

## **Anterioridade afetiva: principal elemento do consumo de experiência na CCXP<sup>1</sup>**

Leonardo Soares da SILVA<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O estudo é desenvolvido com o propósito de aprofundar o construto denominado anterioridade afetiva, identificado na tese de doutorado “Comic Con Experience: uma perspectiva etnográfica” como a união do conhecimento das narrativas de filmes, séries, livros, quadrinhos e games e o afeto por seus elementos. A análise do construto revelou duas questões a partir da etnografia desenvolvida na tese. Primeiramente, identificou-se que esta anterioridade transcende o evento, pois se forma antes de suas edições, a partir das ritualidades em que seus participantes se envolvem. Em segundo lugar, é responsável por inserir os participantes em uma espécie de acordo tácito com relação à suspensão voluntária da descrença, fazendo-os mergulhar em uma atmosfera construída a partir de um imaginário coletivo, onde consumiam a fruição promovida pelo evento.

### **Palavras-chave:**

Anterioridade afetiva; comum; consumo de experiência.

### **INTRODUÇÃO**

Desde o fim de minha graduação em administração de empresas, em 2008, a temática “experiência” sempre me pareceu fascinante pelas possibilidades que levantava dentro das abordagens sobre consumo. Apesar do interesse, nunca pude seguir com uma pesquisa, pois a falta de um objeto deixava em aberto indagações como “o que são as experiências de consumo?”; “Todo consumo é capaz de gerar uma experiência?”; “Essa experiência será sempre memorável?”.

O tempo passou e estes questionamentos permaneceram adormecidos, até que em 2017 participei da Comic Con Experience (CCXP), um evento de cultura pop que ocorre anualmente durante a primeira semana do mês de dezembro, no Centro de Convenções São Paulo Expo, em São Paulo. Criada em 2014 pelo site Omelete, juntamente com a Chiaroscuro Studios e a Piziitoys, reúne, ao longo de quatro dias, varejistas que comercializam produtos exclusivos da cultura pop; plataformas de streaming, estúdios de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Tecnicidades e Culturas Urbanas, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação pela ECO-UFRJ, e-mail lss\_ufrj@yahoo.com.br.

---

cinema e de televisão, que montam estandes onde divulgam suas produções com atividades para os fãs e realizam painéis com artistas e diretores, em que exibem trailers

---

inéditos e pré-estreias de filmes, séries e animações, em seu maior auditório; ela também reúne quadrinistas profissionais e iniciantes, que se concentram em um espaço conhecido como Artist's Alley, onde vendem suas artes autografadas e tiram fotos com fãs. O evento possui ainda uma área voltada para games, uma dedicada aos criadores de conteúdo para a internet e um espaço para cosplayers.

Eu, como um apaixonado pela cultura pop, fiquei encantado com tudo o que vi. O evento produzia sensações e emoções que me marcaram e que pareciam ser partilhadas com demais participantes. Percebi que eu estava passando por diversas experiências, não apenas relacionadas ao consumo, mas principalmente ao conhecimento das narrativas de cinema, televisão, plataformas de streamings, livros, quadrinhos e games. A partir daquele momento, o meu interesse pela temática ressurgiu. Contudo, além da Administração, seria necessário consultar outros campos de saber.

Foi na Comunicação que encontrei uma direção. Através do artigo “‘Consumo de experiência’ e ‘experiência de consumo’: uma dimensão conceitual” (2015) compreendi que o que tanto me inquietava não era a “experiência de consumo”, mas sim entender o consumo de experiência. A partir desta compreensão, desenvolvi o estudo “A Comic Con Experience: uma perspectiva etnográfica”, tese de doutorado em que realizei uma etnografia de quatro edições do evento seguindo a perspectiva dialógica de Clifford (2002).

Ao entender como as experiências promovidas pela CCXP eram consumidas por mim e pelos demais participantes, identifiquei que este consumo ocorria devido a um construto denominado anterioridade afetiva. Interessado em aprofundá-lo, desenvolvi este estudo com um olhar mais detalhado sobre como ele se formava, se manifestava no evento e atuava sobre os participantes.

## **A ETNOGRAFIA DA COMIC CON EXPERIENCE**

A pesquisa ocorreu a partir da etnografia de quatro edições da CCXP. Como o objetivo da tese era compreender o consumo das experiências vivenciadas por mim e pelos participantes, pautou-se na perspectiva dialógica apresentada por Clifford (2002).

Esta perspectiva aborda os diálogos e interações no campo, a partir de um processo que negocia as visões da realidade analisada, possibilitando que os paradigmas discursivos sejam pautados em uma relação comunicativa verbalizada entre todos no campo (Clifford, 2002). Acrescenta-se que para não ferir o rigor científico devido à familiaridade que tenho com o objeto por ser fã das narrativas a que se refere, segui as orientações de Caiafa (2007). De acordo com a antropóloga, o estranhamento não é dado, mas sim alcançado pelo trabalho de campo, que, na sua abordagem, é pautado no regime de simpatia. A simpatia consiste em ligações formadas por afetos capazes de gerar aproximações, evitando tanto identificações como o julgamento. Focado no “simultâneo” e não no “igual”, é marcado por uma produção coletiva, desenvolvida a partir de uma atitude constituída por uma inquietação intelectual e afetiva (Caiafa, 2007). Considera um “ter a ver com o outro”, pelo qual eu compartilhei com os demais participantes as paixões pela cultura pop, ao mesmo tempo em que me deixei afetar pelo campo.

Este regime só foi aplicado porque havia no evento uma série de agenciamentos. Tudo estava conectado e interagia a partir de conexões entre enunciados, ações e paixões relacionados com o conjunto de significados da CCXP. Da mesma forma que nos dialogismo de Bakhtin (1997), em que há sentidos que não se originam no momento da enunciação, mas sim fazem parte de um continuum, nos agenciamentos observados não havia um sujeito inicial. Identifiquei apenas conexões entre as ações e paixões ao longo da pesquisa. Como partilhávamos as experiências e os afetos delas decorrentes, a observação participante foi “colorida” pelo que os demais falavam e descreviam nas entrevistas, abertas e em profundidade. Busquei um deixar falar, de modo a fazer com que cada participante contribuísse com meu texto. Literalmente as transcrevi com o objetivo de fazer com que os sujeitos dos enunciados fossem também sujeitos da enunciação, de modo a transmitir para o texto a multiplicidade dos agenciamentos do campo e, assim, aplicar a perspectiva dialógica. O estudo se baseia na tese, utilizando muito do que foi identificado na observação participante e em 7 das 28 entrevistas que realizei.

## **A ANTERIORIDADE AFETIVA**

---

Baseada em Pereira, Siciliano e Rocha (2015), a etnografia revelou que o consumo de experiência ocorria na CCXP da seguinte forma: o evento é realizado em um espaço intencionalmente preparado para que os participantes vivenciem sensações, emoções e impressões dentro de um tempo delimitado. Estas são produzidas por atrações e atividades baseadas no conhecimento prévio de narrativas de filmes, séries, livros, quadrinhos e games, e pelo afeto nutrido por seus elementos. A partir deste conhecimento e deste afeto, eu e os demais participantes nos envolvíamos, voluntariamente, em uma espécie de acordo tácito com relação à suspensão da descrença, pela qual abstraíamos as fronteiras entre o mundo real e o ficcional e mergulhávamos em uma atmosfera construída a partir de um imaginário coletivo (COLERIDGE, 2024). Imersos, podíamos nos deleitar com os aspectos lúdicos, mágicos e imaginados apresentados naquele espaço como “simulacro”.

Era deste modo que consumíamos as experiências produzidas pelo evento.

Esta conjunção entre o conhecimento prévio das narrativas da cultura pop e o afeto nutridos pelos participantes por seus elementos antes do evento foi chamada de anterioridade afetiva e, segundo a etnografia, atuava como gatilho para o consumo de experiência da CCXP. A partir deste achado, senti a necessidade de explicar mais detalhadamente este construto, respondendo a duas perguntas: a) como eram formados estes conhecimentos e afetos prévios? e b) como a anterioridade afetiva era compartilhada pelos participantes da comic con?

A anterioridade afetiva manifestava-se a partir da identificação de referências a livros, quadrinhos, filmes, séries e games. A etnografia demonstrou que o conhecimento destas referências, bem como o afeto por seus elementos eram formados a partir de ritualidades anteriores ao evento. As ritualidades são definidas por Martín-Barbero (2003) como mediações resultantes de diferentes usos sociais dos meios e de suas múltiplas trajetórias de leituras. Assim, a partir da maneira e da frequência com que líamos livros e quadrinhos, que assistíamos a filmes e a séries e que jogávamos os games, constituíamos a anterioridade afetiva.

Quando os participantes e eu reconhecíamos referências ao longo das atividades e atrações promovidas pela CCXP, manifestávamos emoções e sensações em um estado de euforia coletiva. A etnografia demonstrou que isto ocorria porque compartilhávamos os conhecimentos e afetos. Eles nos eram comuns. De acordo com Sodré (2014), o comum é instaurado por um território simbólico que vincula comportamentos e afetos e estabelece

uma relação recíproca entre os indivíduos. Na CCXP, este território era formado pelas narrativas da cultura pop e seus elementos faziam parte do imaginário dos participantes. De acordo com Serbena (2003), o imaginário envolve personagens, suas histórias de vida, lugares, afetos, desafetos, crises, desafios, vitórias, derrotas, tudo que integra um conjunto de imagens, símbolos, sonhos, aspirações, mitos e fantasias de forte conotação afetiva. Vale observar, entretanto, que, no evento, diante do comum instaurado, este imaginário era coletivo. De acordo com Maffesoli (2001), o imaginário coletivo consiste em uma fonte comum de emoções, de lembranças e de afetos que age como “cimento social”. Assim, na CCXP, ele era responsável por concatenar todos os elementos das narrativas em uma narrativa única, a partir da qual criava-se uma atmosfera em que nós imergíamos coletivamente a partir da suspensão voluntária da descrença.

A etnografia mostrou que a anterioridade afetiva é um elemento essencial para o consumo de experiência da CCXP. Ele transcende o evento, pois se constitui antes mesmo das edições. Sem o conhecimento e os afetos gerados pelas ritualidades, a fruição produzida durante as atividades e atrações do evento não teriam o mesmo efeito. Ao mesmo tempo, ao longo da CCXP, ele atua como gatilho para o consumo das experiências, pois quanto maior fosse, mais elementos oriundos das narrativas eram reconhecidos, mais afeto era gerado durante a comic con, maior era o nosso envolvimento nas atividades e atrações, mais imersos estávamos no evento e maior ficava intensidade da fruição consumida por nós.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A etnografia revelou que o consumo de experiência ocorria na CCXP devido à anterioridade afetiva. Atuando como um gatilho emocional, ela era responsável por fazer com que os participantes abstraíssem as fronteiras entre o mundo real e o ficcional através da suspensão voluntária da descrença e mergulhassem em uma atmosfera marcada por aspectos lúdicos e mágicos, consumindo toda a fruição promovida pela experiência.

Como definido ao longo do estudo, a anterioridade afetiva era formada pelo conhecimento de elementos oriundos das narrativas de filmes, séries, quadrinhos e games e pelo afeto que os participantes nutriam por eles desde antes do evento. Como se formava

---

antes da CCXP, através das ritualidades, ela transcendia o evento construindo um repertório de imagens que, dotadas de sentidos, eram compartilhadas, formando um imaginário coletivo. Como um vetor de comunhão, este imaginário concatenava sentidos durante o evento, vinculando comportamentos e afetos a um comum entre nós, participantes da comic con e a própria CCXP. Este fato valida a aplicação do regime de simpatia na etnografia desenvolvida no estudo, pois revela toda a simultaneidade presente nas minhas reações e nas dos demais participantes que observei durante a minha participação no evento e nas entrevistas realizadas.

## REFERÊNCIAS

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

CAIAFA, Janice. **Aventura das cidades: ensaios e etnografias**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 2002.

COLERIDGE, Samuel T. **Biographia Literaria**. EBook #6081, Project Gutenberg, Release date Julho de 2004, Última atualização Janeiro de 2013. Disponível em <http://www.gutenberg.org/ebooks/6081>. Acesso em 21.04.2023

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

\_\_\_\_\_. **O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2003.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos** (UFRGS. Impresso), v. 20, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/n8ypMvZZ3rJyG3j9QpMyJ9m/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 23.abr.2021.

PEREIRA, Cláudia; SICILIANO, Tatiana; ROCHA, Everardo. “Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: Uma discussão conceitual. **LOGOS**. v.22, n. 02, 2015.

SERBENA, Carlos A. Imaginário, ideologia e representação social, **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas – UFSC**, V.4, N.52, 2003. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/view/1944/4434>. Acesso em 19.mar.2022.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas sobre o método comunicacional**. 1ª Edição. Petrópolis, RJ: Vozes; 2014.