

Comic Con Experience: A Festa das Experiências¹²

Leonardo Soares DA SILVA³

Universidade Federal do Rio de Janeiro

RESUMO

O presente estudo define a *Comic Con Experience* como uma festa. Este entendimento é construído a partir de Durkheim, que considera as festas como formas que possibilitam a superação das distâncias entre os indivíduos e a produção de uma "efervescência coletiva". O conceito de festa será tratado neste artigo, também através da *Comic Con Experience*, como um fenômeno de Comunicação, a partir das mediações que promove. Tais mediações, que ocorrem entre os participantes do evento e os elementos da cultura pop que dele fazem parte, são responsáveis por gerar as experiências diversas por eles vivenciadas.

PALAVRAS-CHAVE: Festa; mediação; nerd; consumo de experiências.

Introdução

O termo “nerd” não apresenta mais o mesmo sentido: os nerds não são mais vistos unicamente como pessoas com inteligência acima da média e dificuldades de se relacionarem socialmente. O surgimento de grandes personalidades que se autodeclaram nerds, juntamente com valorização do consumo da cultura pop, prática comum aos nerds, formadora de suas sociabilidades e característica de sua cultura, retirou o caráter quase de insulto do termo, que agora se refere a um de estilo de vida desejável (MATOS, 2014).

Ao longo desse processo de mudança, as *Comic Con* (*Comic Conventions* “convenções de quadrinhos”) desempenharam papéis importantes. Inicialmente criadas para acolher esse grupo antes excluído, as *Comic Con* participaram da consolidação da cultura nerd. Agora, ao reunirem um elevado e diversificado número de participantes atraídos por vários segmentos da indústria da cultura pop (cinema, televisão, quadrinhos, *games*, animações e livros) legitimam o estilo nerd como um estilo de vida cobiçado. Dentre os

¹ Trabalho apresentado no GP de Comunicação e Culturas Urbanas, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Autorizo que o artigo seja avaliado e selecionado para o e-book a ser publicado pelo GP Comunicação e Culturas Urbanas.

³ Doutorando do curso de Comunicação Social da Escola de Comunicação(ECO) da Universidade Federal do Rio de Janeiro; e-mail: lss_ufrij@yahoo.com.br

diversos eventos desse tipo, destaca-se a *Comic Con Experience*, que ocorre todo mês de dezembro, em São Paulo.

Diante desse quadro e buscando construir bases para sua tese de doutorado, na qual realizará uma etnografia da *Comic Con Experience* procurando entender as diferentes sociabilidades nela presentes e o consumo das experiências nela produzidas, o autor constrói, neste artigo, um estudo a partir do qual o evento pode ser encarado como festa responsável pela mediação entre seus participantes e os elementos da cultura pop.

A *Comic Con Experience* será aqui tratada como festa a partir do conceito elaborado pelo pensador Émile Durkheim, segundo o qual, a festa não somente é capaz de proporcionar a superação das distâncias entre os indivíduos, mas também de gerar entre eles um estado de "efervescência coletiva".

Por fim, o artigo demonstra também como a *Comic Con Experience*, tomada como festa e atuando como lugar das mediações entre os encontros culturais produtores de sentido, gera as experiências diversas vivenciadas por seus participantes. Para tanto, utiliza o conceito de consumo de experiências definido por Pereira, Siciliano e Rocha (2015).

As *Comic Conventions* e A Ascensão dos Nerds

Comic Con é a abreviação de *Comic Convention* (convenção de quadrinhos). Segundo Matos (2014), nos seus primeiros anos de existência, as *Comic Conventions* funcionavam como um espaço onde os fãs de quadrinhos, os chamados nerds, poderiam se sentir protegidos dos julgamentos daqueles que não compreendiam sua cultura, marcada pela preservação de hábitos e práticas comuns à infância e à juventude, como, por exemplo, o consumo de quadrinhos, brinquedos e o hábito de ver desenhos animados (MATOS, 2014; NUGENT, 2009). Assim, nas convenções, eles poderiam comprar, vender, consumir quadrinhos e falar de todo o universo relativo a esse tipo de produto sem sofrerem discriminação.

Nesta época, o termo nerd apresentava um sentido negativo. De acordo com Matos (2011, p. 2), "Nerd era quase um xingamento. Apontava aqueles caras esquisitões, geralmente de óculos e roupas engomadinhas, que viviam estudando e passavam longe da turminha popular do colégio. Eram os excluídos". Para Nugent (2009), a falta de habilidades sociais e o excesso de habilidades intelectuais são características presentes na identidade nerd de uma forma que costuma lembrar máquinas.

A primeira grande *Comic Con* foi a *San Diego Comic-Con*. Sua primeira edição ocorreu em 1970 como uma oportunidade para os fãs e escritores amadores conhecerem profissionais do mundo dos quadrinhos e terem acesso aos bastidores da indústria (MATOS, 2014). Com o passar do tempo, surgiram outras convenções e este tipo de evento passou a atuar como um legitimador da cultura nerd, consagrando-a como um estilo de vida.

O surgimento de grandes personalidades que se autodeclararam nerds como, por exemplo, Steve Jobs, fundador da Apple, e Mark Zuckerberg, criador do Facebook, e a valorização de uma cultura juvenil centrada em um consumo onde o papel do consumidor é valorizado dentro da cultura contemporânea, fizeram com que os nerds deixassem de ser vistos unicamente como indivíduos extremamente inteligentes, tímidos, não atraentes e deslocados socialmente. A associação com o consumo da cultura pop, principalmente, fez com que estilo de vida nerd se tornasse desejável, “na moda” (MATOS, 2014). Assim, essa ressignificação constrói uma nova perspectiva para os nerds, que agora se tornam membros de uma nova elite cultural de “amantes da cultura pop” (KATZ, 2000, p. 03).

Ao alcançar a posição de um estilo de vida potencialmente cobiçado, o nerd se torna um nicho de mercado. Na realidade, o consumo midiático é a base para a formação da identidade pessoal e social e para a construção da cultura dos nerds. Contudo, o consumo nerd não se limita ao tipo de objeto consumido, mas sim consiste em modos específicos de envolvimento que eles desenvolvem com os mesmos. De acordo com Nugent (2009), a cultura nerd é marcada pelos hábitos de colecionar, catalogar e avaliar artigos da cultura pop e nela o status é dado pela expertise em um livro, filme ou série. O autor destaca que as *Comic Con* são o mundo onde tais questões podem ser observadas.

A *San Diego Comic-Con*, assim como os demais eventos, é um exemplo dessa mudança de sentido. Originalmente pensada para reunir os consumidores de quadrinhos, hoje engloba praticamente toda a indústria da cultura pop: cinema, televisão, literatura fantástica e de horror, *videogames*, jogos de tabuleiro, colecionáveis, *anime* e *mangá*. Assim, nela é possível encontrar qualquer produto de entretenimento que tenha seguidores apaixonados pela cultura pop (MATOS, 2014).

As *Comic Con*, desta forma, participam da definição do estilo de vida dos nerds, desde a época em que eram excluídos e vistos a partir de um estereótipo negativo até o momento atual, em que se consolidam como membros de uma elite cultural. Assim, contribuem para a

consagração da cultura nerd como produtora de um estilo de vida desejado, transformando-a em um nicho de mercado.

O presente artigo terá como objeto de análise a *Comic Con Experience*, uma das *Comic Con* que mais tem se destacado atualmente. De acordo com reportagem do site da FOLHA de São Paulo, do dia 10 dezembro de 2018, a última edição da *Comic Con Experience* bateu recorde de público, superando a *San Diego Comic-Con*.

A Comic Con Experience

A *Comic Con Experience* (CCXP) é um evento de cultura pop que ocorre anualmente durante a primeira semana do mês de dezembro, no São Paulo Expo, na cidade de São Paulo. De acordo com Marcelo Forlani, um dos sócios-fundadores do site Omelete e da *Comic Con Experience*, quando ele e outro sócio, Érico Borgo, foram à *San Diego Comic-Con* pela primeira vez, gostaram tanto do evento que tiveram vontade de voltar todo ano. Foi então que se perguntaram por que não havia algo parecido no Brasil. “A gente ficou com isso batendo na cabeça durante uns cinco anos”, disse Marcelo ao site Gazeta Online. Segundo ele, os dois bateram nas portas dos estúdios propondo a ideia, mas o mercado ainda não estava preparado. Somente em 2013, o site *Omelete*, em aliança com outras duas empresas, a *Chiaroscuro Studios* e a *Pizzy Toys*, conseguiu aceitação dos estúdios para trazer as atrações para o Brasil, o que, finalmente possibilitou a realização do evento. Assim, em 2014 aconteceu a primeira edição da *Comic Con Experience*.

Segundo Ivan Costa, colecionador de quadrinhos, sócio fundador da agência de artistas *Chiaroscuro Studios* e um dos fundadores da *Comic Con Experience*, a intenção foi trazer a experiência de participar de uma grande convenção de quadrinhos, como as que ocorrem nos Estados Unidos. “Até então a gente tinha vários eventos, mas eles não chegavam lá. Tinham várias coisas, mas não tinham tudo. Faltava empacotar tudo em um lugar só.”, explica Ivan em entrevista dada ao site Entretenimento UOL.

Na sua primeira edição, em 2014, a *Comic Con Experience* reuniu aproximadamente 97 mil pessoas em 40 mil m² do centro de convenções. Em 2018, o número de participantes subiu para 262 mil pessoas em mais de 115 mil m² do São Paulo Expo. Durante os cinco anos de *Comic Con Experience*, o evento reuniu mais de 900 mil pessoas, como descrito em seu site, tornando-se a maior *Comic Con* do mundo em número de visitantes, segundo o site Gazeta Online.

Apesar de o evento ocorrer na primeira semana do mês de dezembro de cada ano, os anúncios relativos à edição seguinte começam meses antes. O início das vendas dos ingressos para a edição de 2019, que acontecerá do dia 05 ao dia 08 de dezembro, ocorreu aproximadamente oito meses antes, no dia 09 de abril de 2019, sendo anunciado desde 22 de março de 2019 no perfil do Facebook da *Comic Con Experience*. Conforme o dia 09 se aproximava, uma contagem regressiva era feita com publicações no mesmo perfil.

Os ingressos são vendidos sob a forma de credenciais, que conferem alguns benefícios e acessos a áreas específicas do evento. Conforme especificado no site da *Comic Con Experience* há a possibilidade de comprar credenciais para dias específicos, dentre os quatro (quinta, sexta, sábado ou domingo) ou pacotes. Há quatro pacotes: *Full Experience*, *Epic Experience*, *Unlock* e o pacote para os quatro dias. O *Full Experience* é o mais caro e, entre outros benefícios, dá acesso à entrada VIP (1 hora antes da abertura dos portões), à *Spoiler Night* (visita à feira um dia antes do seu início oficial), uma credencial colecionável que dá direito aos quatro dias de evento, entrada garantida e assento reservado em área VIP próxima ao palco do auditório Cinemark XD em todas as atividades; uma foto e um autógrafo com quatro artistas convidados do evento, direito ao estacionamento, quatro colecionáveis produzidos pela *Iron Studios*, feitos exclusivamente para o evento, e acesso ao VIP lounge, com alimentação e serviço de concierge; o pacote *Epic Experience* possibilita, entre outras garantias, a entrada antecipada (sem preferência na entrada dos auditórios), direito à *Spoiler Night*, uma credencial colecionável exclusiva que dá direito aos quatro dias do festival e uma foto ou um autógrafo com um dos artistas convidados pela *Comic Con Experience*; o pacote *Unlock* possibilita, dentre outras vantagens, a participação nas palestras e conteúdos de negócios que acontecem dois dias antes do início do evento, com café da manhã e almoço, passeio guiado na montagem da *Comic Con Experience* um dia antes do evento, acesso à *Spoiler Night* e aos 4 dias do evento com entrada antecipada (sem preferência na entrada dos auditórios); por fim o pacote de quatro dias apenas confere o acesso normal aos 4 dias do evento.

A *Comic Con Experience* possui estandes que comercializam produtos exclusivos da cultura pop como, por exemplo, a *Iron Studios*, que produz e vende estatuetas de personagens de filmes, séries e quadrinhos e a Riachuelo que vende itens como camisas com a temática de super-heróis; reúne grandes estúdios como, por exemplo, a Disney, a Warner Bros, a FOX, a Netflix, a SONY, dentre outros, que além de estandes com várias atividades para os fãs, ainda

trazem painéis com diversas atrações que vão desde atrizes, atores e diretores de suas produções – filmes e séries – até *teasers* inéditos e pré-estreias de filmes, séries e animações – na edição de 2018 a primeira exibição do filme *Aquaman* no Brasil ocorreu na *Comic Con Experience*; o evento traz também quadrinistas das grandes editoras de quadrinhos, *DC Comics* e *MARVEL Comics*, que realizam palestras e dividem com diversos artistas brasileiros, amadores ou profissionais, o *Artist's Alley* (o beco dos artistas), onde os visitantes podem não apenas estar em contato direto com seus ídolos dos quadrinhos como comprar desenhos autografados; a *Comic Con Experience* também disponibiliza uma área voltada para jogos eletrônicos, em que os participantes podem competir e assistir às disputas dos principais *games* do mercado; por fim, dedica-se também aos *cosplayers*, que tanto podem desfilarem pelos corredores do evento como competir em um concurso cujo prêmio é o maior o país.

De acordo com o site oficial da *Comic Con Experience*, durante as suas cinco edições, participaram do evento mais de 200 artistas do cinema, de séries e da televisão; mais de 1.7 mil quadrinistas e ilustradores; 103 marcas em aproximadamente 120 estandes; além de cinco mil *cosplayers*. Apesar de se constituir desta diversidade de narrativas produzidas por diferentes mídias, a *Comic Con Experience* consegue reuni-las em uma narrativa central: a cultura pop.

A *Comic Con Experience* como festa

A *Comic Con Experience* pode ser considerada festa, de acordo com o conceito definido pelo pensador Émile Durkheim, em sua obra *Les formes élémentaires de la vie religieuse* de 1968. Segundo o autor, toda festa, mesmo quando puramente laica em suas origens, tem certas características de cerimônia religiosa, pois, em todos os casos, tem por efeito aproximar os indivíduos, colocar em movimento as massas e suscitar assim um estado de efervescência, às vezes mesmo de delírio, que não é desprovido de parentesco com o estado religioso.

Como festa, a *Comic Con Experience* promove a aproximação de indivíduos de diferentes origens e interesses. De acordo com o site do evento, só na edição de 2018, 50% de seus 262 mil participantes era composto por um público oriundo de diversos estados brasileiros, enquanto que a outra metade era formada por habitantes de São Paulo; deste total, 55% eram homens e 45% mulheres. Além destas questões de teor demográfico, é preciso

considerar as sociabilidades geradas pela aproximação dos diferentes grupos a partir das interseções entre as diversas narrativas midiáticas constituintes do evento.

Segundo a sociologia simmeliana, festa é uma “forma” capaz de plasmar conteúdos diversos e é destinada à promoção de laços de sociabilidade, mesmo que conflitantes (LEONEL, 2010). A *Comic Con Experience* é um mundo construído a partir de uma diversidade de narrativas oriundas de diferentes mídias (quadrinhos, livros, televisão, cinema e *games*) e tais narrativas são responsáveis por atrair e reunir diferentes audiências que a partir delas passam a interagir e a se socializar.

Georg Simmel define a sociabilidade como “o jogo no qual se faz de conta que são todos iguais, ao mesmo tempo em que cada um é reverenciado em particular” (SIMMEL, 2006, p.173). Na *Comic Con Experience*, encontramos os *gamers*, que são aficionados por todos os tipos de jogos e que, além de jogá-los e de colecioná-los, informam-se sobre tudo relativo aos *games*, aos consoles e as empresas que abastecem o mercado; os fãs de quadrinhos (HQ) e de todos os seus derivados, que colecionam todos os tipos de HQ, principalmente as produzidas pela *DC Comics* e pela *MARVEL Comics* e são especialistas em super-heróis; os *otakus*, apaixonados pelos *mangás* (quadrinhos japoneses) e *animes* (animações japonesas) e aficionados pela cultura japonesa; os *hollywoodianos*, consumidores de filmes canônicos como as franquias de *Star Wars* (Guerra nas Estrelas), *Harry Potter* e *O Senhor dos Anéis*; além destas classificações trazidas pela matéria do site da revista ISTO É, a *Comic Con Experience* ainda reúne os *cosplays*, palavra que, composta pelos vocábulo, em inglês, *cos* = costume e *play* = brincar, jogar, encenar, diz respeito às práticas de comunicação e de significação culturais vividas por jovens (*cosplayers*) que se vestem e atuam como seus personagens preferidos (NUNES, 2013). Esses grupos estão unidos na *Comic Con Experience* pela paixão pela cultura pop e diante de sua dedicação aos elementos dessa cultura podem ser considerados nerds. Como mesmo define Katz (2000), o nerd é um amante da cultura pop e se dedica a ela, procurando aprender e obter tudo o que for possível sobre seus elementos, catalogando-os e hierarquizando-os em um mapa de importância a partir de um consumo curatorial.

As narrativas que compõem a cultura pop estão presentes nos temas de interesses dos *gamers*, dos fãs de quadrinhos, dos *otakus*, dos *hollywoodianos* e dos *cosplayers*, que dividem gostos em comum e interagem sem que a identidade proporcionada por suas preferências particulares seja perdida. Assim, é o conhecimento destas narrativas que possibilita as

sociabilidades da *Comic Con Experience* (MATOS, 2014) e desta forma a aproximação entre tais grupos, conforme o conceito de festa proposto por Durkheim (1968). Por exemplo, o *gamer* pode fazer um *cosplay* de um personagem de determinado jogo de que ele é fã; o fã de quadrinhos pode comprar um *game* do personagem de um quadrinho que coleciona; ou o *hollywoodiano* pode gostar de um filme de super-herói de quadrinhos que lê. Matos (2014, p.35) exprime essa questão se referindo à *Comic Con Experience* como “o lugar em que elas [as pessoas] podem abaixar suas armas e dizer ‘Nós não somos incríveis por sermos tão obcecados por algo?’ ”.

Contudo, não é só de nerds que a *Comic Con Experience* é feita. De acordo com Otavio Juliato, diretor da Omelete e co-criador do evento, em entrevista para o site Valor Econômico, em 06/12/2018, na edição de 2018, o perfil dominante dos participantes foi o do “*geek cool*”, isto é, um público de interesse eventual, ligado a um ator ou a um conteúdo específico. “A pessoa usa a camisa do Tony Stark, mas não conhece a história do Homem de Ferro”, diz Otavio. Esse quadro é bastante diferente do que ocorreu na primeira edição, em que a maior parte dos frequentadores pertencia à categoria do “*nerd proud*”, isto é, indivíduos que conhecem a cultura pop a fundo e influenciam os outros, como mesmo declarou Otávio. Possivelmente, as diferentes interações, nesta edição, ocorreram entre os que viveram na época em que a paixão pelo mundo dos quadrinhos e dos games, por exemplo, era limitada a um grupo categorizado pelo antigo estereótipo do nerd. A partir de agora, o gosto pela cultura pop ganha popularidade (MATOS, 2014).

A entrevista demonstra que a ausência de um conhecimento profundo em determinado produto midiático não impediu que os “*geek cool*” fossem ao evento e vivenciassem as experiências da *Comic Con Experience*. A partir de uma analogia com o conceito de comunidades de gosto de Sarah Thornton (1996), é possível compreender que no evento o importante é ter o conhecimento básico do sistema de significados e do conjunto de valores que levaram os indivíduos a gostar dos objetos culturais nele presentes. Assim, é o “gostar de” e o “se interessar por” determinado conteúdo da cultura pop que leva os participantes à *Comic Con Experience* e à identificação com a cultura nerd, vivenciando as suas experiências. Como mesmo define Certeau (1994), a maneira como cada um expressa sua individualidade é realizada por meio de seleções feitas a partir de um repertório pelo qual os consumidores dos diversos conteúdos realizam suas operações culturais.

A *Comic Con Experience* produz o estado de "efervescência coletiva" destacado por Dhurkeim (1968) e esta característica pode ser relacionada com o consumo das experiências geradas pelo evento. Segundo Pereira, Siciliano e Rocha (2015), o consumo de experiências ocorre em um espaço intencionalmente preparado para que o indivíduo vivencie experiências e cujo acesso pressupõe um "preço". Neste espaço, ocorre um evento de preparação ritualizada anterior, desenvolvido a partir de narrativas (ou fragmentos delas) previamente conhecidas e marcadas pela participação consensual de indivíduos em uma espécie de acordo tácito entre eles com relação à suspensão da descrença e aos aspectos lúdicos, mágicos ou imaginados que atuam como "simulacro" ao longo desse espaço. Segundo os autores, o deslocamento de significados subjetivamente experimentados e o repertório dotado destes significados apresentam total correspondência com uma narrativa de origem.

No caso da *Comic Con Experience*, o estado de efervescência definido por Dhurkeim (1968) é produzido antes e durante o evento. Como as vendas dos ingressos ocorre antes do início do evento, produz-se elevada expectativa. A agitação é grande, pois os pacotes vendidos se esgotam com rapidez. As credenciais são vendidas por lotes, cujos preços vão ficando mais caros. Na edição de 2019, por exemplo, as credenciais do primeiro lote dos pacotes de quatro dias e do *Full Experience* já estavam esgotados no dia 16 de abril. Posteriormente, cada atração é anunciada mensalmente, gerando expectativas sobre as seguintes. A cada anúncio, o público comemora e vibra nas redes sociais do evento, com comentários, curtidas e compartilhamentos. Tais fatos caracterizam a preparação ritualizada anteriormente definida por Pereira, Siciliano e Rocha (2015) como característica do consumo de experiências.

Durante o evento, as emoções são intensas. A *Comic Con Experience* possibilita o encontro com artistas internacionais do cinema e das séries, que dificilmente seriam vistos ao vivo pelo público brasileiro, o que causa euforia imensa, como por exemplo, na edição de 2018, em que o ator Tom Holland, o Homem Aranha do Universo Cinematográfico da MARVEL, apareceu de surpresa no auditório Cinemark para divulgar o seu novo filme *Homem Aranha Longe de Casa*, durante o painel da SONY, causando uma "catarse coletiva como poucas vezes se viu em uma convenção de cultura pop"⁴; trailers e lançamentos são anunciados, o que leva os participantes ao êxtase, como na edição de 2017, em que a versão

⁴ Manchete da publicação do site Gente.

estendida do trailer de *Vingadores Guerra Infinita* foi exibida, fazendo com o que os espectadores ficassem “gritando e pulando quando a exibição acabou”⁵; pré-estreias são feitas no auditório do evento, antes de chegarem às salas dos cinemas brasileiros fazendo com que as audiências vibrem.

As emoções presentes nas experiências consumidas e vivenciadas pelos participantes da *Comic Con Experience* adquirem uma intensidade maior e promovem as chamadas efervescências coletivas de Durkheim (1968) devido à total imersão destes neste mundo construído pelo deslocamento de significados alusivos às narrativas trazidas pelo evento e proporcionada pelo consumo de experiências.

A *Comic Con Experience* e o conceito de festa como fenômeno de Comunicação

Festa é linguagem (LÉVI-STRAUSS, 1976) e como tal consiste não apenas em um fenômeno social. “É uma das vias privilegiadas para estabelecer mediações na humanidade” (AMARAL, 1998, p.19) e, portanto, deve ser entendida como um fenômeno de comunicação.

Segundo Amaral (1998), no Brasil, diversos pesquisadores têm percebido os elementos das festas como termos de comunicação responsáveis por qualificar, atribuir sentido e movimento e por pedir respostas sem se deterem. Consideram as festas positivas e edificantes, destacando que gestos e palavras são meios pelos quais o significado que se oculta por trás delas ou de qualquer outro ritual são acessados (DA MATA, 1978; MAGNANI, 1984; BRANDÃO, 1985 e 1989).

De acordo com a autora, a festa promove a conciliação entre o criador e as criaturas, a natureza e a cultura, o tempo e a eternidade, a vida e a morte, o ser e o não ser, entre os anseios individuais e os coletivos, entre o que é mito e rustória, o que é fantasia e realidade, entre o passado e o presente e também entre o presente e o futuro e entre nós e os outros, revelando e exaltando as contradições da vida humana, mediando os encontros culturais e absorvendo, digerindo e transformando em pontes os opostos tidos como inconciliáveis.

As mediações consistem em “um conceito síntese, que capta a comunicação social a partir de seus nexos, dos lugares a partir dos quais se torna possível identificar a interação entre o espaço da produção e do consumo” (OROFINO, p. 55, 2006). Baccega (2003) determina que essa interação ocorre através da linguagem, sobretudo a verbal, e é a partir desse ‘lugar’ que o indivíduo vê e percebe. Assim, a linguagem é o lugar de formação de

⁵ Matéria do site Legado da MARVEL.

sentidos, elo entre o sujeito e os objetos, constituintes da mediação com realidade. Martín-Barbero (2002) propõe que as mediações envolvem o espaço simbólico ou representativo que medeia a relação entre emissor e receptor. Assim, são os lugares dos quais provêm as construções de sentidos e tais sentidos são formados ao longo das interações dos indivíduos com o mundo.

De acordo com o autor, a mediação é um processo de interação entre o emissor e o receptor a partir de um lugar, um espaço simbólico, preenchido por uma mensagem. A *Comic Con Experience* é esse lugar e a mensagem envolve as narrativas relacionadas com a cultura pop, previamente conhecidas por seus participantes. Ao longo do evento, as interações ocorrem entre fantasia e realidade; entre o presente e passado; entre presente e futuro; e entre o ser e o não ser, categorias definidas por Amaral (1998).

Mediação entre fantasia e realidade: Os participantes, ao longo do evento, experimentam um conjunto de significados relacionados com as narrativas de filmes, quadrinhos, séries, animações e *games*. Tais narrativas, conhecidas previamente por eles, permitem que cada um possa, graças à suspensão da descrença, não apenas consumir os aspectos lúdicos, mas principalmente vivenciar os elementos mágicos e fantásticos por eles imaginados. A imersão nesse mundo criado pelas narrativas é o que possibilita o deslocamento de sentidos e assim o consumo das experiências geradas pela *Comic Con Experience*. Na edição de 2017, por exemplo, o evento contou com a participação do robô *BB-8* do filme *Guerra nas Estrelas – O Despertar da força*. *BB-8* aparecia no estande do filme em horários marcados, desfilava pelo local e posava para fotos, interagindo com os participantes do evento: olhava para eles de cima a baixo, se afastava quando sentia vergonha e respondia a perguntas, logicamente no idioma dos androides, de uma forma tão real que parecia se mexer sozinho.

Mediação entre o presente e passado: Neste caso sob a forma da nostalgia. Diversas narrativas estão associadas com as experiências do passado dos participantes do evento, principalmente de sua infância. Assim, a *Comic Con Experience* ao rememorar hábitos e produtos midiáticos da infância, atua como ponte entre o passado e o presente. Bin Furuya, que representou o papel de Ultraman, herói japonês da década de 70, esteve presente na edição de 2017, fazendo os participantes mais velhos lembrarem sua época de criança; a edição de 2018, por sua vez, contou com a participação de cinco atores que atuaram em diferentes fases do seriado americano *Power Rangers*. Em comemoração aos 25 anos da série,

a *Comic Con Experience* trouxe Walter Jones, o Ranger Preto da primeira fase, Jason Faunt, o Ranger Vermelho, e Erin Cahill, a Ranger rosa de *Power Rangers: Força do Tempo*, Ciara Hanna, a Ranger Amarela de *Power Rangers Megaforce* e *Super Megaforce*, e Yoshi Sudarso, o Koda de *Power Rangers Dino Charge*.

Mediação entre presente e futuro: Na *Comic Con Experience* os participantes tem a possibilidade de assistir em primeira mão ao lançamento de teasers de filmes e séries. Além da pré-estreia do filme *Aquaman*, que ocorreu na edição de 2018, na edição de 2017 o trailer de *Vingadores Guerra Infinita* foi exibido em primeira mão para o público brasileiro.

Mediação entre o ser e o não ser: De acordo com o site da *Comic Con Experience*, “uma característica especial do nosso mundo é que nele você pode ser o que quiser”. A mediação entre o ser e o não ser ocorre principalmente nos *cosplays*. Os participantes, independentemente de competirem ou não no concurso promovido pelo evento, desfilam pelos corredores do São Paulo Expo vestidos e agindo como seus personagens favoritos.

A *Comic Con Experience*, assim, pode ser definida como uma festa em que ocorrem mediações responsáveis pelas diversas experiências coletivas e individuais consumidas ao longo do evento.

Considerações Finais

O presente estudo compreende que a *Comic Con Experience* pode ser entendida como festa a partir do encontro teórico entre dois autores fundamentais da sociologia clássica: Durkheim e Simmel. Isto porque, de acordo com Perez (2002), como mesmo ressaltado em Leonel (2010), ao mesmo tempo em que o evento, numa visão simmeliana, produz sociabilidades dotadas de singularidades que geram significados diversos entre os diversos grupos que dele participam, isto é, *gamers*, *fãs de quadrinhos*, *hollywoodianos*, *cosplayers*, *nerds* ou não, também é marcado por interações sociais que se tornam mais ativas e evidentes graças às efervescências coletivas de Durkheim.

As efervescências durkheimianas são alimentadas e amplificadas pelo conhecimento das narrativas (ou fragmentos delas) que compõem a *Comic Con Experience* e inserem os participantes através da suspensão da descrença em um mundo marcado pela magia e pela imaginação. Em outras palavras, o reconhecimento por parte dos participantes da *Comic Con Experience* da relação entre elementos que materializam as experiências vivenciadas no evento e o imaginário nele previamente construído leva-os à imersão nesse mundo, que atua

como um “simulacro”, como mesmo definido por Pereira, Siciliano e Rocha (2015), composto por um repertório de significados intimamente relacionados com tais narrativas e que são subjetivamente experimentados pelos muitos participantes do evento, a partir do que os autores denominam consumo de experiências.

Por fim, o estudo permite concluir também que como festa, a *Comic Con Experience* é um fenômeno de comunicação ao proporcionar mediações. A *Comic Con Experience* promove nexos onde ocorre a interação entre os indivíduos e os diversos significados produzidos a partir das narrativas oriundas das diversas mídias (quadrinhos, filmes, séries, desenhos animados, livros e games) que compõem o evento. Assim, ela pode ser considerada festa caracterizada por mediar os diferentes encontros dos participantes com a cultura pop.

REFERÊNCIAS

AMARAL, R. As mediações Culturais da festa. **Revista Mediações**. Londrina, v.3, n.1, p 13-22, jan/jun. 1998.

BACCEGA, M.A. **Palavra e discurso**. História e literatura. São Paulo: Ática, 2003

BRANDÃO, C.R. **O Divino, o santo e a senhora**. Rio de JANEIRO. Funarte, 1973.

_____. **Memória do Sagrado**: Estudo de religião e ritual. São Paulo. Ed. Paulinas, 1985.

_____. **A Cultura da Rua**. Campinas: Papirus Editores, 1989.

CCXP, site. Disponível em: <https://www.ccxp.com.br> Acessado em: 19/05/2019.

CCXP, perfil do Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/CCXPoficial/> Acessado em: 29/06/2019

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CINECLICK, “**Saiba o que é a CCPX, a Comic Con do Brasil**”. Disponível em: <https://www.cineclick.com.br> Acessado em: 19/05/2019 às 12:46.

DA MATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis**: Para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

DANTAS, J. G. D. Teoria das Mediações Culturais: uma proposta de Jesús Martín Barbero. **Anais do X Congresso de Comunicação da Região Nordeste**. São Luís/MA, 12 a 14 jun. 2008. 12p.

DURKHEIM, E. **Les formes élémentaires da la vie religieuse**. Paris: PUF, 1968.

ENTRETENIMENTO UOL: **“Os super poderes da CCXP”**.

Disponível em: <<https://entretenimento.uol.com.br>> Acessado em: 19/05/2019 às 13:01.

FOLHA DE SÃO PAULO: **Comic Con bate recorde de público com exposições em primeira mão e visita de atores famosos**. Disponível em:

<<https://f5.folha.uol.com.br/nerdices/comic-con/2018/12/comic-con-bate-recorde-de-publico-com-exibicoes-em-primeira-mao-e-visita-de-atores-famosos.shtml>>. Acesso em 29/06/2019.

GAZETA ON LINE: **“CCXP 2018: saiba tudo sobre o maior festival de cultura pop e geek”** Site: <<https://gazetaonline.com.br>> Acessado em: 19/05/2019, às 13:17.

GENTE: **Com Tom Holland e Jake Gyllenhaal, Sony faz melhor painel da CCXP 2018**.

Disponível em: <<https://gente.ig.com.br/cultura/2018-12-08/ccxp-2018-sony.html>>. Acesso em: 30/06/2019.

KANYAT, L. A linguagem como mediação: uma análise de discurso da expressão midiática “telenovela bíblica”. Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades. XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação. **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo, 05 a 09/09/2016.

KATZ, J. **Geeks**: How two lost boys rode the internet out of Idaho. New York: Villard, 2000.

LEGADO DA MARVEL, **Os 8 Melhores Momentos da MARVEL na CCXP 2017!**. Disponível em:

<<https://legadodamarvel.com.br/8-melhores-momentos-da-marvel-na-ccxp-2017/>>. Acesso em: 30/06/2019.

LEONEL, G. G. Festa e sociabilidade: reflexões teóricas e práticas para a pesquisa dos festejos como fenômenos urbanos contemporâneos. In: **Cadernos de História**, Belo Horizonte, v.11, n. 15, 2º sem. 2010.

LÉVI-STRAUSS, C. **O Pensamento Selvagem**. Nacional, São Paulo. 1976.

MAGNANI, J.G. **Festa no Pedaco**. São Paulo. Ed. Brasiliense, 1984.

MARTIN-BARBERO, J. Comunicação e mediações culturais. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, vol XXIII, n. 1, jan-jun. 2000.

MATOS, P. O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão. **XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste -Intercom**, 2011.

_____. **O Nerd Virou Cool**: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão. Dissertação de Mestrado em Comunicação. Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2014.

NUGENT, B. **American Nerd**: The Story of My People. New York: Simon and Schuster, 2009.

NUNES, M. A cena cosplay: vinculações e produção de subjetividade. **Famecos**. Porto Alegre, v. 20, n. 2, pp. 430-445, maio/ago. 2013

OROFINO, M.I. **Mediações na produção de TV**: um estudo sobre o Auto da Compadecida. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

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

PEREZ, F. O mundo nerd. **Isto é**, 2014. Disponível em:
<https://istoe.com.br/362157_O+MUNDO+NERD/>. Acesso em 26/06/2019.

PEREZ, L.F. **Festa, religião e cidade**: corpo e alma do Brasil. Porto Alegre: Medianiz; 2011.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais de sociologia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006. 119p.

THORNTON, Sarah. **Club cultures**: music, media, and subcultural capital. Wesleyan University Press, 1996.

Valor Econômico: **CCXP mostra que todo mundo é um pouco nerd**. Disponível em:
<<https://www.valor.com.br/empresas/6014635/ccxp-mostra-que-todo-mundo-e-um-pouco-nerd>>
Acessado em 15/06/2019, às 14:29.