

## **Quando o Feminismo Não Causou o Fracasso de Capitã Marvel nos Cinemas: ativismo digital de antifãs, performances e cibercontecimentos pop na cultura geek/nerd<sup>1</sup>**

Christian Gonzatti<sup>2</sup>

Guilherme Sfredo Miorando<sup>3</sup>

Larissa Tamborindenguy Becko<sup>4</sup>

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

### **RESUMO**

Analisamos os cibercontecimentos e as performances de fãs/atores sociais no contexto das redes digitais tendo como foco os desdobramentos em torno da produção Capitã Marvel. Através da análise de construção de sentidos em redes digitais, as discussões sobre o ativismo de antifãs, a performance de fãs de narrativas super-heróicas, as modalidades cibercontecimentais próprias da cultura pop e os fechamentos em relação à diversidade, em perspectiva de gênero, foram pontos teórico inferidos para refletir e entender os processos reverberativos de produções midiáticas geeks/nerds em territórios digitais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cibercontecimento; Cultura Pop; Redes Digitais; Gênero; Performance.

### **INTRODUÇÃO**

Os sites de redes sociais – e, mais amplamente, as complexidades que se desdobram da cultura digital (RECUERO, 2014; RECUERO et al., 2015) – reconfiguraram as interações humanas, construindo, por exemplo, novas lógicas de produção de sentido e de investimentos e estratégias para divulgação em produtos de entretenimento (JENKINS et al., 2013). No que diz respeito a esses produtos, pensados

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido para o livro do Grupo de Comunicação e Cultura Digital da Intercom e apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, na linha de Linguagens e Práticas Jornalísticas. Membro do LIC – Laboratório de Investigação do Cibercontecimento. E-mail: [christiangonzatti@gmail.com](mailto:christiangonzatti@gmail.com).

<sup>3</sup> Mestre em Memória Social e Bens Culturais na Universidade La Salle. Possui Especialização em Imagem Publicitária (2006) e Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, ambas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul/PUCRS (2004). Faz parte do grupo de pesquisa em Cultura pop, Mídia e Arte Sequencial (Cult de Cultura), das Faculdades EST, desde 2017. E-mail: [guilhermesmee@gmail.com](mailto:guilhermesmee@gmail.com).

<sup>4</sup> Doutoranda vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, com ingresso em 2019/1. Bolsista CAPES. Líder do Grupo de Pesquisa Interdisciplinar em Arte Sequencial, Mídias e Cultura Pop (CultdeCultura) e integrante do CULTPOP - Grupo de Pesquisa em Cultura Pop, Comunicação e Tecnologias. E-mail: [larissabecko@gmail.com](mailto:larissabecko@gmail.com).

aqui através das configurações de culturas pop<sup>5</sup>, que incluem a cultura geek/nerd<sup>6</sup>, sublinhamos as performances de fãs de super-heroínas/super-heróis (BECKO, 2019), desdobradas através de territorialidades digitais, que atravessam disputas políticas e passam a acionar ativismos (JENKINS, 2016) e, em consequência das intensas semioses – ação, propagação e geração de signos (PEIRCE, 2002) – que resultam desses processos, ciberacontecimentos (HENN, 2014). Assim, os signos produzidos nas dinâmicas geradas por produções audiovisuais do pop – que encapsulam, muitas vezes, mais de oitenta anos de produções quadrinistas, tendo em vista que as HQs (histórias em quadrinhos) são materiais-fonte para as narrativas cinematográficas – podem ser performados através das possibilidades participativas/interativas das ambiências digitais, deixando rastros de sentido capazes mobilizar diferentes análises.

A diversidade, especialmente no que se refere ao teor representativo de produções midiáticas, tem sido uma mobilizadora de discussões em diferentes *fandoms* (JENKINS, 1992) da cultura pop. Notícias falsas<sup>7</sup>, tentativas de boicote<sup>8</sup> e discursos de ódio nos perfis de celebridades em sites de redes sociais<sup>9</sup> têm sido alguns dos movimentos feitos para desqualificar produções da cultura pop que buscam construir imaginários e narrativas com mais diversidade.

Partindo da compreensão de que algumas “criaturas da ficção” acabam ganhando um espaço tão grande no imaginário popular, que acabam moldados por ele e tomando vida própria (ECO, 2011), analisamos, nesse estudo, o que os ciberacontecimentos engendrados pela performance de atores/fãs na ambiência digital, tendo como foco a Capitã Marvel, apontam sobre a cultura pop/geek/nerd. Para o movimento, tomamos como orientação método-epistemológica, a análise de construção de sentido em redes digitais para o estudo de casos envolvendo gênero e cultura pop (HENN et al., 2017).

---

<sup>5</sup> Entendemos a cultura pop como os processos socioculturais, políticos, econômicos e os geográficos que envolvem o desenvolvimento de produtos midiáticos para o consumo engendrados por lógicas das indústrias culturais anglófilas-estadunidenses e que visam a conquista de mercados com alta visibilidade.

<sup>6</sup> O público com interesse nos universos das heroínas e heróis, da literatura e do cinema fantástico, dos *games*, das animações e de uma série de produtos e linguagens integradas à cultura pop recebeu a denominação de *nerd* (ou *geek*, por isso adotamos ambos os termos no estudo). Luís Flávio Fernandes e Rosana Rios (2011) apontam que popularmente a pessoa *nerd* era conhecida como alguém que se interessa excessivamente por um assunto, inteligente e que apresenta dificuldades para se relacionar com os outros, sendo, inclusive, vítima de violências físicas e simbólicas.

<sup>7</sup> Perfis publicaram no Twitter imagens falsas de pessoas brancas que teriam sido agredidas por pessoas negras ao irem assistir ao filme Pantera Negra nos cinemas. Fonte: <https://medium.com/@flawler/fake-news-white-people-assaulted-at-black-panther-showings-eb358a680f64>.

<sup>8</sup> Ao anunciar uma mulher e um homem negro como protagonistas, Star Wars VII foi alvo de boicotes em sites de redes sociais. Fonte: <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-116719/>.

<sup>9</sup> A atriz Anna Diopp, de Jovens Titans, teve que desativar os comentários em seu perfil no Instagram após receber uma série de comentários odiosos/racistas. Fonte: <https://www.vox.com/2018/7/27/17618954/teen-titans-starfire-racism-anna-diop>.

Assim, a primeira parte contextualiza a personagem Capitã Marvel em perspectivas de gênero/feministas, a segunda se desdobra sobre a discussão entre performances/ativismos de fãs, a terceira reflete sobre a dimensão/reverberação ciberacontecimental desses processos para, então, analisarmos semiotocidades que buscam dar conta do objetivo do estudo.

## O GÊNERO E A CAPITÃ MARVEL

Quando a cultura de massa surgiu, em meados do século XIX, foi tida como uma ameaça à alta cultura e aos intelectuais. A cultura de massa era pensada como algo imposto “de cima”, que esvaziava a potência reflexiva e intelectual das “massas” que não teriam escolha (ainda que conscientemente acreditassem que sim), senão a adotarem, segundo preceitos da Escola de Frankfurt, encabeçados por Theodor Adorno e Max Horkheimer (MATTELARD, MATTELARD, 2005). Salvo toda a importância crítica que há em tais reflexões, e também o contexto histórico das obras, é importante colocar que na época a “cultura de massas” era (e pode ser que ainda seja) vinculada às mulheres e, também por isso, seria uma cultura menor (HUYSSSEN, 2011). Tinha-se essa ideia porque as mulheres eram as mais ávidas consumidoras dos teatros de revista e os folhetins.

Portanto, temer a ignorância das massas significava, também, ter medo das mulheres, que simbolizam a natureza descontrolada, medo do inconsciente, da sexualidade, da perda de identidade. Ao mesmo tempo, é importante destacar que “[...] sempre foram mais os homens que as mulheres a ter o verdadeiro controle das produções da cultura de massas” (HUYSSSEN, 2011, p. 184). O mundo contemporâneo ainda guarda semelhanças com o do século XIX, uma vez que ainda são predominantemente os homens que empurram a cultura de massas “de cima para baixo”.

Laura Mulvey (2011), escritora feminista que analisou o papel da mulher no cinema do início do século XX, ajuda a refletir sobre o *boom* das *bad girls* nos quadrinhos americanos dos anos 1990. As mulheres não demonstravam força, a não ser pelos seus vantajosos atributos, servindo apenas para deleite dos homens heterossexuais. Heroínas como Glory, Avengelyne, Fairchild, Witchblade, Fathom, nada tinham de histórias profundas, mas exibiam seios e peitos fartos.

No caso de histórias dessas *bad girls*, o homem protagonista era o leitor embarcando em fantasias sexuais com peitos e armas gigantes, com pescoços torcidos que conseguem enxergar seu próprio traseiro sem se olhar em um espelho (MULVEY,

2011). O gênero, construído historicamente a partir de relações de poder, como demonstra Joan Scott (1995), sempre foi uma categoria importante nas lutas feministas, na medida em que na nossa sociedade, o masculino estruturou-se como poder em relação ao feminino. Assim, da mesma maneira, as categorias de gênero sempre estiverem em disputa, ainda que inconscientemente, na representação de homens e mulheres nas produções que se desdobram do universo pop/geek/nerd. As subjetividades históricas construídas em torno dos afetos e materialidades (PEREIRA DE SÁ, 2016) acionadas por narrativas ficcionais, marcadas por concepções/regulações de gênero (BUTLER, 2014), mutacionam-se e continuam presentes nos desdobramentos transmidiáticos (JENKINS, 2006) dessas mesmas narrativas.

As produções audiovisuais de adaptações dos super-heróis dos quadrinhos têm atingido níveis grandiosos de popularidade a partir do início dos anos 2000, com X-Men. Esse tipo de produção passou a dominar as bilheterias do cinema, ano após ano, desde então. A Marvel Comics, que concentrava suas produções cinematográficas em um estúdio próprio, o Marvel Studios, começou a perceber que não tinha uma grande super-heroína que pudesse competir com a popularidade Mulher-Maravilha, da DC Comics. Até então, era Tempestade, líder dos X-Men, uma das super-heroína mais populares da Marvel, mas seus direitos de produção cinematográfica pertenciam à 20th Century Fox. O Marvel Studios, então propriedade da Disney, precisava de um grande nome feminino, da mesma forma que a Marvel Comics também precisava de uma heroína de destaque e que tivesse uma revista em quadrinhos própria. Então, passaram a mirar em Carol Danvers, a Miss Marvel, que já possuía o *flagship name*<sup>10</sup> da marca no seu próprio codinome.

Carol Danvers era uma versão feminina do Capitão Marvel, tendo servido como seu interesse romântico por anos. Quando o Capitão Marvel morreu de câncer nos anos 1980, a Miss Marvel continuou nas histórias em quadrinhos fazendo aparições nas histórias dos Vingadores e dos X-Men. Mas foi com a Saga Dinastia M, lançada em novembro de 2007, que a Miss Marvel voltou a ter destaque<sup>11</sup> e ganhou novamente um título próprio no ano seguinte. Este título durou cinquenta edições, mas nunca chegou a

---

<sup>10</sup> Também conhecido como "marca guarda-chuva", é a marca principal de uma empresa, que carrega outras marcas registradas e outros copyrights sob seu acolhimento. É a marca principal de uma franquia de lojas ou de uma cadeia de entretenimento. No caso deste artigo, Marvel é a marca guarda-chuva, ou *flagship*, e Capitã Marvel é uma de suas derivações, títulos, personagens, produtos.

<sup>11</sup> Carol Danvers já havia ganhado uma revista própria durante a década de 1970, na onda de exploração comercial do movimento feminista, mas a revista durou apenas 23 edições.

---

agradar ao público ou à crítica. Contudo, a Marvel continuava a dar destaque para a personagem colocando-a como integrante, e algumas vezes líder, de equipes dos Vingadores.

Em 2012, a personagem sofre uma mudança e passa a assumir o nome de Capitã Marvel (*Captain Marvel*, no original, pois não existe flexão de gênero no inglês) em homenagem ao personagem morto nos anos 1980. Ganhando um novo uniforme e novo título e, desta vez escrito por uma mulher, a roteirista Kelly Sue DeConnick, tendo como destaque a sua carreira como piloto da Força Aérea dos Estados Unidos. A revista conquistou o público e crítica, continuando em outros volumes. Desde então, a revista da Capitã Marvel não parou de ser publicada pela Marvel. Em outubro de 2014, o presidente do Marvel Studios, Kevin Feige, anunciou que um filme da personagem seria produzido na terceira fase de filmes do estúdio. Assim, Carol Danvers tomou proeminência em outra grande saga da Marvel Comics no ano de 2016: Guerra Civil 2. Nela, entra em confronto direto com o Homem de Ferro, dividindo a comunidade heróica em uma guerra entre seres superpoderosos.

Assim, os esforços da Marvel Comics e do Marvel Studios para popularizar uma super-heroína até então desconhecida do público geral e desacostumado com o vasto elenco de personagens da editora, culminaria na estreia do filme Capitã Marvel, em março de 2019. A ascensão da super-heroína foi marcada, no contexto brasileiro, por performatizações de fãs/atores em redes, que sustentam e mobilizam nosso estudo.

## **PERFORMANCE E ATIVISMOS DE FÃS NO CONTEXTO DIGITAL**

Nesta circunstância, entendemos a performance pelo viés de Schechner (2013), que afirma que “performar” pode ser algo entendido em relação a ser, fazer algo, mostrar-se fazendo algo ou explicar o fato de “mostrar-se fazendo algo”. Consideramos como performances, portanto, uma infinidade de práticas relacionadas ligadas ao exercício de fã: vestir a camiseta do herói, comprar artigos pessoais ou de decoração do personagem, assistir a um filme ou ler uma HQ do personagem, fazer uma tatuagem relacionada ao super-herói, etc. E, no contexto digital, as performances ganham mais um espaço para se realizarem e para ganharem ainda mais visibilidade. Não é à toa que existem espaços para interação entre os sujeitos, a exemplo das comunidades de fãs nos sites de redes sociais, e mecanismos de interação, como as *hashtags* que ajudam os usuários a categorizar seus interesses.

---

O conceito de performance foi aplicado ao cotidiano por Goffman (2009), que se partiu da dramaturgia para analisar e descrever as maneiras pelas quais os indivíduos criam suas performances. Para o autor, a vida cotidiana é como um palco no qual as pessoas assumem diferentes papéis de acordo com a situação em que são colocadas e o público com o qual elas interagem. Nesse sentido, o que se faz imprescindível para que essas performances aconteçam é a presença do outro. Amaral, Polivanov e Soares (2018) salientam que, para o autor, tudo o que somos e temos são as performances, ao passo que as utilizamos como forma de construção e apresentação aos “outros”.

O ativismo de fãs, marcado então por aspectos performáticos, pode ser compreendido através de ações desenvolvidas por *fandoms* com características contraditórias e complexas, na medida em que ao mesmo tempo que podem visar romper com imposições do sistema no qual a cultura pop está circunscrita, mantém-se dentro desse mesmo quadro sistemático. É o que nos apontam Amaral, Souza e Monteiro (2015), caracterizando esse ativismo como possível de ser observado nas relações entre indústrias do entretenimento, participação política, cultura pop e mobilização social.

Brough e Shresthova (2012) indicam que o ativismo de fãs pode também estar relacionado com a participação cívica, destacando pontos para o entendimento do ativismo de fãs nessa perspectiva: as intersecções entre participação política e cultural; a relação entre participação e resistência; o papel dos afetos e dos conteúdos na mobilização da participação cívica; e as avaliações de impacto das mobilizações de fãs. A discussão de um *fandom* sobre as questões político-sociais implicadas em uma narrativa, a produção de *fanfics* que trocam os gêneros de personagens e os protestos que utilizam cartazes com personagens/frases/situações da cultura pop são alguns dos exemplos que articulam ativismo de fãs e participação cívica.

A discussão sobre *haters/antifãs* (GRAY, 2003; AMARAL, MONTEIRO, 2013; PEREIRA DE SÁ, 2016) também marca alguns dos aspectos relacionados as performances em torno da cultura pop no contexto digital. Entende-se, nas perspectivas tomadas como orientações para esse estudo, que os antifãs desenvolvem e performam sentimentos de ordem negativa contra um produto, gênero narrativo, celebridade, etc. Desenvolvem, da mesma maneira que os fãs, competências para odiar um algo, construindo antifandoms e estratégias na internet.

Os usos da internet e as lógicas da cultura digital podem facilitar a construção de mobilizações transmidiáticas (JENKINS, 2016), que podem envolver a criação, a

agregação, a curadoria, o remix e a circulação de textos midiáticos, para fins dos ativismos de fãs, através das plataformas digitais. A cultura pop, incluindo as super-heroínas/super-heróis, nesse sentido, oferece uma série de referências e materiais que podem facilitar o compartilhamento de ideais e a construção de laços entre pessoas se mobilizam politicamente compartilhando visões de mundo (JENKINS, SHRESTOVA, 2016). Alguns desses movimentos adquirem um poder de afetação, dado o potencial de espalhabilidade da internet (JENKINS et al., 2013), capaz de fazer emergir ciberacontecimentos.

### **CIBERACONTECIMENTOS POP**

Da mesma forma que, nas redes digitais<sup>12</sup>, é possível observar uma intensa emergência de ciberacontecimentos (HENN, 2014), acontecimentos tramados através das dinâmicas da cultura digital, é notável que “[...] o processo de produção e circulação de notícia hoje está disseminado. A notícia não precisa necessariamente frequentar o ambiente chancelado como o lugar institucional da notícia.” (HENN, 2011, p. 94). As semioses espalhadas por esses ambientes acionam, reconfiguram e potencializam as transformações do jornalismo a partir de transnarrativas hipermidiáticas e convergentes, espalhamento de sentidos e a eclosão de outras formas de acontecer que são formadas nesse cenário de conexões.

Para Quéré (2005), o acontecimento não está somente no campo do que ocorre, do que se passa e se produz, mas também na ordem do que afeta a alguém, de maneira feliz ou infeliz, suscitando reações e respostas que podem ou não serem apropriadas. O acontecimento é, portanto, criador e portador de sentidos e é essa característica que faz com que ele de lugar a uma experiência. Acasos de oportunidades que levam a emergência de acontecimentos também podem existir do ponto de vista mercadológico. Henn (2016)<sup>13</sup> explica tal encadeamento a partir da visibilidade de cantoras da cultura pop. Existem potências implicadas em um fluxo de vários acasos no surgimento delas e, na medida em que elas passam a existir, outras potências são acionadas em descontinuidades.

---

<sup>12</sup> Seguindo o que é apontado em Gonzatti (2017, p. 17): “Infiro, em um primeiro momento, que há uma diferença entre redes sociais, sites de redes sociais e redes digitais. Redes sociais existem muito antes da internet e podem ser compreendidas como as conexões de sociabilidade entre grupos e comunidades. Sites de redes sociais são plataformas de conexão da internet que operam através de perfis. Redes digitais configuram a maneira como determinado elemento se espalha através de múltiplos espaços – que podem incluir distintos sites de redes sociais – caracterizando sentidos e conexões específicas em torno de si.”

<sup>13</sup> Considerações tomadas a partir da aula de Produção do Acontecimento no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos em 2016.

---

Ao mesmo tempo, apontam para elementos do plano da cultura: trânsitos da história do mercado capitalista, construções de identidades, imaginários e até mesmo a maneira como singularmente números musicais/videoclipes tematizam experiências do acontecer.

Nesse sentido, as redes digitais dotaram de materialidades as diferentes experiências em torno dos acontecimentos: as semioses em torno deles tornam-se, em algum nível, mapeáveis e perceptíveis. Em sua dimensão semiótica, como explica Henn (2016)<sup>14</sup>, pensar o acontecimento envolve sentidos e linguagens através das quais signos preservados na memória tornam-se materiais que ritualizam, narram, armazenam e ressignificam o acontecimento. Na concepção do autor, o (ciber)acontecimento é todo o processo de semiose: signos, narrativas e produção de interpretantes também constituem a semiosfera através da qual os acontecimentos produzem sentido na realidade. Ele também entende que as coisas que imaginamos e a ficção também podem entrar na ordem do acontecer, pois modos narrativos ficcionais distintos tocam o nosso imaginário, nos afetam e geram distintas experiências – inclusive quando são engendrados por lógicas mercadológicas.

Pierre Nora (1974) defendia que os acontecimentos trazem em si marcas dos meios que lhes são contemporâneos. Os ciberacontecimentos, por exemplo, estão implicados em tal lógica. Da mesma maneira, acontecimentos oriundos da cultura pop, acontecimentos pop, que podem ser, e muito frequentemente são, ciberacontecimentos pop, ganharam tessituras da contemporaneidade e sinalizam processualidades jornalísticas-acontecimentais distintas: complexas, múltipla, acionadoras de linguagens de diferentes matrizes da cultura pop (celebridades, música pop, games, literatura fantástica, HQs, produções midiáticas relacionadas à ficção científica e à fantasia, telenovelas, entre outras), a relação entre fãs e informação e uma diversidade de valores-notícia e critérios de noticiabilidade no jornalismo de cultura pop (GONZATTI, 2017) que reconfiguram noções de acontecimento e notícia tradicionais.

## **AS GUERRAS INFINITAS DA CAPITÃ MARVEL**

Henn (2011) entende que, metodologicamente, a perspectiva semiótica, pensada como processo, pode desvendar objetos complexos que se interseccionam à luz de alguma perspectiva, o que inclui os que são acionados pela semiose jornalística. A semiose, para

---

<sup>14</sup> Considerações tomadas a partir da aula de Produção do Acontecimento no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos em 2016.



---

o autor, pressupõe “[...] movimento, aceleração, processos estocásticos, tendencialidades, cristalizações e rupturas” (ibid., 2011, p. 82), sendo voltada para o futuro, para a expansão e, portanto, com potencialidade infinita. Ele entende que as marcas, rasuras e ensaios formam camadas semióticas que estão presentes, também, nas rotinas produtivas das mídias. Daí, “[...] aquilo que poderia ser a meta específica da notícia (narração e construção da realidade cotidiana) faz interfaces muitas vezes tensas com metas de ordem econômica, política ou mesmo pessoal”. (ibid., p. 89). Como caminho na Análise de Construção de Sentidos em Redes Digitais, o autor propõe “[...] o mapeamento dos processos constitutivos destes signos e de suas respectivas semioses na intensa transformação acontecimento/signo/interpretante/signo que se dá no ambiente da web”. (HENN, 2011, p. 91).

Inspirados por outros movimentos com a metodologia – em especial o uso dela para a análise de semioticidades em redes digitais que articulam gênero e cultura pop (HENN et al., 2017) – mapeamos, nesse estudo, a produção de sentido por atores sociais na internet (o que inclui, também a narração de cibercontecimentos por portais jornalísticos, de cultura pop ou não), dando destaque aos signos que se destacam em relação ao objetivo dessa pesquisa: o que os cibercontecimentos engendrados pela performance de atores/fãs na ambiência digital, tendo como foco a Capitã Marvel, apontam sobre a cultura pop/geek/nerd.

O primeiro cibercontecimento emblemático envolvendo o filme da Disney/Marvel teve como força propulsora a divulgação do primeiro trailer da produção – o que por si só já se configura como acontecimento e notícia no âmbito da cultura geek/nerd. Como acafãs (JENKINS, 1992) e mobilizados por essa pesquisa, já estávamos percebendo em grupos e comentários de portais de notícias da cultura geek/nerd, como o Omelete<sup>15</sup>, comentários de usuários dos sites de redes sociais tentando prever a atuação de Brie Larson, como apontar que ela estava muito “dura”, “séria” e “irritada” nas imagens. Assim, um perfil no Twitter modificou quadros do trailer inserindo sorrisos na atriz – o que obteve uma dimensão cibercontecimental. Essa performance, de certa maneira, sintomatiza e corporifica em potência, na medida em que outros perfis começaram a espalhar o *tweet*, o que já se delineava nos espaços da rede. Sendo o gênero estruturado por relações de poder, como nos demonstra Scott (1995), é uma forma muito

---

<sup>15</sup> Fonte: <https://www.omelete.com.br/>. Acesso: 17 jun. 2016.

comum de controle e regulação performativa (BUTLER, 2014) sobre o feminino, entender que as emoções e aparência das mulheres devem ser controladas e que elas só servem para dar prazer a um Outro – o que esteve presente em muitas narrativas de HQs (MULVEY, 2011).

Em resposta à “polêmica do sorriso”, Brie Larson publicou no Instagram Stories uma série de imagens que circulavam no Twitter em torno do caso. As imagens compartilhadas emulavam cartazes dos filmes de super-herói da Marvel, inserindo através de softwares de edição de imagem sorrisos na cara dos heróis (homens), destacando a hipocrisia dos comentários críticos em relação ao fato dela não sorrir e utilizando a cultura pop para mobilizar uma reflexão pedagógica sobre o gênero (JENKINS, SHRESTHOVA, 2016). Ao mesmo tempo, fãs começaram a publicar *selfies*, através da *hashtag* #selfieforbrie, para animar a atriz e tentar amenizar a situação

Em um movimento recorrente nas performances de fãs de super-heróis no contexto digital, como temos analisado, é comum a sistematização de ataques nos perfis de celebridades que se posicionam criticamente em relação a temas como o machismo, o racismo e a LGBTQfobia. Assim, após a resposta de Brie Larson e uma curadoria da sua performance célebre, que envolve o posicionamento como feminista, uma parcela do *fandom* dos filmes de super-heróis da Marvel passou a comentar “odiosamente” as fotos e vídeos da atriz no Instagram – principalmente as publicações nas quais ela demonstra alguma força física. Notícias como “Seguidores masculinos de Brie Larson criticam atriz por vídeo empurrando carro em treino: ‘não é tão difícil<sup>16</sup>’” passaram a ser narradas por jornalistas atentos à polêmica e ao potencial de engajamento causado pelas disputas de sentido que passaram a acompanhar o filme.

Durante a premiação *Women in Film*, Brie Larson falou sobre representatividade ao subir no palco para receber a estatueta Crystal + Lucy Awards<sup>17</sup>, destacando a importância de críticas culturais que não sejam feitas apenas por homens brancos. Sua fala foi motivada por um estudo<sup>18</sup> realizado pela *USC Annenberg School for Communication and Journalism*, a maioria esmagadora de críticas feitas em sites como o Rotten Tomatoes é realizada por homens. A configuração do discurso da atriz como

<sup>16</sup> Fonte: <https://revistamonet.globo.com/Filmes/noticia/2019/02/seguidores-masculinos-de-brie-larson-criticam-atriz-por-video-empurrando-carro-em-treino-nao-e-tao-dificil.html>. Acesso: 17 jun. 2019.

<sup>17</sup> Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=wpVKBAT7MJ4>. Acesso: 17 jun. 2019.

<sup>18</sup> Fonte: <https://annenberg.usc.edu/news/research/report-critiques-inclusion-among-film-critics>. Acesso: 17 jun. 2019.

acontecimento e notícia deflagrou uma convulsão semiótica em sites de redes sociais através da performance de fãs homens e brancos que se sentiram pessoalmente atacados.

Em entrevistas, Brie Larson explicou o foco do seu comentário crítico – aumentar a diversidade na imprensa –, mas, no contexto das redes digitais, grupos passaram a se organizar como antifãs da atriz, criando estratégias para desqualificar o filme mais organizadas que os comentários feitos nas fotos do Instagram dela. Antes da estreia, começaram a dar notas baixas para a produção no *Rotten Tomatoes* e a tentar mobilizar um boicote ao filme – o que levou a plataforma a mudar o seu sistema de críticas e a excluir as notas dos *haters*/antifãs (GRAY, 2003). O filme passou, então, a ser apontado por espaços que interseccionam a performance dos fãs de super-heróis com o discurso de ódio, como o possível primeiro fracasso da Marvel nos cinemas.

Figura 1 – Quem lacra, não lucra?

ARTES, HUMOR E ENTRETENIMENTO

## Quem lacra não lucra: feminismo pode causar primeiro fracasso da Marvel nos cinemas

09/03/2019 às 15:21



Fonte: Jornal da Cidade<sup>19</sup>

Uma das críticas compartilhada em sites de redes sociais, principalmente através de *printscreens*, foi a do portal de direita/extrema-direita Jornal da Cidade, na figura 1. O texto, de um autor que se apresenta, não como crítico ou jornalista, mas “cristão conservador, estudante de direito e aspirante a escritor” dialoga com as posições dos perfis que passaram a exercer uma posição antifã em relação à Brie Larson, inclusive no que se refere ao uso da expressão “quem lacra, não lucra”, como observamos em comentários de portais de notícias. Através do aplicativo CrowdTangle, conseguimos visualizar as páginas que compartilharam o texto buscando gerar cliques para o site e constatamos que todas eram de direita/extrema direita.

<sup>19</sup> Fonte: [www.jornaldacidadeonline.com.br](http://www.jornaldacidadeonline.com.br).

O espalhamento do texto foi mobilizado também como uma ironia ao fato de Capitã Marvel ter sido um sucesso de bilheterias, arrecadando mais de US\$1 bilhão<sup>20</sup>. Ainda assim, a Capitã Marvel/Brie Larson seguiu/segue sendo fiscalizada e diminuída em redes digitais por alguns fãs de super-heróis: tentam justificar o sucesso da bilheteria pela proximidade com a data do Dia Internacional da Mulher, o que teria feito muitos namorados levarem as namoradas ao cinema, por ser um filme da Marvel, por ser o filme da Marvel que antecede Vingadores, consideram as suas respostas em entrevistas grosseiras quando ela pede para não ser comparada com homens, tentam diminuir a importância da personagem na narrativa de Vingadores: Ultimato (2019), entre outros sentidos que temos mapeado.

Ao mesmo tempo, territórios do jornalismo de cultura pop que realizam críticas culturais em perspectivas de gênero, sexualidade e/ou raça (GONZATTI, 2017), têm utilizado os ciberconteúdos analisados aqui como material para refletir sobre o machismo na cultura geek/nerd através de textos como: “A representatividade de Capitã Marvel é necessária, e não existe para ser comparada com Pantera Negra<sup>21</sup>”, “Mulheres que incomodam: por que os homens odeiam a Capitã Marvel?<sup>22</sup>”, “Capitã Marvel: Homens odiaram o filme e o culpado é o machismo<sup>23</sup>”. Se “[...] onde há poder há resistência” (FOUCAULT, 1999, p. 91), talvez quando se tratam de superpoderes, sejam necessárias superresistências.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na lente das regulações performativas e das relações de poder em torno do gênero, as semioticidades de ódio em torno da Capitã Marvel não são privilégios de um filme de super-heroínas, mas formam uma espécie de reação em cadeia de signos “comum” quando mulheres passam a disputar com os homens territórios dentro do circuito da produção e das representações na cultura pop. Cabe, ainda, refletir que se trata, aqui, do caso de uma super-heroína que, ao menos até então, não possui uma sexualidade dissidente da heterossexualidade, é branca e atende aos pressupostos hegemônicos de

<sup>20</sup> Fonte: <https://www.omelete.com.br/marvel-cinema/capita-marvel-ultrapassa-marca-de-us-1-bilhao-na-bilheteria-mundial>. Acesso: 17 jun. 2019.

<sup>21</sup> Fonte: <https://chadasonze.com/2019/03/18/a-representatividade-de-capita-marvel-e-necessaria-e-nao-existe-para-ser-comparada-com-pantera-negra/>. Acesso: 17 jun. 2019.

<sup>22</sup> Fonte: <http://valkirias.com.br/mulheres-que-incomodam-capita-marvel/>. Acesso: 17 jun. 2019.

<sup>23</sup> Fonte: <https://deliriumnerd.com/2019/03/21/capita-marvel-homens-odiaram-o-filme-machismo/>. Acesso: 17 jun. 2019.

beleza. O mapeamento através da análise de construção de sentidos em redes digitais, nos faz questionar quais os limites para a diversidade na cultura pop na contemporaneidade? O que se perde, ou pode se perder, quando o termômetro do sucesso é o fator econômico?

Outro movimento que percebemos, e que nos parece de extrema importância, é a importância da reflexão sobre o ativismo digital de antifãs/*haters*. Diferente do que algumas teorias da cibercultura apontavam em relação ao espaço da *web* (construção de inteligências coletivas e superação de problemas democráticos, por exemplo), temos observado a proliferação e a potência espalhável de discursos de ódio. Há marcas políticas que também configuram os afetos e as leituras das histórias das super-heroínas e dos super-heróis. Assim, através discussões nas redes digitais, temos percebido que uma parcela de antifãs/fãs se recusa a “ser educada” através da ficção e, não contente com isso, passa a contestar a verdadeira identidade e os valores que devem conduzir personagens – deslocando motivações a partir de posições político-ideológicas que negam a diversidade de gênero, sexualidade e raça. As contestações desses grupos geram guerras de sentidos no ambiente das redes digitais, nas quais o que é colocado em “xeque” são os territórios semióticos da cultura pop. Tratam-se de lutas pela sobrevivência de posições conservadoras. Assim, enquanto o ativismo de fãs é marcado por uma abertura à diversidade, o ativismo de antifãs representa um fechamento em relação à diversidade – no que diz respeito aos casos estudados aqui.

Destacamos a ruptura da fronteira entre celebridade e personagem que se materializa nos ciberacontecimentos analisados para a construção desse estudo. Brie Larson se torna, na motivação de diversas performances de atores sociais, a própria Capitã Marvel. E também o jornalismo de cultura pop, e a narração de (ciber)acontecimentos em um contexto de redes digitais, como campo de estudos para entender as reverberações da cultura pop/geek/nerd, principalmente no que diz respeito às performances de fãs de narrativas super-heróicas.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana.; SOUZA, Rosana Vieira de.; MONTEIRO, Camila. “De westeros no #vemprurua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. *Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital*. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 29, p. 141-154, jun. 2015.

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila. Esses roquero não curte: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, pp. 446-471, maio/ago. 2013.

---

AMARAL; Adriana; POLIVANOV, Beatriz; SOARES, Thiago. Disputas sobre performance nos estudos de comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 41, n. 1, 2018.

BECKO, Larissa Tamborindenguy. **Desvendando o fã de Super-Heróis: performances, práticas de consumo e identidades**. Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2019.

BENDIS, Brian Michael; COIPEL, Olivier. Marvel Deluxe: **Dinastia M**. Barueri: Panini Comics, 2015.

BROUGH, M.; SHRESTOVA, S. Fandom meets activism: Rethinking civic and political participation. **Transformative Works and Cultures**. V. 10, 2012.

BUTLER, Judith. Regulações de Gênero. **Cadernos Pagu** (42), janeiro-junho de 2014.

CARLSON, Marvin. Performance: **Uma Introdução Crítica**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.

ECO, Umberto. **Confissões de um jovem romancista**. São Paulo, Cosac Naify, 2013.  
FERNANDES, Luís Flávio; RIOS, Rosana. **Enciclonérdia: Almanaque da cultura nerd**. 1. ed. São Paulo: Panda Books, 2011.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1999.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2009.

GONZATTI, Christian. Bicha, a senhora é performática mesmo: sentidos queer nas redes digitais do jornalismo pop. **Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação)**. São Leopoldo: UNISINOS, 2017.

GRAY, Jonathan. “New audiences, new textualities: Anti-Fans and Non-Fans”. **International Journal of Cultural Studies**, v.6, n.1, p.64-81, 2003.

HENN, Ronaldo. Acontecimento em rede: crises e processos. IN: LEAL, Bruno Souza; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo (orgs.). **Jornalismo e Acontecimento: percursos metodológicos**. Florianópolis: Insulat, v.2, 2011.

HENN, Ronaldo. **El ciberacontecimiento, producción y semiosis**. Barcelona: Editorial UOC, 2014.

HENN, Ronaldo; GONZATTI, Christian; ESMITIZ, Francielle. Pussy Made Of Steel: os sentidos inaugurados por um cartaz da Women’s March na página Supergirl Brasil. **Revista Fronteiras**, 19(3):401-414 setembro/dezembro 2017.

HUYSSSEN, Adreas. A cultura de massas como mulher. O "outro" do modernismo. In: MACEDO, Ana Gabriela; RAYNER, Francesca (orgs.). **Gênero, cultura visual e performance**. Antologia crítica. Minho: Edições Húmus, 2011.

JENKINS, H. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. NYU Pres, New York, 2006.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers** – television fans and participatory culture. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry. Youth Voice, Media, and Political Engagement: Introducing the Core Concepts JENKINS, Henry; SHRESTHOVA, Sangita; GAMBER-THOMPSON, Liana; KLIGLER- VILENCHIK; Neta; ZIMMERMAN, Arely M. **By Any Media Necessary: The New Youth Activism**. New York University Press, New York, 2016. pp. 1-60.

JENKINS, Henry.; FORD, Sam.; GREEN, Joshua. **Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture**. New York, New York University, 2013.

JENKINS, Henry; SHRESTHOVA; Sangita. “It’s Called Giving a Shit!”. What Counts as “Politics”? Youth Voice, Media, and Political Engagement: Introducing the Core Concepts JENKINS, Henry; SHRESTHOVA, Sangita; GAMBER-THOMPSON, Liana; KLIGLER- VILENCHIK; Neta; ZIMMERMAN, Arely M. **By Any Media Necessary: The New Youth Activism**. New York University Press, New York, 2016. pp. 1-60. Pp. 253-289.

MATTELARD, Armand. MATTELARD, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. 15ª reimpressão da 1ª ed. São Paulo: 2007.

MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: MACEDO, Ana Gabriela; RAYNER, Francesca (orgs.). **Gênero, cultura visual e performance**. Antologia crítica. Minho: Edições Húmus, 2011.

NORA, Pierre. O regresso do acontecimento. In Le GOFF, J. **Fazer História**. São Paulo: Bertrand, 1974.

PEIRCE, Charles Sanders. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Past Masters, CD-ROM. EUA, IntelLex Corporation, 2002.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais. **Revista Eco Pós**, v 19, n.3, 2016.

QUÉRÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos**, Revista de Comunicação, Cultura e Educação, n. 6, 2005. P. 59-76.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**. Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

SCHECHNER, Richard. **Performance Studies: An Introduction**. Londres e New York: Routledge, 2013.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, 20 (2), jul/dez, 1995.