

Expansão e convergência: O papel da midiaticização na cultura de super-heróis¹

Anderson Dantas Martins²
Universidade Federal da Paraíba - UFPB

RESUMO

As histórias em quadrinhos da *Marvel Comics* ocupam posição de destaque no mercado editorial mundial, dentre filmes, jogos e brinquedos sua influência e expansão para outras mídias consolidou a cultura dos super-heróis no imaginário popular. Neste artigo, argumenta-se como as narrativas de super-heróis contemporâneas apresentam uma aproximação com a realidade intencionalmente fragmentada, destacando como esses personagens atuam como mediadores de valores sociais e refletem dimensões políticas desde sua criação. Acompanhados do paradigma da convergência midiática, que molda e é moldado pela midiaticização cultural em constante transformação.

PALAVRAS-CHAVE: indústria cultural; cultura pop; midiaticização; quadrinhos; convergência;

INTRODUÇÃO:

Histórias de super-heróis certamente têm estabelecido seu espaço na indústria do entretenimento e no imaginário social, narrativas que apresentam um universo com seres superpoderosos, alienígenas e deuses coexistem fazendo parte da cultura popular dos últimos anos. Os quadrinhos, “casa” das histórias de super-heróis, são terreno fértil para a construção de mitos e heróis que por sua vez possuem seus próprios códigos e representações, dialogando entre si e com o mundo “real” (REIF, 1991). No final da primeira década do século XX, este “terreno fértil” se provou particularmente forte com o Universo Cinematográfico da Marvel, nos últimos anos o projeto do *UCM* (Universo Cinematográfico da Marvel) trouxe ao imaginário populares personagens e narrativas da editora que até então eram “presentes” em um nicho de consumo específico de HQs. Não obstante, na cultura de massas o produto midiático é cada vez mais revestido de valores simbólicos: A partir de conceitos de Henry Jenkins (2008) e Gumbrecht (2010) é possível trazer clareza ao movimento midiático e social que acompanha e influencia a

1 Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos de Cultura Pop e Comunicação evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado 26 a 28 de junho de 2025.

2 Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) da UFPB. andersondantasm@gmail.com

fragmentação e retenção na cultura de super-heróis. Dentro do conceito de narrativa transmídia (JENKINS, 2007), vale entender como uma história se fragmenta em uma série de produtos midiáticos, moldando e encorajando um estilo de consumo propositalmente sem conclusão para fragmentar a experiência narrativa em micronarrativas que se referenciam entre si criando um universo compartilhado e expandido dentro de uma realidade

Assim, observando esta economia criativa, constrói-se a hipótese que a cultura de super-heróis -antes destinada apenas aos nerds ou geeks- se tornou uma ferramenta de produção e reprodução de símbolos e representações do imaginário popular, estimulada por um fluxo incessante que permeiam diferentes práticas de produção de notícias de bastidores, blogs, páginas de Facebook, e também pelos fandoms que criam todo tipo de teoria acerca destas micronarrativas; Investiga-se como a transmídia passou a ser o modus operandi cultural e em expansão no espaço contemporâneo, com o consumo passando a ser a ferramenta principal na manutenção deste ecossistema.

Super-heróis e imaginário: dos meios às mediações e midiatização.

Chama-se atenção ao fato de que a convergência não é um fenômeno particularmente novo, a aproximação das narrativas dos quadrinhos com a “realidade” é presente na história da Marvel. Seja com o uso do nome “real” das cidades como Nova York, ou com o Homem-Aranha atuando no resgate e ajudando os bombeiros no World Trade Center (STRACZYNSKI, 2001), o Capitão América lutando contra Nazistas (MCKENZIE, 1968) e mais recentemente com os Vingadores promovendo a vacinação durante a pandemia do COVID-19 (ALLOR, 2022), percebe-se o propósito de aproximação deste universo fantástico com o real. Levando em conta esse percurso que as histórias em quadrinho fazem a décadas, torna-se importante elencar uma discussão sobre a prática da convergência e fragmentação em sua incessante expansão em meio à globalização e por sua vez ao imperialismo cultural. Conforme mencionado acima, as histórias em quadrinho provam-se um espaço prolífico para construção de mitos e narrativas heróicas. Contudo, mantendo esta retórica em evidência é necessário checar como a relação entre quadrinhos de super-heróis e política é particularmente próxima.

Figura 1. Vingadores promovendo a vacinação, Homem-Aranha vislumbrando o massacre das torres gêmeas.



Fonte: Avengers Everyday Heroes, 2022. Amazing Spider- Man #36, 2001 *Marvel Comics*

O próprio conceito de histórias de quadrinhos de super heróis teve seu início no meio da segunda guerra mundial, no ano de 1938 que foi o momento em que a sociedade americana conheceu seu primeiro super-herói: o Superman. Ramzi Fawaz (2016), em seu livro sobre super-heróis e imaginário coletivo, introduz a ideia de quadrinhos em uma primeira emergência histórica como a personificação dos ideais populistas da cultura embalados em uma forma cultural de massa, Fawaz também é rápido em apontar como foi o “super herói” que cravou o médium como central na cultura popular. O super herói de histórias de quadrinhos aparece como uma forma essencial de agenciamento entre a depressão americana da guerra e a necessidade da crença de uma sociedade melhor e altruísta, trazendo ideais de democracia, igualdade, justiça e lei, ilustrando para a população uma sociedade americana que vive em prol do “bem maior”. É no uso de figuras criativas (super-heróis) que é possível evidenciar o agenciamento do percentimento no mundo dos norte-americanos nos quadrinhos (Fawaz, 2012); Da simbologia de um uniforme com as cores da bandeira como o de Superman até narrativas concretas como a pressão da corrida até a lua que dão origem ao Quarteto Fantástico.

Invoca-se o termo *mediatização* para a discussão através da necessidade de enquadrar criticamente a posição das mídias como indústria na cultura e na sociedade, nessa sobreposição de realidades e narrativas, também reconhecendo o aparato

institucional que as mídias tomaram no em meio da realidade compartilhada, interpretando e referenciando tanto a mensagem, quanto o destinatário e o remetente.

[...] os meios de comunicação desempenham a esse respeito: eles constituem um reino de experiência compartilhada, o que significa que eles oferecem uma apresentação e interpretação contínua de "como as coisas são" e, ao fazê-lo, contribuem para o desenvolvimento de um senso de identidade e de comunidade (HJAVARD, 2013 p37)

É nesta dinâmica de referenciação dos próprios sentidos produzidos que a mediação é potencializada ao observar o estado atual da cultura de super-heróis e seu potencial econômico. Hjavard (2013) já observava como esta sobreposição de realidades partindo das mídias era latente, observando que particularmente as mídias digitais se constrói, se gera e se integra por conta própria.

Em meio do processo de mediação, a cultura de convergência é um fator também potencializador que atrai essa regurgitação com a realidade compartilhada. A cada trailer liberado, a cada episódio, a cada filme e cada introdução de personagens novos ao universo das obras centenas de fãs e profissionais se debruçam sobre cada micronarrativa desses produtos, criando teorias, apontando *easter-eggs* e etc. Este processo de referenciação e fragmentação se torna tão axiomática que nas últimas décadas o próprio material adaptado (os quadrinhos) passam frequentemente por adaptações para unificar e corresponder a narrativa transmídia, personagens como Nick Fury tiveram sua etnia e visual alterados para se assemelhar com Samuel L Jackson, ator correspondente do personagem no UCM, prezando assim a sensação de um universo compartilhado mais verossímil entre Quadrinhos, cinema, jogos e etc.

Em seu livro *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (2006), Henry Jenkins destaca a multidimensionalidade midiática que passou a sobrepor as plataformas e tecnologias para “dentro do cérebro da audiência” (Jenkins 2006, p3) esta sobreposição é um fator central na atração de novos usuários para dentro da transmídia, conduzindo o espectador para um novo ponto de fragmentação em uma próxima fase de convergência (GOSCIOLA, RIBEIRO, 2018, p.122). Não é por coincidência que este movimento de expansão é fértil nas histórias de quadrinhos, onde as narrativas são fragmentadas por natureza das obras, frequentemente os personagens da Marvel tem suas próprias micronarrativas e seus próprios mitos no universo diegético que por sua vez se

estendem para séries, jogos, especiais audiovisuais independentes e etc; Mantendo em evidência esta articulação, observa-se o contraste do método de consumo incompleto proposital desta prática, uma espécie de incompletude narrativa na cultura de super-heróis por *design*.

Ainda sim, a relação da transmídia e da convergência com o Universo Cinematográfico da Marvel é extensamente documentada no âmbito dos estudos acadêmicos, seja no entendimento do seu storytelling serializado enquanto indústria cultural (BRINKER, 2021), das práticas e comportamento entre fãs online (RAPHAEL, 2016), e também a dialética de adaptação dos quadrinhos (FERREIRA, 2019), o seu ecossistema narrativo é uma pauta constantemente analisada em sua evolução como superestrutura midiática. É inegável a criação de uma superestrutura midiática que vai dos filmes, séries, quadrinhos, merchandising, brinquedos, camisas, reacts, teorias, blogs, vazamentos e rumores contribuem para um fluxo de informações constante no imaginário popular. Finalmente, como aponta Krotz (2014), negligenciar as circunstâncias contextuais e culturais da tecnologia reduzem o aparato midiático ao determinismo tecnológico, tornando-se uma dicotomia ofensiva no panorama dos estudos midiáticos.

Conclusão:

Assim, entende-se então que tal expansão da cultura de super-heróis nestes diferentes níveis de conexão acontecem pois existem também condições específicas materiais e culturais que alavancam seu sucesso no contexto da cultura da convergência. Sobretudo é importante entender que toda a expansão da cultura de super-heróis está sempre condicionada ao plano econômico e material (como bilheterias no cinema, mercado dos quadrinhos na editora da Marvel e etc).

O “super-herói” atualmente logo não exporta apenas mais um filme, série, quadrinhos, camisa e boneco, mas sim uma manutenção da constante expansão da cultura de consumo.

Essa rede de produção organizada em forma de mapas, infográficos, agendas e apresentações em conferências como a Comic-Con mostram para a discussão que a indústria já se reconfigurou para tempos de retenção máxima em uma realidade de tecnologias, fragmentação e acesso. Por sua vez, novas práticas de consumo destas mídias são consequência direta desta mediação.

Enquanto isso, a discussão da midiatização como agente de mudança social agregada a estas dicotomias apresenta um método de abordagem prática nos estudos de comunicação e tecnologia. Sobretudo a comunicação no contexto das mídias digitais precisa discutir as implicações sociais por trás de meios de forma cultural de massa, e não apenas procurar entender a indústria e suas técnicas mas também quais estratégias de consumo estão sendo estimuladas nestes produtos, bem como suas consequências enquanto estabelecidas no imaginário popular.

REFERÊNCIAS

- ALLOR, Paul. Paco diaz, C.B. Cebulski, et al. **Avengers Everyday Heroes**. Marvel Comics, 2022
- BRINKER, Felix. **Transmedia storytelling in the “Marvel Cinematic Universe” and the logics of convergence-era popular seriality**. In: Make Ours Marvel. University of Texas Press, 2021. p. 207-233.
- FERREIRA, Ricardo Alexino. **Representações, representatividades e dismorfias: midiatização das identidades**. Revista Extraprensa, v. 14, n. 1, p. 341-352, 2020.
- FERREIRA, Antonio Davi Delfino. **Assembling a Universe! O universo compartilhado Marvel dos quadrinhos ao cinema**. 2019.
- GUMBRECHT, H. U. (2010). **Produção de Presença**. Rio de Janeiro: Contraponto.
- JENKINS, H. **A Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- JENKINS, H. **Transmedia Storytelling** 101. 2007. Disponível em: . Acesso em: 23 mar. 2018.
- JENKINS, Henry. **Convergence Culture**. Where Old and New Media Collide. Revista Austral de Ciencias Sociales, v. 20, p. 129-133, 2011.
- KROTZ, Friedrich. **Mediatized worlds—Understanding everyday mediatization. Mediatized worlds: Culture and society in a media age**, p. 1-15, 2014.
- RAPHAEL, Jackie; LAM, Celia. **Marvel media convergence: Cult following and buddy banter**. Northern lights, v. 14, n. 1, p. 159-178, 2016.
- REIF, Rita (October 27, 1991). **"ANTIQUES; Collectors Read the Bottom Lines of Vintage Comic Books"**. The New York Times. Retrieved 2009-02-03
- SCHATZKI, Theodore R. **A primer on practices: Theory and research**. In: Practice-based education. Brill, 2012. p. 13-26.