

---

## Captain Marvel e o engajamento nas mídias digitais<sup>1</sup>

Anderson Soares da CRUZ<sup>2</sup>  
Danilo Barreto dos SANTOS<sup>3</sup>  
Helia VANNUCCHI<sup>4</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT

### RESUMO

Redes são pontos de conexão. O acesso à informação possibilitada pela ubiquidade da internet tornou mais fácil a aproximação dessas redes em um ambiente online. Este trabalho tem como objetivo analisar o engajamento que as mídias digitais do filme Captain Marvel têm com o público, na rede social Instagram. A análise qualitativa exploratória realizada num período de nove dias buscou identificar a recepção dos diversos espectadores em relação ao filme. Com a expansão da internet e da tecnologia, os conteúdos que antes interessavam a um seletivo grupo, denominado “nerd”, hoje, é procurado e atrai público dos mais variados grupos sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** cultura pop; mídias digitais; nerd; Capitã Marvel.

### INTRODUÇÃO

O termo “nerd” circula há algumas décadas em meio aos mais variados lugares e circunstâncias, com significado que oscila conforme o contexto de seu emprego. Durante muito tempo, a expressão ficou ligada a um grupo específico. Fosse em âmbito escolar, acadêmico ou científico, o “ser” nerd, inicialmente, era relacionado ao estereótipo criado por Theodor Seuss<sup>5</sup>, em 1954: personagem cômico, que usa óculos de lentes grossas, magrelo, tímido, introvertido, obcecado por livros e estudos, e com dificuldades de interagir socialmente. Gradativamente, esse aspecto pejorativo foi ficando de lado e ganhando uma conotação mais branda, ligada a bens culturais específicos. No Brasil, a expressão ganhou uma significação positiva e hoje, o termo relaciona-se a quem se atrai por tudo aquilo que é produto da cultura pop, como séries, filmes e HQs (CARVALHO, 2017).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ02 – Publicidade e Propaganda do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2019.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º semestre Curso de Publicidade e Propaganda da UFMT, e-mail: [anderson\\_lbcruz@hotmail.com](mailto:anderson_lbcruz@hotmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Radialismo, e-mail: [daniilo98\\_ninlobarreto@hotmail.com](mailto:daniilo98_ninlobarreto@hotmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora Dr. do Curso de Publicidade e Propaganda da UFMT, e-mail: [helias@actualis.com.br](mailto:helias@actualis.com.br)

<sup>5</sup> Escritor, poeta e cartunista americano, mais conhecido como Dr. Seuss.

---

Surgidas no final do século XIX, as histórias em quadrinhos evoluíram das tiras de jornais e foram vendidos como revistas de histórias durante o início da década de 1930. Entre 1938 e 1945 os super-heróis ganharam força. No universo Nerd, esse foi um gênero que sempre se destacou em relação aos outros. O primeiro a ser apresentado foi o Super-Homem. Anos depois vieram o Capitão Marvel, Sandman, Flash, Spirit, Tocha Humana, e muitos outros que nasceram em várias publicações. Todos distribuídos nas duas principais editoras de revistas em quadrinhos da época: DC e Marvel.

Na década de 1950, essas revistas tinham um público muito pequeno, eram consideradas má influência e seu mercado era muito limitado. Por conta disso, os quadrinhos começaram a adotar gírias mais modernas, personalidades peculiares e associar problemas pessoais aos heróis. De lá pra cá, as histórias de super-heróis passaram a ter tramas mais adultas, melhores gráficos e enredos mais comuns e modernos. A década de 1990 foi marcada pelo desmembramento das editoras DC e Marvel e muitas HQs independentes e alternativas surgiram. Daí em diante, as histórias expandiram-se para todas as demais mídias: Rádio, Tv, Games, Cinema e Internet. (SOLERA, SOUZEDO 2017).

Desde a primeira publicação da história em quadrinhos, os tidos como “nerds” foram os mais interessados nesse mercado, ainda que não existisse tal termo. Atualmente, a cultura nerd é parte importante da cultura pop. Com a evolução das mídias digitais, a tecnologia fez com que esse grupo se afastasse do estereótipo de inabilidade social, tornando-se figuras de influência que guiam o mercado tecnológico.

A cultura nerd expandiu-se entre as décadas de 1960 e 1990. Os nerds foram um dos primeiros grupos a saber lidar diretamente com a cultura digital. Eles se engajaram primeiro nesses processos, o que resultou na transição de inabilidade social para figuras que orientam o mercado (GAUCHAZ, 2015 apud AMARAL, 2009). Em 2014, uma pesquisa feita pelo o Omelete<sup>6</sup> mostrou que até coleções de moda estão sendo influenciadas por eles. Essa é uma característica construída com base no consumo midiático. Para Enne (2010) “A esfera do consumo é hoje central no cotidiano do mundo globalizado, não só para os jovens, mas para os sujeitos contemporâneos de forma geral, ainda que caiba aqueles lugares privilegiados no processo cultural”. Este tem sido um importante aspecto na formação da identidade pessoal e social dos nerds. Isso porque, o

---

<sup>6</sup> Um dos principais sites de cultura pop do Brasil.

---

consumo tem atuado de forma a construir identidades, gerar identificação e ser motivo de orgulho para muitos.

Nota-se a importância de conteúdo da cultura da mídia para a sociabilidade deste grupamento juvenil. O crescimento deste grupo é tão considerável que até uma data específica foi estabelecida para comemorar o Dia do Orgulho Nerd: 25 de maio, escolhido por marcar a estreia do primeiro filme da franquia Star Wars, em 1977, e para homenagear o escritor Douglas Adams, criador da série Guia do Mochileiro das Galáxias, outra obra canônica para os nerds (MOTORINO, 2018).

Para se ter ideia dessa potência, uma matéria da Revista VEJA, publicada em set. 2018 projetou uma expectativa de mais de US\$100 milhões de bilheteria somente na estreia de lançamento do filme tido como “nerd”: Capitã Marvel. Na história dos filmes do Universo Marvel, Carol Danvers é a encarregada de ser a primeira mulher a ganhar filme solo. A personagem superpoderosa nasceu nos quadrinhos na década de 1960, mas só ganhou notoriedade em 2012, quando passou a estrelar as histórias de uma revista própria (BARROS, 2018).

Esta pesquisa investiga a relação entre cultura pop, mídias digitais e suas influências na cultura tida como nerd. O objetivo é analisar o engajamento e as repercussões das mídias digitais, na rede social Instagram, publicados pelo perfil oficial do filme Capitain Marvel. Metodologicamente o trabalho propõe uma análise qualitativa exploratória feita no período de nove dias com intuito de tabelar e observar a recepção do público do perfil marvelbrasil da rede social Instagram em relação ao filme. Para tanto, fundamenta-se a pesquisa nos conceitos de cultura pop e mídias digitais; o movimento e história do universo nerd - o que e quem está nele; a Marvel, e sua importância para a cultura - desde as HQs até o cinema; o recorte da análise cinematográfica, e, por fim, os resultados e a conclusão.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Atribuímos cultura pop, ao conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que tem como gênese o entretenimento; se ancora, em grande parte, a partir de modos de produção ligados às indústrias da cultura (música, cinema, televisão, editorial, entre outras) e estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante. (SOARES, 2016. p.2)

---

A cultura nerd expandiu-se durante as décadas de 1970, 1980 e 1990. Inicialmente, o nerd era tido como o oposto do estereótipo de pessoa popular. Com o passar dos anos, estas características ficavam cada vez mais forte graças a sua ampla divulgação em produtos culturais exibidos pela grande mídia. Várias produções mostraram os nerds de maneira cômica e pejorativa, contribuindo para reforçar sua fragilidade e peculiaridade de forma negativa como um grupo não bem aceito pela sociedade. (MATOS, 2011)

Nos dias de hoje, o nerd como público-alvo está sendo explorado por produtoras, sites especializados, eventos e studios. No Brasil, existem diversos sites na internet dedicados a essa cultura, muitos deles gerando conteúdo original como podcasts, quadrinhos online, etc.

Soares (2016) explica que os produtos culturais, hoje, têm em sua gênese, a ingerência de um sentido do capital, aquele atrelado ao marketing e às formas de posicionamento de marcas dentro de uma cultura. Empresas dos mais diversos segmentos apoiam, muitas vezes através de isenção fiscal, a realização de filmes, a edição de álbuns fonográficos, de livros, eventos ligados à cultura pop, festivais de música e de cinema, feiras literárias; entre inúmeros outros, como uma forma de experienciar tanto a cultura quanto um certo sentido imbuído pelas empresas. A San Diego Comic-Con<sup>7</sup> é um dos vários exemplos desse pensamento.

Com a primeira edição em 1970, a Comic-Con naquela ocasião contou com apenas 145 pessoas. Na época, ela tinha sido originalmente pensada para o público consumidor de histórias em quadrinhos, ficção científica, fantasia e “artes relacionadas”. Hoje, a Comic-Con, expandiu seu propósito e engloba praticamente toda a indústria de cultura pop: cinema, televisão, literatura fantástica e de horror, videogames, jogos de tabuleiro, colecionáveis, anime e mangá. O evento também acontece no Brasil. Começou vendendo 97 mil ingressos no seu primeiro ano de edição, em 2014 e no ano de 2018 foram 262 mil visitantes na quinta edição do evento. (FOLHA DE S. PAULO, 2018)

Para Matos (2013) as convenções foram um dos elementos responsáveis por definir o estilo de vida nerd como tal, funcionando em um primeiro momento como um

---

<sup>7</sup> San Diego Comic-Con Internacional é uma convenção multi-gênero de entretenimento realizada anualmente em San Diego, Califórnia, Estados Unidos. Foi fundada em 1970 como a convenção do Golden State Comic Book Convention por um grupo de locais; mais tarde, foi chamada de San Diego Comic Book Convention.

espaço para outsiders<sup>8</sup>, onde fãs poderiam se livrar dos julgamentos daqueles que não compreendiam sua cultura, ao menos por alguns dias, e em um segundo momento atuando como legitimador dessa mesma cultura, transformando-a em nicho de mercado.

Nota-se a importância do conteúdo da cultura da mídia para a sociabilidade deste grupamento juvenil. Boa parte de nossas vidas é dedicada a atribuir valor simbólico da cultura do consumo (SOARES, 2016), mas os nerds não só se dedicam a catalogar e hierarquizar produtos da cultura pop como o fazem a fim de produzir sentido.

Talvez os jovens, mais do que outros sujeitos sociais, tenham explorado a capacidade dos bens produzirem sentido e, dessa forma, construído representações acerca de suas identidades utilizando os recursos simbólicos da cultura do consumo. Mas isso não é característico somente desses sujeitos sociais. Estamos imersos – e em contexto globalizado é ainda mais adensado – em uma cultura de turboconsumo. (LIPOVETSKY, 2007)

Para Lipovetski (2007), turboconsumo é a capacidade dos bens produzirem sentido, construindo representações acerca de suas identidades utilizando os recursos simbólicos da cultura do consumo em contexto globalizado e ainda mais, em que o ter e o parecer entra em conflito com o ser individual.

A CCXP 2016<sup>9</sup>, é um grande exemplo do turboconsumo. A feira de cultura pop que aconteceu entre os dias 1 e 4 de dezembro de 2016 contou com vários estandes que ofereciam diversas experiências aos visitantes. A Fox levou até o evento coisas inspiradas no filme *Assassin's Creed*: uma área de Parkour<sup>10</sup> para os visitantes treinarem obstáculos e uma área para salto de pé; uma área reservada com barbearia; uma cabine para que fãs do Hugh Jackman gravassem depoimentos para o ator, que interpretaria pela última vez o Wolverine nos cinemas. A Disney levou estandes relacionados a *Star Wars*, com vários figurinos do filme. A Marvel, estandes com o tema de *Guardiões da Galáxia v. II*, com uma cabine que reproduzia a trilha sonora inteira do filme anterior e um show de dança para o público assistir e dançar. Estátuas do Thor, do Hulk, do Superman e do Batman foram colocadas em tamanho real para que os visitantes admirassem e fotografassem. Além disso, o evento contou com uma sala reservada ao Esquadrão Suicida, onde o

---

<sup>8</sup> É aquele que não se enquadra na sociedade, que vive à margem das convenções sociais e determina seu próprio estilo de vida, através de suas crenças e valores.

<sup>9</sup> Comic Con Experience é um evento brasileiro de cultura pop nos moldes da San Diego Comic-Con cobrindo as principais áreas dessa indústria como: videogames, histórias em quadrinhos, filmes e séries para TV.

<sup>10</sup> Desenvolvido como um método de treinamento que permite ao indivíduo, ultrapassar de forma rápida, eficiente e segura quaisquer obstáculos utilizando somente as habilidades e capacidades do corpo humano.

---

público podia fazer tatuagens removíveis; uma parede interativa de *Stranger Things* e diversas outras experiências direcionadas para a cultura nerd.

Não se pode confundir cultura nerd com uma cultura de fãs, mesmo que alguns nerds se direcionem a objetos específicos. A diferença entre essas duas culturas é que o fã idolatra um único objeto ou franquia, um ídolo pop, por exemplo, e o nerd consome um conjunto de textos e narrativas que circulam através do aparato midiático, como séries de TV, histórias em quadrinhos e ficção, principalmente, científica, fantasia e mistério. Os nerds se divertem com a ligação entre textos e não com um gênero ou texto específico (MATOS, 2011).

Os nerds sempre se preocuparam em discutir os produtos midiáticos que consumiam, e hoje isto é feito por quase todos os fãs de qualquer material. As pessoas não se contentam em apenas acompanhar uma série, um filme ou/e um podcast. Elas querem discutir a série, e para isso recorrem a diversas mídias digitais, como: Facebook, Twitter, Sites e/ou Fóruns de fãs.

As mídias digitais potencializam a formação de laços de afinidade distintos em que o comercial, o político e o íntimo se entrelaçam de maneiras novas. Essas três dimensões são, principalmente (se não primordialmente), um espaço comercial, parte do mercado, mas nelas é possível se socializar a partir da vida pessoal, o que não equivale a uma necessária despolitização, ao contrário, há muitas evidências de politização da intimidade e constituição de laços a partir de características individuais anteriormente invisibilizadas, ignoradas ou, pura e simplesmente, recusadas coletivamente (Miskolci, 2013).

Uma empresa que tem investido seu estúdio americano de cinema para criar filmes, desenhos animados e séries é a Marvel Comics - conhecida internacionalmente graças aos quadrinhos produzidos desde 1939, quando ainda tinha o nome Timely Comics. No início o fundador, Martin Goodman, publicava histórias sobre o velho-oeste. Na década de 1960, com o possível retorno dos super-heróis, Stan Lee, padrinho dos heróis modernos, juntamente com Jack Kirby criaram o supergrupo Quarteto Fantástico e outros títulos.

A maioria dos personagens fictícios de Marvel operam em uma única realidade conhecida como o Universo Marvel, com a maioria dos locais refletindo lugares da vida real. Muitos personagens principais residem em Nova York, Estados Unidos. Foi essa aproximação com a realidade que garantiu o sucesso das histórias desde as HQs. Em

meados dos anos 1990, foram produzidas várias séries animadas de diversos personagens Marvel, todos pertencentes ao mesmo Universo Animado Marvel. De acordo com o site da empresa<sup>11</sup>, a partir de 2007 a Marvel Studios produziu 20 filmes, com elenco e personagens, construindo uma convergência entre os filmes, que compõem o universo cinematográfico Marvel. Todas produções do estúdio abordam os heróis das histórias em quadrinhos.

No dia 08 de março de 2019 foi lançado o filme da Capitã Marvel sendo o vigésimo primeiro filme do Universo Cinematográfico Marvel, dirigido por Anna Boden e Ryan Fleck, e escrito por Geneva Robertson-Dworet.

Carol Danvers, a Capitã Marvel, foi introduzida nos quadrinhos em 1968 por Roy Thomas e Gene Colan, mas foi Gerry Conway que levou a super-heroína a outro nível. Foi Conway quem deu a Danvers o nome de Ms. Marvel em 1977, e isso tem um grande significado histórico (MALTEZ, 2016).

A narrativa da personagem principal, Carol Danvers, é sobre uma mulher que nasceu humana mas se tornou uma híbrida Kree quando foi atingida por uma explosão de uma nave alienígena e ganhou uma gama de poderes como super força, super Resistência, Indestrutibilidade, Excelência no combate corpo-a-corpo, Voo que ultrapassa a velocidade do som, Habilidade psíquicas, Absorção e manipulação de energia e Explosões Fotônicas. Na nave encontrava-se o guerreiro Mar-Vell, que se tornaria o primeiro Capitão Marvel.

No final da década de 1970, ficou conhecida como Ms Marvel e ganhou popularidade como substituição aos tradicionais “Miss” ou “Mrs.”<sup>12</sup>. Ao utilizar a palavra Ms., Conway tomou a decisão de associar a heroína ao feminismo e suas lutas de classe. O autor assumiu que a história de Carol seria para representar consciência elevada, auto-libertação e identidade.

Na edição Captain Marvel #1 (2012) Carol Denvers vinha não só com um visual menos sexualizado, mas principalmente uma nova postura de independência. Após uma luta ao lado do Capitão América o mesmo sugere que Denvers deva assumir para si o codinome de Capitã Marvel. No primeiro momento ela acha que não é digna do manto de

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://www.marvel.com/movies>>. Acesso em: 02 de fev. de 2019.

<sup>12</sup> Estas duas formas mais comuns referem o estado civil da mulher em causa: Miss para solteiras, Mrs. para casadas. “Ms.” era a alternativa usada pelas mulheres independentes da época.



---

seu antigo amigo e mentor, mas depois de uma grande reflexão sobre seu passado, seus heróis e seus feitos, aceita de bom grado o novo codinome.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Esta pesquisa constitui-se do tipo descritiva, pois dentro da sua elaboração foi realizado um estudo detalhado, com coleta de dados, análise e interpretação dos mesmos. Segundo Gil (2002) “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

O presente estudo teve abordagem quali-quantitativa para seu desenvolvimento, uma vez que dentro do seu objetivo estabelecido, coletou-se dados da rede social Instagram do perfil Marvel Brasil com o objetivo de medir o engajamento que as mídias digitais tiveram com o público.

Num primeiro momento existe a necessidade de quantificar as impressões colhidas na análise realizada entre os dias 03 e 12 de março de 2019, no perfil oficial brasileiro do filme, na rede social Instagram. Uma tabela foi criada para controle dos depoimentos e opiniões consideradas significativas. Os itens averiguados foram: número de visualizações, likes, comentários e se esses comentários são positivos ou negativos.

Após, realizou-se uma abordagem qualitativa das informações na tabela. Para Recuero (2012) “a pesquisa qualitativa visa uma compreensão aprofundada e holística dos fenômenos em estudo e, para tanto, os contextualiza e reconhece seu caráter dinâmico, notadamente na pesquisa social”.

Foram analisadas 15 postagens: 9 vídeos e 6 imagens estáticas publicadas no período proposto evidenciando os pontos e comentários críticos em relação a recepção do filme pelo público. O objetivo dessa ação não visa definir qual o perfil do espectador, mas, observar a recepção do público em relação ao filme, a partir das interações na rede social. As análises obtidas destes resultados demonstram o engajamento que o público do Instagram teve com o filme Captain Marvel.

## **CONTEXTUALIZAÇÃO DO CAMPO EMPÍRICO**

As estratégias de coleta de dados através de uma tabela teve seu início no dia 06/03/2019 e encerrou no dia 12/03/2019. Neste período foram analisadas 16 postagens, tendo 6 critérios observados:



- Quantidade de postagens por dia
- Likes se a postagem for imagem estática
- Visualizações se a postagem for vídeo
- Quantidade de comentários por publicação
  - Comentários Positivos sobre o filme
  - Comentários Negativos sobre o filme

Para preservar as identidades dos seguidores que interagiram com as publicações, seus nomes foram suprimidos e são identificados por letras, como perfil A, perfil B, ..., perfil L e assim por diante. Os únicos perfis identificados são de uma cosplayer que aparece em uma publicação e é mencionada nos comentários e os perfis da própria Marvel.

A tabela a seguir traz as informações coletadas.

Tabela de Análise: Capitã Marvel Semana de: março 3 - INSTAGRAM							
		Postagem	Likes	Visualizações	Quantidade de comentários	Comentários Positivos	Comentários Negativos
03/mar	<b>DOMINGO</b>	2 vídeos	0	39.121/96.0677	63/464	9/191	3/19
04/mar	<b>SEGUNDA-FEIRA</b>	1 vídeo	0	66416	181	58	3
05/03	<b>TERÇA-FEIRA</b>	2	postagem 2=47549	postagem 1=56443	122/160	22/27	0/2
06/03	<b>QUARTA-FEIRA</b>	2	postagem 2=27.933	postagem 1=84.562	572/228	53/44	5/49
07/mar	<b>QUINTA-FEIRA</b>	1		94149	601	105	40
08/mar	<b>SEXTA-FEIRA</b>	1		1782505	1999	457	59
09/mar	<b>SÁBADO</b>	1		105877	401	190	20
10/mar	<b>DOMINGO</b>	2	45.639/106.575		679/1.351	157/386	42/78
11/mar	<b>SEGUNDA-FEIRA</b>	2	postagem 1=43683	postagem 2=114345	839/353	186/76	25/20
12/mar	<b>TERÇA-FEIRA</b>	1	43951		591	122	18
<p><b>OBSERVAÇÕES</b>            "marvelbrasil            188 publicações para 204 = 16 postagens 9 videos/7 fotos 1,6 milhões seguidores seguindo 10"            R\$ 117,5 milhões (nacional 27/03) US\$ 900 milhões e se aproxima rapidamente da marca do bilhão (o que deve acontecer no próximo final de semana).</p>							

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da pesquisa

## RESULTADOS / TRATAMENTO DOS DADOS

Como resultado do primeiro dia da análise pode-se constatar que a primeira postagem, que foi um vídeo para divulgação da venda de ingressos, teve o menor número de visualizações e comentários da coleta de dados, sendo que os comentários da postagem têm dois tipos de conteúdo, a marcação de perfis de terceiros e comentários daqueles que estavam ansiosos pelo filme, como o perfil A: “Esse filme está com cara que vai ser fantástico!!” A segunda postagem foi a divulgação de uma campanha publicitária feita pela Marvel em parceria com a cantora Cláudia Leite. Os conteúdos dos comentários são críticas referente a ação, como os comentários do perfil B: “tem divulgação melhor do que na maior festa do país, onde tem pessoas de todas as classes e todos os públicos? Atingiu um grande número de pessoas, e Claudia Leitte é um nome forte no carnaval e tem mais de 40 milhões de seguidores” e perfil C: “o negócio é que o estilo de filme não tem nada haver com carnaval... Eu como amante de filmes do gênero não gostei desse tipo de divulgação, e acredito que muitos como eu tbm não gostaram...”

No segundo dia, foi feita uma de postagem com um recado da atriz Brie Larson para os brasileiros. Os comentários da postagem tem dois tipos de conteúdos, um parabenizando a divulgação como o perfil D: “Isso é divulgar o filme... Com a atriz que vive o personagem... Não colocar o manto sagrado na sra. Leite...”, fazendo alusão à divulgação anterior, e falando da visita da atriz na CCXP como o perfil E: “Ela tirou selfie com uma galera na CCXP do ano passado e ainda fez stories com artistas de rua.”

No terceiro dia foram feitas duas postagens. A primeira é um recado do ator Samuel L. Jackson divulgando o filme, os comentários da postagem mostram a ansiedade pelo filme, como no perfil F: “Ingresso comprado! Ansiedade à mil” e a segunda postagem é sobre a première de Los Angeles. Os comentários da postagem são referentes à ausência do gato Goose<sup>13</sup> no tapete vermelho como no perfil G: “Cadê o gato?!”

Quarto dia, foram feitas duas postagens, na primeira é um vídeo reforçando que no outro dia seria a pré-estreia do filme. Os comentários da postagem são marcações de perfis de terceiros para a ver o filme. A segunda postagem é sobre uma sessão do filme feita para celebridades e subcelebridades. Os comentários foram negativos já que foi especulado se os convidados eram fãs da Marvel ou figuras relevantes para universo nerd.

---

<sup>13</sup> Goose é um gato alienígena que pertence à Carol Danvers.

A cosplayer heykro fez parte desse seletto grupo, como pode-se ver no perfil H: “levam essas subcelebridades que nunca chegaram perto de um filme da marvel muito menos de hq pra pré-estreia, nem pra ser influencer que tem a ver com o mundo geek” e perfil I: “Maravilhosaaaa! Como sempre, arrasando no cosplay! Show! @heykro.”

Quinto dia houve uma postagem referente ao lançamento do filme que ocorreria mais tarde do mesmo dia. Apareceram duras críticas ao filme e sua direção, sendo comparado a um dos piores filmes da franquia pela crítica especializada. O comentário do perfil J exemplifica a crítica: “Na moral mesmo! Fui a pré-estreia e me decepcionei, o filme é tão mal montado que a pessoa não compra a história, lembram do primeiro filme do Thor? É na mesma pegada, sem falar no cgi que foi feito nas pressas em algumas cenas! De fato a cap. Marvel é a mais forte aparentemente, mas merecia um filme mais bem acabado.”

Sexto dia teve a postagem com melhor desempenho da análise, tanto em visualizações, quanto nos comentários. O destaque fica para atriz Brie Larson que agradou o público pelo seu desempenho na atuação do filme, como cita o perfil K: “Eu assisti comentários de youtuber criticando q o filme foi mais simples do q se esperava de um padrão Marvel, mas na minha opinião como fã Marvel, eu acredito q para apresentação da Brie Larson como Carol Devil foi a altura de grandes filmes do cia Marvel, e merecedor de indicação a prêmios hollywoodianos, se ocorresse uma história mais complexa e mais efeito de lutas e combate de nave espaciais, não adquiria um carisma, e talvez para os novos fã não agradaria tanto o quanto foi a forma optada pela direção em apresentar a história Capitã aos q vão assistir ao filme. E eu adorei ver esse 1º filme dessa grande atriz ‘Brie Larson’.”

Sétimo dia ocorreu a postagem em comemoração da marca de 1 milhão de pessoas que viram o filme, a maioria dos comentários da postagem tem três tipos de conteúdo, sendo eles referente a homenagem ao Stan Lee (falecido), como no perfil L: “@marvelbrasil que filme foi esse... Arrepios do início ao fim, a cena pós-crédito sobre Vingadores então... A aparição de Stan Lee deixou meus olhos cheio de lágrimas... Aguardando ansiosamente o dia 25/04... Filme toppppp”. As cenas do gato Goose foram mencionadas no perfil M: “É incrível, é redondinho. Brie e Samuel fazem uma dupla sensacional! Goose é fantástico”. A primeira cena pós créditos que consiste no Encontro da Carol Danvers com os Vingadores, como citado no perfil N: “Que filmao viu, que venha Vingadores Ultimato, aquela cena pós crédito dela foi de arrepiar.”

---

Oitavo dia, foram feitas duas postagens. Nos comentários da primeira postagem é bastante discutido pelos usuários a forma ampla que a história dos personagens Carol Danvers e Nick Fury aparecem, como no perfil O: “Quando dizem ‘Ah esperava mais do filme’. O que esperavam? É um filme de introdução, a maioria que acompanha apenas o MCU, há dois anos atrás nem sabia quem era Carol Danvers... Queriam que falasse que ela conseguiu os poderes da fusão do DNA do Mar-vell e do psicomagnetron? E aí ela viraria a Miss Marvel, aí teve a luta com a Vampira e teve seus poderes absorvidos? Que o Prof Xavier ajudou ela a recuperar a memória, e se juntou aos X-Men e foi parar no Império Xiar, e foram contaminados pela ‘Ninhada’ e essa incubação trouxe de volta seus poderes, e ela absorveu os poderes do ‘Buraco Branco’, onde daí se tornou a BINÁRIA, e depois da ‘tempestade galáctica’ e perdeu novamente parte dos seus poderes, e se tornou a Warbird? Não tem como, a história dela é muito complexa, uma das mais complexas de todos os heróis da Marvel... por isso fizeram esse filme simples, apenas para apresentá-la a quem não conhecia, e introduzi-la de vez no MCU.... é simples de entender” e perfil P: “vale, esse filme explica bem a história da heroína, como o Fury perdeu o olho, como é exatamente os Skrulls, se é bonzinho ou vilão etc... E as cenas pós crédito são hilárias, então vale muito a pena”. Na segunda postagem que aborda uma ação do filme que a atriz Brie Larson serve pipoca para os fãs em uma sessão do filme nos Estados Unidos, a maioria dos comentários é que os fãs brasileiros gostariam de ser servidos pela atriz, como pode ser visto no perfil Q: “Podia ser aqui no Brasil né. O filme é mt bom. A princípio achei que ã combinaria com a atriz, mas ficou perfeito. A personagem caiu mt bem com ela. Adorei. Valeu a pena esperar”

Nono dia, foram feitas duas postagens. Na primeira é abordado o carisma da atriz Brie Larson como Capitã Marvel. Os comentários são bem opostos, como se vê no perfil R: "Bree larsen n tem carisma na vdd ela só está interpretando muito bem o papel dela, gente nas Hqs a capitã Marvel não é o homem aranha da vida não, ela é séria e muito poderosa, querem humor? Vão ver deadpool meu povo” e, perfil S: “O filme é legal, não é o melhor e nem pior da Marvel. Mas convenhamos, Brie Larson não tem carisma”. A segunda postagem é sobre o filme estar em primeiro lugar nas bilheteiras mundiais, os comentários da postagem são elogios para o filme, atores e diretores, como no perfil T: “Um filme realmente arrebatador! Uma icônica história que se tornou a melhor heroína das telonas. Sucesso total a representatividade feminina na MCU. O filme além de demonstrar uma super-heroína mostra também a força de uma mulher de vencer seus

---

medos e suas dificuldades! De cair e levantar sozinha, sem ninguém! @marvel @marvelbrasil sucesso total a essa BIG PRODUÇÃO”

Décimo e último dia da coleta de dados, a postagem refere-se aos 3 milhões de pessoas que viram o filme. Os comentários são de comparação com o filme anterior Vingadores: Guerra Infinita e a expectativa para o próximo, Vingadores: Ultimato, como se vê no perfil U: “Por ser um filme pós guerra infinita, muita gente estava achando que esse filme seria no mesmo nível, inclusive comparando-os, e por isso se decepcionaram ! Não levaram em conta que seria somente um filme de apresentação e origem da personagem com alguns pontos que o liga ao ucm, mais que não tem nada a ver com a guerra infinita! E mais uma vez a Marvel acertou em um filme de origem, e o haype só aumenta para o ultimato, que aí sim a capitã estará totalmente envolvida”

## CONSIDERAÇÕES

Este trabalho possibilitou entender como foi o engajamento do filme Capitã Marvel na rede social Instagram, com isso, pôde-se perceber a necessidade de identificar a recepção dos diversos espectadores em relação ao filme.

Após a análise percebeu-se que o público masculino tinham duras críticas referente ao roteiro, efeitos especiais e atuação da personagem principal, mas elogiaram o filme de maneira geral e deram destaque a homenagem ao Stan Lee, cenas pós créditos e atuação do ator Samuel L. Jackson. Já o público feminino se sentiu representado pelo filme, por ter uma temática contemporânea e um discurso de empoderamento da mulher.

## REFERÊNCIAS

BARROS, Mabi. **Quem é a Capitã Marvel e como ela pode salvar os Vingadores.** 2018. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/quem-e-a-capita-marvel-e-como-ela-pode-salvar-os-vingadores/>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

CARVALHO, Caio. **Você é um geek ou nerd? Quais são as diferenças entre os 2 termos?** 2012. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/games-e-consoles/noticia/geeks-vs-nerds-voce-sabe-o-significado-de-cada-um/23578>>. Acesso em: 03 mar. 2019.

ENNE, Ana Lucia. **Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade. Comunicação, mídia e consumo.** São Paulo, vol. 7, n. 20, p. 13-35, nov. 2010.

---

GALVÃO, Danielle. **Os nerds ganham poder e invadem a TV.** In: **Revista Científica Intraciência** (1) 34-41, 2009.

PORCIUNCULA, Bruna. **Quem são os nerds e como essa cultura virou pop.** 2015. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2015/05/quem-sao-os-nerds-e-como-essa-cultura-virou-pop-4767126.html>>. Acesso em: 01 fev. 2019.

GERHALT, **Métodos de Pesquisa.** 1 ed. Rio Grande do Sul: 2009. p 69

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisas.** São Paulo: Atlas. 2002

MADEIRA, S.;SILVA, S. M. **Evolução da identidade, estereótipo e imagem midiática da tribo urbana dos nerds.** 10 **Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero** - 2014,P 05

MAFESSOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** 5ª edição. Ed. Gen., 2014. P. 125 - 197

MALTEZ, Joana. **Capitã Marvel:** conheça a história e os poderes da super-heroína. 2016. Disponível em: <<https://www.aficionados.com.br/capita-marvel/>>. Acesso em: 5 jan. 2019.

MATOS, Patricia. **O nerd virou cool:** identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. Artigo acadêmico UFRJ. 2011.

MATOS, Patricia. **Consumo, curadoria e a construção de mapas de importância na cultura nerd.** Trabalho apresentado no GT de Representações práticas de Consumo do IX Seminário de alunos de Pós-Graduação em Comunicação na PUC-Rio. 2013.

MOTORINO. **Cultura nerd e geek:** a cultura que virou pop. Disponível em: <<https://www.motorino.com.br/cultura-nerd-e-geek-cultura-que-virou-pop/>>. Acesso em: 27 jan. 2019.

PEREZ, Fabíola. **O mundo nerd.** 2014. Disponível em: <[https://istoe.com.br/362157\\_O+MUNDO+NERD/](https://istoe.com.br/362157_O+MUNDO+NERD/)>. Acesso em: 15 fev. 2019.

RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana, FRAGOSO, Suely. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

SILVEIRA, Debora Pricila. **O que é cultura Geek?** 2018. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/18274-o-que-e-cultura-geek>>. Acesso em: 01 dez. 2018.

SOARES, Thiago. **Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop.**

SOLERA, Ralph Luiz, SOUZEDO, Max. **A História dos Quadrinhos no Brasil e no Mundo.** In: *The BrazilianS* p. 14-18, 2017

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987. p 112.