br/a-sinopse-visual-o-fenomeno-crossmedia-dos-trailers-literarios/> Acesso em: 7 nov. 2016.

COSTA, Ian. *O anjo da anunciação: a definição do gênero trailer e sua reconfiguração comunicacional*. 116 f. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Paraíba/CCTA, João Pessoa, 2015. Disponível em: <http://bdtd.biblioteca.ufpb.br/handle/tede/7900> Acesso em: 8 nov. 2016.

COSTA, Ian. *O Trailer remix como ferramenta funcional da cibercultura*. Temática, v. 9, n. 2, 2014. Disponível em: < <http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/21952>> Acesso em 24 abr. 2016.

DEBRUGE, Peter. *A brief history of Trailers*. [S.l.], 2000. Disponível em: <http://www.movietrailertrash.com/views/history.html> Acesso em: 22 set. 2016.

DURIE, John; PHAM, Annika; WATSON, Neil. *Marketing and Selling Your Film Around the World: A Guide for Independent Filmmakers*. Silman-James Press, 2000.

FERREIRA, Alexandre Maccari. *O Blockbuster e a História: Reflexões Sobre Sociedade, Ética e o Cavaleiro Das Trevas*. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH.2011. Disponível em: [http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1308193015\\_ARQUIVO\\_OBLOCKBUSTEREAHISTORIA.pdf](http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1308193015_ARQUIVO_OBLOCKBUSTEREAHISTORIA.pdf) Acesso em: 21 set. 2016.

GAUDREAU, A. *Du littéraire au filmique: système du récit*. Paris, 1988. Disponível em: <http://philpapers.org/rec/GAUDLA/> Acesso em: 18 set. 2016.

GRAY, Jonathan; MITTELL, Jason. *Speculation on spoilers: Lost fandom, narrative consumption and rethinking textuality*. Participations, v. 4, n. 1, p. 1-35, 2007. Disponível em: [http://www.participations.org/Volume%204/Issue%201/Articles%20in%20Word/Gray\\_Mittel\\_I\\_Checked.doc](http://www.participations.org/Volume%204/Issue%201/Articles%20in%20Word/Gray_Mittel_I_Checked.doc) Acesso em: 15 set. 2016.

GUNNING, Tom. *The Cinema of Attractions: early film, its spectator and the avantgarde*. In: STRAUVEN, Wanda (Org.). *The Cinema of Attractions Reloaded*. Amsterdã: University Press Amsterdã, 2006.

GÜRSIMSEK, Ödül; DROTNER, Kirsten. *Lost spoiler practices: Online interaction as social participation*. Participations. Journal of audience and reception studies, v. 11, n. 2, p. 24-44, 2014. Disponível em: <http://www.participations.org/Volume%2011/Issue%202/3.pdf> Acesso em: 14 set. 2016.

GUTMANN, Juliana Freire; CERQUEIRA, Ítalo. *Novos e velhos modos de ver TV: O que disputam os internautas sobre o consumo de série televisiva*. Verso e Reverso, v. 30, n. 74, p. 110-120, 2016. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2016.30.74.03> Acesso em: 16 set. 2016.

IUVA, Patricia de Oliveira. *A convergência da publicidade e do cinema na estratégia contratual do trailer cinematográfico*. In: VII Encontro dos G4ipos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação — Semiótica da Comunicação, evento componente do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, p. 3, Santos, 2007. Disponível em: [http://www.academia.edu/download/29887857/patricia\\_iuva\\_intercom\\_2007.pdf](http://www.academia.edu/download/29887857/patricia_iuva_intercom_2007.pdf) Acesso em :20 set. 2016

IUVA, Patricia de Oliveira. *A Reinvenção Do Trailer Como Experiência Audiovisual Autônoma*. Universidade Do Vale Do Rio Dos Sinos, 2009. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2645> Acesso em: 19 set. 2016.

IUVA, Patricia de Oliveira. *Entre a Publicidade e o Cinema: Os Recursos Persuasivos Do Trailer Cinematográfico*. [Trabalho de Conclusão de Curso] Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria; 2007. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/patiuva/entre-a-publicidade-e-o-cinema-os-recursos-persuasivos-do-trailer-cinematografico> Acesso em: 18 set. 2016.

JOHNSTON, Keith M. *The Coolest Way to Watch Movie Trailers in the World: Trailers in the Digital Age*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, v. 14, n. 2, p. 145-160, 2008. Disponível em: <http://con.sagepub.com/content/14/2/145.short> Acesso em: 17 set. 2016.

KERNAN, Lisa. *Coming Attractions — Reading American Movie Trailers*. Austin. Texas: University of Texas Press, 2004.

LANGIE, Cíntia. *O trailer e o processo de sedução no cinema*, Revista FAMECOS, nº 14, Porto Alegre, p. 15-23, dezembro, 2005.

MASCARELLO, Fernando (Org.) *História do Cinema Mundial*. São Paulo: Papyrus Editora, 2010. p. 349.

MCKEE, Robert. *Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiros*. Curitiba: Arte & Letra, 2006. p.37.

MEIMARIDIS, Melina; DOS SANTOS JUNIOR, Marcelo Alves; OLIVEIRA, Thaianie Moreira. *Da frustração ao entusiasmo: uma análise da relação entre fãs e spoilers no Twitter*. *Culturas Midiáticas*, v. 8, n. 2, 2015. Disponível em: <http://www.biblionline.ufpb.br/ojs/index.php/cm/article/view/27195> Acesso em: 21 set. 2016.

MORAIS, Marcos Aurélio Nunes De. *Imagens de um Filme Inexistente: o trailer como obra autoral*. Universidade Federal de Minas Gerais Escola de Belas Artes. Belo Horizonte. 2013. Disponível em: <http://www.academia.edu/3688723/2013-01-28-TCC-Trailer> Acesso em: 4/11/2016.

MOREIRA, Daniel MENDES; GOLDSCHMITD, Ilka; TORRESCASANA, Mariângela. *Para um olhar além do Blockbuster: Um Estudo de Recepção dos Filmes da Mostra de Cinema Infantil*. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. 2014. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0604-1.pdf> Acesso em: 20 set. 2016.

PENAFRIA, Manuela. *Análise de Filmes-conceitos e metodologia* (s). In: VI Congresso SOPCOM. 2009. p. 6-7. Disponível em: <http://bit.ly/2daXkNO> Acesso em: 10 set. 2016.

PENAFRIA, Manuela; MARTINS, Índia Mara. *Estéticas do Digital: cinema e tecnologia*. 2007. P. 7, 26. Disponível em: <https://ubithesis.ubi.pt/handle/10400.6/514> Acesso em: 9 set. 2016.

PERKS, Lisa G.; MCEL RATH-HART, Noelle. *Spoiler definitions and behaviors in the post-network era*. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. 2016. Disponível em: <http://con.sagepub.com/content/early/2016/07/20/1354856516659403.abstract> Acesso em: 8 set. 2016.

QUINTANA, Haenz Gutiérrez. *O trailer no sistema de marketing de cinema: à procura do quinto elemento*. In: Anais do XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação. 2003. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/123951488681778184710290026417388164676.pdf> Acesso em: 7 set. 2016.

RODRÍGUEZ, José Gabriel Ferreras; PÉREZ, Manuel Hernández. *Pensar el Cine Blockbuster: El Rol de la Educación y el Conocimiento en Indiana Jones y el Reino de la Calavera de Cristal*. Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales, n. 9, p. 175-188, 2011. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3817012&orden=328963&info=link> Acesso em: 10 set. 2016.

ROSA, Mariana Kern Da. *Trailer: anunciando o espetáculo*. Centro Universitário De Brasília – Uniceub. Faculdade De Tecnologia E Ciências Sociais Aplicadas – FATECS. Brasília, 2009. Disponível em: <http://repositorio.uniceub.br/handle/123456789/2077> Acesso em: 24 set. 2016.

RUIZ, Jon Dornaletche. *El trailer cinematográfico: história de un género publicitário en EE. UU*. Pensar la Publicidad. Universidad Complutense de Madrid, 2009, vol III, n.1, 163-180. Disponível em: <http://search.proquest.com/openview/c35835e86556aae83b0936e3dab25185/1?pq-origsite=gscholar> Acesso em: 9 nov. 2016.

RUIZ, Jon Dornaletche. *Definição e natureza dos trailers de filmes*. Pense publicidade, v. 1, n. 2, 2007. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2577223> Acesso em: 8 nov. 2016.

RUSSO, Anthony. *Trailers, spoilers e a dificuldade de surpreender em hollywood*: [7 de dez. 2015]. Site Judão. Entrevista concedida a Renan Martins Frade. Disponível em: <http://judao.com.br/trailers-spoilers-e-dificuldade-de-surpreender-em-hollywood/> Acesso em: 20 de set. 2016.

RUY, Karine dos Santos. *Para onde vão nossos filmes: um estudo sobre a circulação do blockbuster nacional no mercado de salas*. 2011. Disponível em: <http://meriva.pucrs.br:8080/dspace/handle/10923/2243> Acesso em: 25 set. 2016.

SANTOS, Claudia Melissa Neves dos. *Trailer: cinema e publicidade no mesmo rolo*. 2004. p. 131. Dissertação (mestrado). Niterói: 2004. Disponível em: [http://www.bdtd.ndc.uff.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=1133](http://www.bdtd.ndc.uff.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1133) Acesso em: 12 set. 2016.

SANTOS, Márcio Carneiro dos. *O trailer do filme e a retórica da atração*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Área de Concentração em Comunicação Contemporânea) — Curso de Mestrado em Comunicação — Universidade Anhenibi Morumbi, 2009.

TSANG, Alex SL; YAN, Dengfeng. *Reducing the spoiler effect in experiential consumption*. NA-Advances in Consumer Research Volume 36, 2009. Disponível em: <http://www.acrwebsite.org/volumes/14341/volumes/v36/NA-36> Acesso em: 2 set. 2016.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. *Ensaio sobre a análise fílmica*. Tradução de Marina Appenzeller, v. 5, Paris, 1994.

WANDERLEY, Mirelly Medeiros; COSTA, Ian. Prince of Persia-Sands of Time: A análise de uma narrativa expressa em trailers para game e filme. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. 2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-2239-1.pdf> Acesso em: 31 out. 2016.

ZAGALO, Nelson. *Spoilers*. Eurogamer. PT, 2012. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/27257> Acesso em: 5 set. 2016.

## 5.2 Referências Filmográficas

BRAMARVEL. Capitão América: Guerra Civil – Trailer Legendado. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FRLYZn5PGuA&t=3s>. Acesso em: 2 nov. 2016.

HESS, John, P. *The History of the Movie Trailer*. FilmmakerIQ.com. 2016. Disponível em: <https://vimeo.com/89871912> . Acesso em: 14 out. 2016.

HILL, Mike. *The Forgotten Art of Blockbuster Cinema*. 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rhG3PJPx4Sk>>. Acesso em: 15 set. 2016.

PARIS FILMES. Nerve – Um Jogo Sem Regras | Trailer Oficial. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PWQQDmJ6zCU>. Acesso em: 5 nov. 2016.

SONY PICTURES BRASIL. Passageiros O Filme | Trailer legendado. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j30Rwlm75KM>. Acesso em: 10 nov. 2016.