

A COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA EM *THE BOYS*:

A atuação dos veículos de mídia na construção do *Homelander* como um herói-celebridade¹

João Benedito do Nascimento GONÇALVES²

Denise Figueiredo Barros do PRADO³

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG

RESUMO EXPANDIDO

Este trabalho analisa a série *The Boys* sob uma perspectiva comunicacional e midiática, com foco em entender como a atuação da comunicação e da cobertura midiática das ações do *Homelander* contribuem para a formação da sua imagem de herói perante a sociedade representada na série. O objetivo é compreender como a cobertura de seus atos, a presença do personagem nos diferentes meios e a exploração midiática são utilizadas como ferramentas para construir narrativas que o consolidam como um herói-celebridade. A análise será construída a partir de momentos da série escolhidos por meio do conceito de eventos narrativos (ROCHA, 2016).

Palavras-chave: *The Boys*; *Homelander*; séries; comunicação; sociedade midiaticizada

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a indústria do entretenimento tem sido palco de uma proliferação de séries de streaming que abordam temáticas sociais e políticas de forma ousada e provocativa. Uma dessas séries é *The Boys* (2019 -), que ganhou destaque por apresentar uma visão crítica e satírica do mundo dos super-heróis. A narrativa do show é construída em uma sociedade envolta pela mídia que atua na formação dessas personalidades, conferindo-lhes fama, visibilidade e reforçando seu poder.

The Boys é uma série audiovisual inspirada em uma coletânea de histórias em quadrinhos americana de mesmo nome criada por Garth Ennis e Darick Robertson. As

¹ Trabalho submetido ao Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação e suas interdisciplinaridades, evento integrante da programação do Intercom Sudeste 2024, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2024.

² Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), e-mail: jorjoabenedito@gmail.com.

³ Docente do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Ouro Preto. Líder do GIRO – Grupo de Pesquisa em Mídia e Interações Sociais (UFOP/CNPq), e-mail: denise.prado@ufop.edu.br.

revistas alcançaram 72 edições, publicadas entre 2006 e 2012. A série audiovisual é produzida e distribuída pelo serviço de streaming *Prime Video*, da *Amazon*, com criação e direção de Eric Kripke. A história de *The Boys* apresenta ao espectador super-heróis corrompidos, que se transformaram em celebridades e que não têm como meta serem os protetores da população, mas se estabelecerem como indivíduos alvos de adoração, que exercem poder sobre a sociedade.

O principal representante dos seres sobre-humanos e alvo desta análise, é o *Homelander* (Antony Starr), principal antagonista do show. Ele é apresentado ao público como um símbolo de poder dos Estados Unidos. Frente às câmeras, o *Homelander* é a representação clássica de patriota norte-americano: aparenta ser bondoso e disposto a tudo para proteger a nação. Por trás das câmeras, nas suas relações sociais, o herói é totalmente diferente, um ser que utiliza de ameaças e da violência extrema para atingir seus objetivos, que deseja ser adorado pelos seus fãs e com o poder que consegue exercer sobre a sociedade.

REFERENCIAL TEÓRICO

Para a análise de como a série *The Boys* representa como a atuação da comunicação e da cobertura midiática das ações do *Homelander* contribuem para a formação da sua imagem de herói perante a sociedade, o trabalho passa por dois eixos teóricos. Primeiro, discutir e entender a estrutura de produção e de narrativa das séries norte-americanas, que serve para contextualizar a produção, entender as estratégias e como a mídia é representada nestas séries. E, segundo, trabalhar com o conceito de “sociedade midiaticizada”, para compreender como a comunicação midiática em seus diferentes espaços — cinema, televisão, jornalismo, publicidade — constroem e exploram a imagem do *Homelander* como um herói-celebridade.

1- AS SÉRIES NORTE-AMERICANAS

Este trabalho discute como as produções seriadas passaram a ser mais complexas narrativamente, se consolidaram como um espaço que apresenta e debate características da sociedade contemporânea, funcionando como um local de encontro para a cultura, debates e demandas da sociedade na qual se insere.

No caso de *The Boys*, a narrativa traz debates sobre aspectos comuns dos Estados Unidos nos últimos anos, como polarização política, a utilização da religião para objetivos políticos, a mercantilização da imagem das pessoas, discurso de ódio e a apropriação de pautas sociais para ganhos mercadológicos. Além da evolução técnica, as adaptações de super-heróis também passaram por mudanças.

2 - SOCIEDADE MIDIATIZADA

A sociedade representada em *The Boys* é envolvida por um poder midiático que participa ativamente da construção dos heróis. Stig Hjarvard (2014) conceituou a midiaticização como o fenômeno no qual elementos essenciais de uma atividade social ou cultural, como política, religião e educação, são influenciados e dependem de lógicas midiáticas. O conceito de midiaticização permite a compreensão de como se dá a construção da imagem pública do *Homelander*, sendo a institucionalização da mídia e seus relacionamentos com as outras instituições sociais, uma forma particular de midiaticização, visto que a mídia pode exercer forte influência sobre outras instâncias, como empresas e governos (HJARVARD apud HEPP, 2014, p. 48-50)

Muniz Sodré (2006) traz uma observação sobre a sociedade contemporânea em que destaca a midiaticização como uma virtualização das relações humanas por meio das tecnologias de comunicação. A virtualização, além de impactar o jornalismo e torná-lo estratégico para o mercado financeiro, influencia a formação de percepções coletivas, de modo que a mídia desempenha papel estruturador ou reestruturador de percepções individuais e coletivas, transcendendo a influência normativa para atingir aspectos emocionais e sensoriais (SODRÉ, 2006). A estetização generalizada da vida social pela mídia, conforme argumentado por Sodré, molda identidades pessoais, comportamentos e juízos éticos.

Para entender a cobertura midiática em torno do *Homelander*, outro conceito relevante é o de celebridades. Para Braga (2006), os meios de comunicação estão associados ao processo de midiaticização da sociedade, onde a mídia pode influenciar os rumos dos processos sociais e também pode moldar a percepção do público sobre determinados temas ou pessoas. Desta forma, podemos dizer que as celebridades surgem relacionadas à influência da comunicação midiática. De acordo com França e

Simões (2014), a presença marcante da mídia na vida social influencia a construção de celebridades e também revela características da própria sociedade.

Já Dênis de Moraes (2015) pontua que a realidade contemporânea é mediada por grandes corporações de mídia, que participam da vida social. Sendo assim, o modo como a sociedade contemporânea se constitui, permite que sejam empreendidas narrativas que levem as celebridades a serem adoradas pelo público, havendo nessas figuras a necessidade de buscar, além do sucesso pessoal e profissional, a obtenção de um poder simbólico, que permite-lhes a adoração.

METODOLOGIA

Em razão do volume de material audiovisual já disponível sobre *The Boys*, não é possível selecionar todo o material para análise, nem mesmo selecionar episódios isolados, visto que a narrativa e as tramas dificilmente se resolvem somente em um episódio. Assim, para a seleção dos momentos mais adequados para o estudo, foi utilizado o conceito de “eventos narrativos”, sugerido por Simone Rocha (2016).

Os eventos narrativos compõem uma trama (ou uma sub-trama) de uma produção, que permitem a compreensão dos acontecimentos, o desenvolvimento da história e a articulação das tramas, com cada evento podendo durar um ou mais episódios (ROCHA, 2016). A adoção do método sugerido pela autora revela a trajetória dos personagens, e no caso de *The Boys*, as ações do *Homelander*, que levam à construção de narrativas midiáticas em seu entorno.

A partir do conceito, foram selecionados três eventos narrativos, divididos entre as três temporadas da série produzidas até então. Definidos os eventos narrativos, desenvolveram-se os seguintes eixos de análise: (a) A midiáticação em *The Boys*, (b) O lugar da visibilidade: O *Homelander* como celebridade e (c) A representação de debates reais em *The Boys*. Esses eixos demonstram como cada aspecto está presente na série e auxiliam na compreensão de como a atuação da comunicação e da cobertura midiática das ações do *Homelander* contribuem para a formação da sua imagem de herói perante a sociedade.

CONCLUSÃO

The Boys é uma representação crítica e reflexiva da sociedade contemporânea, profundamente imersa na cultura midiática. As ações que envolvem o *Homelander* revelam como a mídia exerce uma influência abrangente, não apenas informando, mas moldando narrativas que, por sua vez, constroem a percepção pública sobre os heróis e suas ações. Os eventos narrativos selecionados para análise mostram que a mídia pode ser utilizada estrategicamente para manipular a percepção pública.

A série representa a comunicação como um negócio, que se realiza por meio de corporações poderosas, coordenando os bastidores, buscando direcionar aspectos da realidade. A crítica de fundo que a série apresenta é de que o jornalismo com diversidade de fontes e de perspectivas, uma mídia menos vinculada aos interesses comerciais, seria mais informativa, menos manipulada e manipuladora da opinião pública.

REFERÊNCIAS

AMBRÓSIO, M. C.; GAVIRATI, V. F.; SIQUEIRA, G. S. de. A representação do jornalista em produtos audiovisuais. **TROPOS: Comunicação, Sociedade e Cultura (ISSN: 2358-212X)**, [S. l.], v. 1, n. 3, 2015.

ANDRADE, Diogo Gonçalves de. **O quarto poder**: a mídia como forma de poder e sua regulamentação. 2015. 67 f. Monografia (Graduação em Direito) – Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

ARANHA, G.; MOREIRA, M.; ARAÚJO, P. Adaptações cinematográficas e literatura de entretenimento: um olhar sobre as aventuras de super-heróis. **Intexto**, Porto Alegre, n. 20, p. 84–101, 2009.

BALOGH, Anna Maria. Sobre o conceito de ficção na TV. In: **XXV Congresso brasileiro de ciências da comunicação**, Salvador, set. 2002.

BALOGH, Anna Maria. Televisão: ficção seriada e intertextualidade. **Comunicação & Educação**, v. 12, n. 3, p. 43-49, 2007.

BILL, Bruna Greicy. Catarse midiática: a tragédia no jornalismo pós-moderno. **BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2010.

BRAGA, José Luiz. Mediatização como processo interacional de referência. **Animus**, v. 5, n. 2, p. 9-35, 2006. CAMPOS, Caroline. Extremismo e populismo andam juntos no segundo ano de *The Boys*. **Persona - Jornalismo Cultural**, 10 out. 2020. Disponível em: <<https://personaunesp.com.br/the-boys-2a-temporada-critica/>>. Acesso em: 21 maio 2023.

DE AZEVEDO, Viviane Lopes; SOUSA, Mônica CP. Super-heróis e o enquadramento jornalístico: análise do jornal fictício *New York Bulletin* em capas dos heróis *Demolidor* e *Justiceiro*. In: **Intercom 41**, São Paulo, set. 2018.

DE MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da comunicação.** Boitempo Editorial, 2015.

DE SOUZA LIMA, Bárbara Ellen; PINTO, Thadeu Menezes; DE FARIA, Maurício José. Vilão ou mocinho? A concepção do anti-herói em Macunaíma e Wolverine. In: Maurício José de Faria; Patrícia Ferreira Santiago. (Org.). **Língua, Literatura e Identidade.** 1. ed. Belo Horizonte: Editora UEMG, 2020, v. 1, p. 29-54.

DE TOLEDO QUADROS, Laura Cristina; MUSCO, Leticia de Toledo Quadros. Reflexões acerca da série The Boys: Aproximações entre o bem e o mal. Interseções entre a ficção e a realidade. **Abusões**, v. 16, n. 16, 2021.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Ficção televisual: entre séries e seriados. In: **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.** 2015.

FRANÇA, Vera Regina Veiga; SIMÕES, Paula Guimarães. Celebidades como ponto de ancoragem na sociedade midiaticizada. **Revista Famecos**, v. 21, n. 3, p. 1062-1081, 2014.

FRANCO, Suélen Matozo; DE SOUZA LEÃO, André Luiz Maranhão. Mídiação: da disciplina ao controle, um horizonte de reflexão. **Revista Fronteiras**, v. 18, n. 3, 2016.

GOMES, Carolina de Oliveira; THEORGA, Fernando Didio Silva; COSTA, Rafael Rodrigues da. A invasão das HQ's no mundo televisivo e cinematográfico – uma análise culturoológica e transmidiática das produções de super-heróis da Marvel e DC. In: **Congresso Brasileiro De Ciência Da Comunicação**, São Paulo, set. 2016.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da mídiação na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HJARVARD, Stig. Mídiação: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

MEIMARIDIS, Melina. A Indústria das Séries Televisivas Americanas. **Culturas Midiáticas**, v. 10, n. 1, 2017.

MEIMARIDIS, Melina; CORTEZ LUZ URBANO, Krystal. A jornada do anti-herói: uma análise da complexidade narrativa em Breaking Bad. **Revista Fronteiras**, v. 20, n. 3, 2018.

NARDI, Edson Renato. A saga do anti-herói: uma reflexão sobre as séries de TV. **REVISTA LIVRE DE CINEMA, uma leitura digital sem medida**, v. 4, p. 18-30, 2017.

ROCHA, Simone Maria; DA SILVEIRA, Letícia Lopes. Gênero televisivo como mediação: possibilidades metodológicas para análise cultural da televisão. In: **E-Compós.** 2012.

ROCHA, Simone Maria. Os visual studies e uma proposta de análise para as (tele) visualidades. **Significação: revista de cultura audiovisual**, v. 43, n. 46, p. 179-200, 2016.

SILVA, Ana Eliza Ferreira Alvim; PEREIRA, José Roberto; LOPES FILHO, Boanerges Balbino. Doação de sangue: a cobertura do jornalismo local e sua contribuição para a formação da opinião pública. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 9, n. 4, 2015.

SODRÉ, Muniz et al. Eticidade, campo comunicacional e mídiação. **Sociedade Mídiação.** Rio de Janeiro: Mauad, p. 19-31, 2006.