

Reflexões acerca da remediação no consumo de experiência na Comic Con experience

Reflections on remediation in consumption of experience in Comic Con experience

Reflexiones sobre la remediación en el consumo de experiencia en la experiencia Comic Con

Leonardo Soares da SILVA¹

Resumo

A partir da etnografia das edições de 2017, 2019, 2020 e 2021 da Comic Con Experience, evento realizado em São Paulo, este artigo relaciona a remediação e o consumo de experiência. Pautado na observação participante e em 10 entrevistas abertas e em profundidade, identifica os conceitos de imaginário coletivo, comum e suspensão voluntária da descrença, desenvolvendo reflexões que indicam que mais do que um conhecimento prévio, o consumo de experiência depende de uma anterioridade afetiva, formada através de ritualidades que antecedem o evento. Observando que ao longo destas ritualidades, abordadas segundo Jesus Martín-Barbero, ocorrem remediações, conceito apresentado por Jay David Bolter e Richard Grusin, o artigo considera, portanto, que elas contribuem para o consumo de experiência no evento.

Palavras-chave: Remediação; Consumo de Experiência; Ritualidades.

Abstract

Based on the ethnography of the 2017, 2019, 2020 and 2021 editions of Comic Con Experience, an event held in São Paulo, this article relates remediation and experience consumption. Based on participant observation and 10 open and in-depth interviews, it identifies the concepts of collective and common imagination and voluntary suspension of disbelief, developing reflections that indicate that more than prior knowledge, experience consumption depends on an affective antecedence, formed through rituals that precede the event. Observing that throughout these rituals, addressed according to Jesus Martín-Barbero, remediations occur, a concept

¹ Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Endereço de e-mail: lss_uffrj@yahoo.com.br . ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1122-2007>



presented by Jay David Bolter and Richard Grusin, the article therefore considers that they contribute to experience consumption at the event.

Keywords: Remediation; Experience Consumption; Rituals.

Resumen

A partir de la etnografía de las ediciones de 2017, 2019, 2020 y 2021 de Comic Con Experience, evento realizado en São Paulo, este artículo relaciona la remediación y el consumo de experiencia. A partir de la observación participante y de 10 entrevistas abiertas y en profundidad, identifica los conceptos de imaginación colectiva, común y suspensión voluntaria de la incredulidad, desarrollando reflexiones que indican que más que un conocimiento previo, el consumo de la experiencia depende de una anterioridad afectiva, formada a través de rituales que preceden al evento. Al señalar que a lo largo de estos rituales, discutidos según Jesús Martín-Barbero, ocurren remediaciones, concepto presentado por Jay David Bolter y Richard Grusin, el artículo considera que contribuyen al consumo de experiencia en el evento.

Palabras clave: Remediación; Consumo de Experiencia; Rituales.

Introdução

Comic Con é a abreviação de *Comic Convention*, um evento de cultura pop nascido inicialmente do desejo de reunir fãs de quadrinhos em um mesmo lugar para falar sobre suas histórias, comprar e vendê-los e encontrar os artistas responsáveis por criá-los. De acordo com o livro “*Comic-con: 40 Years of Artists, Writers, Fans & Friends*” de 2009, organizado pela *Comic-Con International-San Diego*, estes eventos cresceram e se transformaram, promovendo atrações relacionadas também a livros, cinema, plataformas de streaming, televisão e games.

A maior Comic Con do mundo, a Comic Con Experience (CCXP), é brasileira (Pinheiro, 2022). Criada em 2014 pelo grupo Omelete, juntamente com a Chiaroscuro Studios e a Piziitoys, ocorre durante a primeira semana do mês de dezembro, no Centro de Convenções São Paulo Expo, na cidade de São Paulo. Esta Comic Con reúne, ao longo de quatro dias, varejistas que comercializam produtos exclusivos da cultura pop; estúdios de cinema, de plataformas de streaming e de televisão, que montam estandes onde divulgam suas produções com atividades para os fãs e realizam painéis com artistas e diretores, onde exibem trailers inéditos e pré-estreias de filmes, séries e animações, em um auditório chamado Cinemark; também reúne quadrinistas profissionais e iniciantes, que se concentram em um espaço conhecido como Artist’s Alley, onde vendem suas artes autografadas e tiram fotos com fãs. O evento possui



ainda uma área voltada para games, uma dedicada aos criadores de conteúdos para a internet e um espaço para *cosplayers*.

A partir da etnografia de quatro de suas edições — 2017, 2019, 2020 e 2021 — foi possível perceber que o “*experience*” não estava apenas no nome. Havia na CCXP o “consumo de experiência”, abordado no artigo “Consumo de experiência’ e ‘experiência de consumo’: uma dimensão conceitual” (2015) de Claudia Pereira, Tatiana Siciliano e Everardo Rocha. De acordo com os autores

implica necessária e simultaneamente os seguintes pressupostos: (1) um espaço físico ou virtual, cujo acesso pressupõe, necessariamente, alguma espécie de “preço”, e que seja intencionalmente preparado para que ele vivencie sensações, emoções e impressões dentro de um tempo delimitado e pontual; (2) uma preparação ritualizada anterior; (3) uma narrativa, fragmentos dela ou alguma referência previamente conhecida; (4) a participação consensual do indivíduo ou do grupo em uma espécie de acordo tácito entre os participantes com relação à suspensão da descrença e aos aspectos lúdicos, mágicos ou imaginados que serão, naquele espaço, apresentados como “simulacro”; (5) o deslocamento de significados subjetivamente experimentados; e, finalmente, (6) que tal repertório dotado de significado tenha total correspondência com a narrativa de origem” (Pereira, Siciliano e Rocha, 2015, p. 9).

A etnografia revelou que era possível identificar cada um destes pressupostos no evento. Contudo, uma questão chamava a atenção: os elementos das narrativas “previamente conhecidos”, como definido no terceiro pressuposto, eram encontrados em diferentes mídias acessadas antes da Comic Con. Um super-herói, por exemplo, oriundo de uma história em quadrinhos, estava também em um filme, em uma série, em um game e até em um livro. Isto acontecia graças à Remediação, conceito abordado por Jay David Bolter e Richard Grusin no livro “*Remediation: understanding new media*” (2000), segundo o qual uma mídia faz referência à outra a partir de seu conteúdo em um processo ininterrupto de hibridismo (Bolter e Grusin, 2000).

Diante deste fato, este artigo, pautado na observação participante e em entrevistas abertas e em profundidade realizadas a partir da etnografia pautada na perspectiva dialógica apresentada por James Clifford em seu livro “A Experiência Etnográfica” (2002), traz reflexões que buscam explicar a relação entre o consumo de experiência observado na CCXP e a remediação. Para tanto, transita pelos conceitos de imaginário coletivo de Michel Maffesoli, comum de Muniz Sodré e suspensão voluntária da descrença de Samuel Taylor Coleridge.



A etnografia da Comic Con Experience

A etnografia consiste em uma contribuição teórica (Peirano, 2014). Não se trata de um detalhe metodológico. O estudo realizado na CCXP se debruçou sobre as experiências vivenciadas pelos participantes e pelo pesquisador e exigiu uma perspectiva teórica que abordasse diálogos e interações no campo, a partir de um processo que negociasse as visões da realidade analisada. Assim, por possibilitar que, ao longo das interlocuções observadas durante a participação no evento, os paradigmas discursivos fossem pautados em uma relação comunicativa verbalizada entre todos que estavam no campo, proporcionando uma tessitura textualizada, a perspectiva dialógica apresentada por Clifford (2002) foi aplicada.

Além desta contribuição teórica, na etnografia foi aplicado ainda o método-pensamento abordado por Janice Caiafa no livro “Aventura das cidades: ensaios e etnografias” (2007). A abordagem teórica da antropóloga utiliza o regime de simpatia. A simpatia consiste em ligações formadas por afetos capazes de gerar aproximações, evitando tanto identificações, responsáveis pelo contágio e a confusão do pesquisador com os outros que ele observa, como o julgamento. Portanto, não envolve se distanciar para compreender o outro, nem se tomar por este outro, mas ter algo a ver com ele, agir com ele e sentir com ele. Focado no “simultâneo” e não no “igual”, este regime é marcado por uma produção coletiva, desenvolvida a partir de uma atitude constituída por uma inquietação intelectual e afetiva (Caiafa, 2007). Este “ter a ver com o outro” permitiu que o pesquisador compartilhasse com os demais participantes suas paixões pela cultura pop, ao mesmo tempo em que se deixava afetar pelo campo, estabelecendo uma distância com relação ao objeto em que também não ficasse longe demais. Assim, o fato de ser fã de cultura pop e de já conhecer o evento quando iniciou a etnografia, não prejudicou a pesquisa, que foi pautada na observação do familiar.

Contudo, ressalta-se que isto só foi possível, porque a CCXP é marcada por uma série de agenciamentos. O regime de simpatia só pôde ser aplicado porque tudo no evento se conectava. Os participantes, os funcionários, os vendedores, os artistas do Artist’s Alley e as celebridades interagem e de alguma forma estavam ligados aos produtos e aos elementos dos estandes e dos painéis que faziam referência às narrativas de cultura pop. Havia uma pluralidade de vozes e de presenças de que o pesquisador também fazia parte. Como partilhavam as experiências e os afetos delas decorrentes, a observação participante foi “colorida” pelo que os demais falavam e



descreviam. A experiência do pesquisador também foi considerada e as relações estavam acopladas ao conjunto de significados correspondente à Comic Con.

Percebe-se também que da mesma forma que nos dialogismos de Bakhtin (1997), em que há sentidos que não se originam no momento da enunciação, mas sim fazem parte de um continuum (Pires, 2002), nos agenciamentos observados não havia um sujeito inicial. Identificava apenas conexões entre as ações e paixões ao longo dos momentos em que as edições foram vivenciadas. Desta forma, nenhuma voz se destacava em relação às outras e isto foi aplicado durante as entrevistas. Buscou-se uma flexibilidade que transmitisse as trocas de entonações que existiam entre elas. Deixaram-se vir interferências que suavizaram a objetividade do texto do pesquisador, cuidando para que a sua voz não ficasse onisciente, ofuscando as demais. Ela se aproximava das outras por simpatia, graças a um “deixar falar” que possibilitou que cada integrante do evento abordado por ele participasse de alguma forma da construção da etnografia.

Cada entrevista foi literalmente transcrita, com o objetivo de fazer com que os sujeitos dos enunciados fossem também sujeitos da enunciação, de modo a transmitir para o texto a multiplicidade dos agenciamentos do campo e, assim, aplicar a perspectiva dialógica.

Ressalta-se que o evento não foi analisado em si mesmo como dimensão imanente, mas sim estudado em um contexto mais amplo, considerando todos os seus acontecimentos, produtos, narrativas, além dos sentimentos, das ações e das relações dos participantes entre si e com os elementos da cultura pop nela presentes. Fatos de momentos que marcaram o evento desde sua primeira edição foram buscados em sites dedicados à cultura pop. Como orientado por Caiafa (2007), a pesquisa não se limitou a um recorte relativo aos períodos em que o pesquisador permaneceu no campo.

Este artigo, portanto, utiliza o que foi identificado na observação participante e em 10 entrevistas. Assim, traz as declarações de Rafaela e Juliana, feitas durante o evento, e de André, Bruna, Carolina, Gustavo, Maicon, Mateus, Vinicius e Vitor, realizadas com data marcada pela plataforma ZOOM. Por motivos de sigilo, foi utilizado apenas o primeiro nome de cada entrevistado. Destaca-se que as entrevistas foram feitas em dois momentos, porque se observou que entrevistar os participantes durante o evento era bastante desafiador, considerando que demonstravam pouco interesse, visto que queriam aproveitar a Comic Con ao máximo.



Remediação

Os elementos encontrados nas atrações e atividades da CCXP faziam referência a narrativas de filmes, séries, livros, quadrinhos e games, que transitavam entre as diversas mídias representadas no evento. Uma personagem podia estar no cinema, na televisão, em uma plataforma de streaming, em um livro, um quadrinho e em um game, vivendo histórias semelhantes ou não. Configurava-se na Comic Con, portanto, a Remediação.

A Remediação é a mediação da mediação (Bolter e Grusin, 2000). Bolter e Grusin (2000) afirmam que ela é marcada pela lógica da imediação, pois, muitas vezes, ao longo deste processo, uma mídia não faz menção à outra. Não é possível identificar uma interação nítida entre elas. Para exemplificar esta questão, os autores fazem referência às adaptações dos romances de Jane Austen para o cinema:

Algumas das adaptações são bastante gratuitas, mas (exceto para os estranhos *Clueless*) os filmes de Austen, cuja popularidade varreu os outros de lado, são historicamente precisos nos trajes e cenários e muito fiéis aos romances originais. No entanto, eles não contêm nenhuma referência aberta aos romances em que se baseiam; certamente não reconhecem que são adaptações. Reconhecer o romance no filme interromperia a continuidade e a ilusão de imediatismo que os leitores de Austen esperam, pois eles desejam ver o filme da mesma maneira perfeita com que leem os romances. O conteúdo foi emprestado, mas o meio não foi apropriado ou citado (Bolter e Grusin, 2000, p. 44, tradução nossa)².

Na imediação, tanto a mídia original, como o próprio meio desaparecem e nos deixam diante do que se representa (Bolter e Grusin, 2000, p. 6). O propósito é ocultar a mediação a ponto de dar a sensação de que ela foi apagada por completo, de modo que o observador se sinta na presença dos objetos (Dubois, 2019).

Os filmes, as séries e os games a que a CCXP faz referência apresentam narrativas com elementos oriundos de livros e histórias em quadrinhos, mas não fazem menção a estas mídias. Os oito filmes de Harry Potter, por exemplo, não citam os sete livros da personagem. Apenas seu conteúdo é reconhecido pelos participantes, antes e

² There has been a particular vogue for the novels of Jane Austen (*Sense and Sensibility*, *Pride and Prejudice*, and *Emma*). Some of the adaptations are quite free, but (except for the odd *Clueless*) the Austen films, whose popularity swept the others aside, are historically accurate in costume and setting and very faithful to the original novels. Yet they do not contain any overt reference to the novels on which they are based; they certainly do not acknowledge that they are adaptations. Acknowledging the novel in the film would disrupt the continuity and the illusion of immediacy that Austen's readers expect, for they want to view the film in the same seamless way in which they read the novels. The content has been borrowed, but the medium has not been appropriated or quoted.



durante o evento. Na edição de 2019, a CCXP montou ao lado da *Harry Potter Store* (loja oficial de Harry Potter) uma réplica do expresso de Hogwarts, que no intervalo de alguns minutos apitava e soltava fumaça, simulando a partida. Apesar de o trem ser uma cópia do que se assistia no filme, o evento não fazia qualquer menção à mídia.

Há uma transparência das interfaces entre as mídias, com vistas a constituir uma relação imediata entre o usuário e seu conteúdo. Dentro da lógica da imediação, os indivíduos se sentem tão imersos na mídia que esquecem que existe materialidade e um conjunto de convenções entre eles.

Também na edição de 2019, a CCXP trouxe uma exposição em homenagem ao Batman, que completava 80 anos. Nela havia a reprodução de elementos de narrativas de diversas mídias, como a sala da mansão Wayne e o batmóvel da série que passava na televisão na década de 1960, o batmóvel do filme Batman de Tim Burton e a batmoto de “Batman: O Cavaleiro das Trevas” de Cristian Nolan que estrearam no cinema em 1989 e 2008, respectivamente.

Há muito tempo, os super-heróis saíram das páginas dos quadrinhos para as telas do cinema, da televisão e dos computadores. Em 1941, foi filmado o primeiro filme *live action* do tipo, “Capitão Marvel”, conhecido nos dias atuais como “SHAZAM!” (Ikeda, 2019). Posteriormente, em 1978 foi filmado “Superman”, ganhador do Oscar de Melhores Efeitos Especiais, e em 1989 foi lançado “Batman”, vencedor do Oscar de Melhor Direção de Arte (Avila, 2020). Mas, foi a partir da última década que esse tipo de filme conquistou um grande sucesso. De acordo com Bridi (2019), a maior bilheteria mundial de 2019 foi do filme “Vingadores: Ultimato” (US\$ 2,797 bilhões de dólares). A terceira e quarta maiores bilheterias do mesmo ano foram também de filmes de super-heróis, “Homem Aranha Longe de Casa” (US\$ 1,131 bilhão de dólares) e “Capitã Marvel” (1,128 bilhão de dólares).

A *MARVEL Studios* mudou a forma de assistir a filmes. A criação de um universo compartilhado, o *MARVEL Cinematic Universe* — Universo Cinematográfico da *MARVEL* —, construído por uma narrativa central, definiu novas ritualidades. Assim como nos quadrinhos, em que cada revista acrescenta um novo elemento a uma história central, os lançamentos no cinema eram peças para entender uma narrativa maior e, apesar de ser possível compreender os filmes isoladamente, era preciso acompanhá-los na sequência de lançamento para saber o que estava acontecendo e o que ainda viria (Carvalho, 2019).



Os “Vingadores” (*Avengers*) foram criados por Jack Kirby e Stan Lee, em setembro de 1961, em “*Avengers #1*”, revista em quadrinhos que reuniu Thor, Hulk, Homem de Ferro, Homem Formiga e a Vespa contra o deus da trapaça Loki. Em 2012, mais de 50 anos depois, o grupo, ainda sem o Homem Formiga e a Vespa, lutou contra o mesmo vilão nos cinemas no filme “Os Vingadores” (*Avengers*).

A CCXP promove diversas atrações com base nos filmes da *MARVEL Studios*. Em todas as edições, a Disney montou estandes com referências, como estátuas representando cenas dos filmes, artefatos e figurinos trazidos diretamente dos estúdios. Em 2015, por exemplo, exibiu o martelo de Thor e o escudo do Capitão América, utilizados no filme “Vingadores – Guerra de Ultron”.

Além da MARVEL, a DC também esteve presente. A Mulher Maravilha ganhou destaque em vários momentos da edição de 2019. A super-heroína foi criada por William Moulton Marston e Harry G. Peter, em uma revista em quadrinhos publicada em 1941 e desde então, tem vivido diversas aventuras, muitas delas desenhadas por Mike Deodato Jr., que participou do Artist’s Alley, também na edição de 2019. No mesmo ano, a *Warner Media*, estúdio responsável pelos filmes da personagem, montou um estande chamado “laço da verdade” que, assim como o artefato de mesmo nome retratado nas histórias em quadrinhos, nas animações e nos filmes, detectava se os participantes estavam mentindo. No mesmo ano, o auditório Cinemark e o estande Omelete Arena receberam a atriz Gal Gadot, que interpreta a personagem nos cinemas.

Quando Gal Gadot apareceu, as pessoas gritavam seu nome com elogios como “linda”. A cada gesto seu, o público reagia com mais euforia. Em determinado momento, a atriz começou a cantar. “Meu Deus, que mulher linda!” a participante Juliana que estava do meu lado gritou. Quando Gal Gadot declarou “Vocês brasileiros são os melhores fãs!”, o público parecia em êxtase.

As narrativas de livros também são adaptadas para o cinema. Um dos títulos citados nas entrevistas foi o da trilogia de “O Senhor dos Anéis”. Muitos participantes conheceram suas narrativas a partir dos filmes. De acordo com Vinícius: “Eu curto Senhor dos Anéis. Já li os três livros, vi os três filmes e já li o Silmarillion. Mas assisti aos filmes primeiro, porque eu era bem criança quando conheci.”

Segundo Gustavo: “O Senhor dos Anéis, não tem um trabalho assim que eu tenha adorado mais”. O participante também não conheceu as narrativas pelos livros. Contudo, em vez de ter assistido aos filmes primeiro, entrou em contato com a narrativa porque jogava os games:



Eu comecei mais a gostar de Senhor dos Anéis pelos jogos. Aí uma vez me toquei, “Mano eu lembro que tem filmes!”, aí assisti aos filmes e gostei dos filmes. Depois falei “Tem livros!”. Como trabalhei na biblioteca do colégio em que eu estudava, li os três livros de “O Senhor dos Anéis”. Me apaixonei mais ainda. Tanto que minha primeira tatuagem foi a árvore branca de Gondor. Então um amor pelo universo de Tolkien né? Tanto os jogos, livros e filmes. (Gustavo)

Gustavo relatou que, na edição de 2016, se esforçou para entrar no Cinemark e assistir ao painel com David Wenham, o Faramir da trilogia de filmes de “O Senhor dos Anéis”: “Eu saí às 4 horas da manhã da baixada e cheguei lá às 5 horas da manhã, na fila para entrar no auditório. Eu fui exatamente naquele dia para ver aquilo.”. Quando perguntado se vibrou no auditório porque ele era fã da personagem Faramir, ele disse: “Eu vibrei porque era mais Senhor dos Anéis. Afeto eu tenho mais com o Gimli e com outros personagens, como o Gandalf.”.

Enquanto me contava sobre sua experiência no auditório Cinemark, ele declarou: “mesmo não sendo fã do Faramir, estar lá com ele foi uma sensação maravilhosa, foi como se estivesse vendo um pedacinho da história que eu sempre quis ver. É indescritível aquilo ali.”.

Em 2020, na CCXP Worlds, edição digital da CCXP, foi realizado um painel para falar das histórias em quadrinhos do herói japonês Jaspion, que protagonizou uma série de televisão exibida no Brasil nas décadas de 1980 e 1990 pela rede Manchete.

Além da imediação, a mediação envolve também a hipermediação. “Se a lógica do imediatismo leva a apagar ou a automatizar o ato da representação, a lógica da hipermediação reconhece múltiplos atos de representação e os torna visíveis.” (Bolter e Grusin, 2000, p. 33, tradução nossa)³. De acordo com esta lógica, a mediação é evidente, pois se constitui um espaço heterogêneo que busca a atenção do usuário. A lógica da hipermediação procura reproduzir a riqueza sensorial da experiência humana ao multiplicar os signos da mediação (Bolter e Grusin, 2000, p. 34).

Assim, há o esforço para que o usuário reconheça o meio como meio e se satisfaça com esse reconhecimento. Este é fruto da multiplicação de espaços e mídias que redesenham repetidamente relações visuais e conceituais entre tais espaços mediados, podendo essas relações resultarem de uma justaposição ou absorção entre

³ If the logic of immediacy leads one either to erase or to render automatic the act of representation, the logic of hypermediacy acknowledges multiple acts of representation and makes them visible



as mídias. A hipermediação pode ocorrer também através de um meio único e aparentemente unificado, quando a representação realista é ampliada ou rompida.

Enquanto a imediação ocorria antes da Comic Con, a hipermediação acontecia durante o evento. Era visível o reconhecimento das diversas mídias que faziam referências às narrativas da cultura pop.

Como dito, as Comic Cons são eventos criados inicialmente para o público dos quadrinhos. Na CCXP, ao mesmo tempo em que podiam comprá-los, os participantes podiam também pedir autógrafos de seus autores e ilustradores favoritos.

Vinícius contou como foi a experiência de pegar o autógrafo de Frank Miller em 2014. O quadrinista é o autor de obras clássicas, como, por exemplo, “Batman: O Cavaleiro das Trevas” e “300”:

Consegui pegar o autógrafo do Frank Miller. Ele é mó gente boa! Podíamos autografar o pôster ou uma revista. Eu levei o “Cavaleiros das Trevas” versão original em inglês. Eu estava nervoso pra caraca, sem saber como falar em inglês e aí ele me perguntou por que eu estava nervoso, já que ele era só um ser humano. (Vinícius)

Mateus também interagiu com alguns ídolos dos quadrinhos:

Eu consegui ver o cartunista Pedro Leite. Consegui falar com ele, pegar autógrafo e tudo. E o artista Gustavo Borges que fez “A vida de Morte Crens”. São dois artistas que eu consegui falar e conversar. E foi bem legal porque você podia estar bem perto e falar “Puxa! Acompanho você desde não sei quando, acho legal o seu trabalho por isso, isso e isso!”. (Mateus)

Com o passar do tempo, outras mídias, como o cinema, os livros, a televisão, os *streamings* e os games, foram também consideradas e passaram a interagir construindo a dinâmica do evento.

Além dos quadrinhos, Mateus pôde interagir no estande do canal de Youtube UTC (*Ultimate Trocadilho Championship*) com os *youtubers* Marcos e Luciana Castro. O casal é personalidade de outra mídia identificada no evento, o *streaming*: “Em 2019 eu fiquei acompanhando o UTC, fiquei lá assistindo, participei, depois tirei foto e postei. O Marcos Castro e a mulher dele compartilharam meus stories! Foi emocionante! Da hora!”.

André contou sobre seu encontro com Timothy Zahn, escritor de livros do universo Star Wars:

Uma história bem legal também foi com o Timothy Zahn. Ele é um escritor que fez uns livros do Star Wars. Ele escreveu acho que vários, mas tem uma série de três livros e eu tinha comprado os três e ele



estava autografando. E ali no momento em que ele estava autografando eu fui conversar com ele e fui perguntar quem que ele conhecia, se ele conhecia o George Lucas e ele foi soltando algumas informações de bastidores ali e isso para gente que é fã parece que te deu uma pepita. (André)

No auditório Cinemark a hipermediação também se manifestava de forma intensa. Ao longo dos anos, foram exibidas diversas pré-estreias de filmes, como “Moana”, em 2016, “Viva: a vida é uma festa”, em 2017, “Aquaman” e “Creed II” em 2018 e “FROZEN 2” em 2019. Em 2015, a CCXP exibiu no auditório um filme contando a história de Maurício de Souza. Neste painel, diversas criações suas foram mostradas – quadrinhos, animações e filmes – manifestando a capacidade de, através da hipermediação, o evento estimular a multiplicidade dos meios. Rafaela, que participou da atração, destacou a experiência emocionante:

Um outro momento marcante para mim foi num painel da Maurício de Souza Produções, que eles fizeram também um, um, como é que eu vou dizer? Um filme passando tudo o que a Mônica produções já tinha feito, lá do início, desde quando o Maurício tinha começado a criar os desenhos dele, as tirinhas e tudo mais e isso lembrou muito da minha infância também, dos gibis, né? E eu vi muita gente do meu lado, gente de 30 anos, chorando, assim, às lágrimas. Foi muito emocionante e trouxe a nostalgia do tempo da infância, quando eu lia aqueles gibis. (Rafaela)

A imediação e a hipermediação atuam como mecanismos para que a remediação seja atingida, de modo que há uma relação de dependência entre as duas lógicas. Enquanto a imediação busca a transparência, procurando ocultar a mediação e permitindo que um conteúdo de uma mídia seja referenciado e aproveitado por outra mídia sem que se perca a continuidade da narrativa, a hipermediação, ao estimular a multiplicidade dos meios, permite que o usuário vivencie a experiência do meio como uma experiência autêntica.

Assim, cada meio traz o traço de um (ou de muitos) antigo(s) meio(s) de modo visível ou não (Dubois, 2019). Cada ato de mediação depende de outros atos de mediação. As mídias estão continuamente comentando, reproduzindo e substituindo umas às outras e esse processo é parte integrante delas. Segundo Bolter e Grusin (2000), elas precisam uma das outras para funcionarem como mídia. Não há, neste processo, um sentido de progresso entre elas na remediação. Elas não seguem necessariamente uma ordem cronológica. Uma nova mídia não é mais importante que a outra. Os autores explicam que existe uma progressão histórica de novas mídias



remediando anteriores, mas em uma “genealogia de afiliações” e não em uma história linear, de modo que nessa genealogia mídias consideradas mais antigas, anteriores, também podem remediar as mais recentes. Utilizam a expressão “constelação de mídias”, pois consideram que nenhum meio atua de modo autônomo, estabelecendo um espaço isolado e purificado de significado cultural (Bolter e Grusin, 2000, p. 55).

Diante da identificação da Remediação na CCXP, é preciso entender agora seu papel no consumo de experiência identificado ao longo das atividades e atrações promovidas pelo evento.

A relação entre Consumo de Experiência e Remediação

A etnografia mostrou que, ao longo de todo o evento, há elementos que fazem referência às narrativas da cultura pop. Para entender como o conhecimento prévio destas narrativas é formado é preciso considerar o que os participantes fazem com as mídias antes do evento. Neste sentido, ganha importância a ritualidade⁴, mediação abordada no livro “Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia” (2003) por Jesus Martín-Barbero.

Segundo o autor, mediações são “as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais” e envolvem “diferentes temporalidades” e uma “pluralidade de matrizes culturais” (Martín-Barbero, 2003, p. 270). Para ele, a partir das mediações é possível compreender os fatores que definem não apenas as escolhas de produção e consumo efetuados pelos sujeitos, mas também como as mensagens são por eles entendidas (Cunha e Scalei, 2018).

Sifuentes e Escosteguy (2016) consideram que as ritualidades promovem gramaticidades, ou seja, a repetição de práticas sociais a partir de regras de significação e, deste modo, criam as rotinas responsáveis por tornar a ocorrência de tais práticas regular. Estas gramaticidades, ou “gramáticas de ação”, envolvem a memória e as formas de ver/ler/ouvir (Cunha e Scalei, 2018). Segundo Martín-Barbero (2003, p. 19), “vistas a partir das Competências de Recepção, as ritualidades remetem, de um lado, aos diferentes usos sociais dos meios [...] e de outro lado, às múltiplas trajetórias

⁴ Devido ao escopo do artigo, não foi possível problematizar a esfera mercado/produção através de uma perspectiva mais ampla do mapa das mediações comunicativas da cultura. Diante do teor mercadológico do evento, seria importante abordar, além da ritualidade, a tecnicidade, como organizadora perceptiva que articula inovações tecnológicas à discursividade; e a sociabilidade, que revela as relações entre os indivíduos, responsáveis por suas identidades e pertencimentos pautados em experiências além dos meios de comunicação. Não se observou a institucionalidade no evento.



de leituras.”. Para Rossini (2010), os usos sociais dos meios e as trajetórias de leitura formam saberes a partir da memória, dos costumes e da cultura letrada, oral e audiovisual. Leal (1986, p. 48) complementa afirmando que “a repetição contínua estabelece convenções e mobiliza afetos, emoções e atitudes”, pois é na experiência concreta que os significados são gerados e através das vivências ocorre sua apropriação. Assim, os usos das mídias e a repetição das práticas no cotidiano dos participantes antes da CCXP fazem com que eles entrem em contato com as narrativas da cultura pop, conheçam seus elementos e desenvolvam por eles os afetos que antecedem o evento.

Contudo, como abordado anteriormente, estes elementos transitam entre diversas mídias. Isto podia ser observado durante as entrevistas. Maicon falou: “Quando sai um filme [do MCU] eu corro para ler a história daquele filme. Eu compro, baixo e leio em PDF.”.

Bruna também lia quadrinhos em meio digital: “os [quadrinhos] periódicos que saem eu prefiro usar o tablet. Quadrinhos internacionais eu leio no tablet e eu compro as colecionáveis quando vem aqueles boxes grandes bonitos.”. Ao ser perguntada se também assistia aos filmes de super-heróis, ela falou sobre sua reação ao primeiro filme do Homem de Ferro (2008) protagonizado pelo ator Robert Downey Jr.:

Quando saiu o filme do Homem de Ferro, muita gente perguntou se era do mágico de Oz e eu falei “Não tem nada a ver! É um personagem da *MARVEL!*”. E eu sou de discutir. Ninguém pode falar uma coisa errada de quadrinhos comigo que eu fico louca. Aí eu falei “Eu conheço esse personagem! Ele é muito legal!” E eu tinha lido há pouco tempo ‘O Demônio da Garrafa’, que é uma revista incrível. (Bruna)

A declaração da participante indica que seu conhecimento sobre a personagem Homem de Ferro foi formado a partir de um dos quadrinhos do super-herói e este conhecimento é levado para o cinema a ponto de ela “discutir” com quem não o conhece.

Na entrevista de Carolina também foi possível identificar as ritualidades responsáveis por formar o conhecimento prévio sobre as narrativas encontradas no evento. Quando questionada se ela se lembrava de alguma ativação de algum estande que a havia marcado, prontamente disse “*Game of Thrones*”:

Eu fui três vezes no mesmo estande. Primeiro, que eu estava na fila e já estava maluca, porque *Game of Thrones* é a minha série favorita da vida. Quando eu fui no estande eu e vi o negócio para tirar foto, sai correndo e falei para minha amiga “Você vai tirar uma foto agora!”. Era



tipo um vidro gigante, com um negócio em cima e embaixo e você entrava no meio e tava escrito *Game of Thrones* e tinha os dois lados o azul e o vermelho, sabe? Meu, lindão! (Carolina)

Quando ela falou que “*Game of Thrones*” era sua série favorita, perguntou-se se parava tudo no domingo para ver a série na televisão. Ela respondeu: “todo domingo eu e o meu pai, com a camiseta igual, a gente sentava e assistia junto.”. Ela acrescentou logo em seguida: “a mesma camiseta, a camiseta do mapa, sabe? Eu comprei inclusive na Comic Con de 2018. Eu comprei igual para mim e para meu pai para gente assistir junto.”. Quando perguntada se tinha lido os livros, ela disse: “eu tô num processo. Eu tenho o box. Eu tô no primeiro e você tem que pensar que cada livro tem mil e poucas páginas. O primeiro tem 1200 e eu já li 650.”

A ativação que mais marcou Carolina foi a que faz referência à narrativa de “*Game of Thrones*” série do canal HBO transmitida todos os domingos e que se originou dos livros “*As Crônicas de Gelo e Fogo*”, criadas por George R. R. Martin. Contudo, apesar de os livros terem sido escritos antes da série, foi através da televisão que ela conheceu a narrativa.

Assim como Carolina, Vinícius e Gustavo conheceram também as narrativas de um livro por outra mídia. Como abordado, Vinícius relatou que assistiu aos filmes de “*Senhor dos Anéis*” antes de ler as histórias, enquanto Gustavo as conheceu através dos games e só foi ler os livros depois de ter assistido aos filmes.

No caso dos filmes da saga *Star Wars*, as narrativas geraram livros, séries, quadrinhos e games. Sobre a franquia, Vinícius disse: “De *Star Wars* eu gosto! Acompanho os filmes, as séries, os desenhos. Joguei alguns games, que são muito bem-feitos, mas não sou bem inteirado nos quadrinhos.”. Assim como Vinícius, Vitor também acompanha todas as produções da franquia: “Eu sou fã eu vi todos os filmes, todas as séries. Eu li o livro do ‘*Aftermath*’. Eu li alguns quadrinhos de *Star Wars*.”.

Com base nas entrevistas é possível considerar, portanto, que a remediação tem grande relevância na formação das ritualidades em que se envolvem os participantes da CCXP.

Contudo, é preciso destacar que além de dominar toda a trama conceitual das diversas narrativas da cultura pop, os participantes também nutriam sentimentos por suas personagens, cujas histórias despertavam emoções ao longo de seu dia a dia. Havia o afeto pelos elementos das narrativas. Gustavo, por exemplo, disse que era tão fã de “*O Senhor dos Anéis*” que tatuou a árvore de Gondor na sua perna. Já Carolina



falou: “estava na fila e já estava maluca, porque *Game of Thrones* é a minha série favorita da vida”. Assim, além de um conhecimento prévio, as ritualidades produziam uma anterioridade afetiva.

A anterioridade afetiva é formada pela relação entre o saber e o afeto, promovidos antes da CCXP. Na medida em que os participantes acessavam cada um dos mundos representados nestas narrativas, seus elementos passavam a fazer parte de suas vidas. Quando chegavam ao evento, todas as personagens e os acontecimentos retratados nos quadrinhos, livros, filmes, séries e games estavam configurados em uma história maior, que concatenava a diversidade dos elementos destas narrativas com que entravam em contato ao longo do seu cotidiano. A anterioridade afetiva se revelava a partir do reconhecimento destes elementos nos estandes em que os bens da cultura pop eram comercializados e as atividades desenvolvidas pelos estúdios eram realizadas e nos auditórios onde as atrações convidadas para os painéis se apresentavam. Por exemplo, em 2019 era possível fazer um treinamento jedi com sabres de luz no estande de *Star Wars*; em 2015, os participantes podiam atirar em zumbis no estande da série *The Walking Dead*; e em 2016, eles podiam pular de uma plataforma de seis metros da mesma forma que o protagonista do filme *Assassin's Creed*.

A própria CCXP organizava a heterogeneidade das narrativas e dos afetos produzidos antes de suas edições e, assim, possibilitava a identificação de referências. Contudo, esta heterogeneidade ocorria não somente pela diversidade de histórias e personagens, mas também pelo fato de estes transitarem entre diversas mídias: os *jedis* são oriundos de filme, mas aparecem também em quadrinhos, games e séries; *The Walking Dead* surgiu de um quadrinho, mas alcançou sucesso com uma série exibida pelo canal FOX; enquanto *Assassin's Creed* originalmente é um game, mas em 2016 o estande estava divulgando o filme. A heterogeneidade era ampliada, portanto, pela remediação.

Outro ponto a considerar é que quando leem um livro ou quadrinho, assistem a uma série ou a um filme ou quando jogam um game, os participantes da CCXP entram em contato com o mundo ficcional de determinada narrativa. A partir deste momento, os elementos deste mundo passam a fazer parte de seu imaginário.

Segundo Durand (2011), o imaginário humano é o lugar onde estão todas as imagens possíveis criadas pelo homem. Em cada edição, a Comic Con fez referências a vários elementos dos mundos ficcionais oriundos das narrativas da cultura pop e, para



tanto, utilizou-se de imagens, como, por exemplo, o expresso de Hogwarts e a exposição de 80 anos do Batman, na edição de 2019.

Bachelard (1998), por sua vez, chama a atenção para o fato de que o imaginário não é apenas um grupo de imagens conhecidas a partir de devaneios interrompidos. Como complementa Rocha (2016), quando construídas e significadas através da cultura, as imagens atuam como uma porta de entrada para o imaginário. Neste sentido, promovem questões profundas, pois constituem um complexo sistema de símbolos, em que o simbólico é utilizado não apenas como forma de expressão, mas, de acordo com Castoriadis (1982, p. 154) “para fazer o imaginário existir”. As imagens, assim, são mais que representações, tendo em vista que os símbolos atuam como veículos de significado e como tal carregam ideias, valores e emoções (Rocha, 2016).

Como os elementos narrativos que constroem o imaginário do evento são reconhecidos pelos participantes, é possível considerar que este imaginário é coletivo. Em “A Transfiguração do Político: a tribalização do mundo” Michel Maffesoli define que o imaginário coletivo é “o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado, nação, de uma comunidade, etc.” e consiste em “uma fonte comum de emoções, de lembranças, de afetos e de estilos de vida, que atua como cimento social.” (Maffesoli, 2001, p.76). Segundo o autor, não apenas os símbolos, os objetos e as imagens são elementos de identificação, mas principalmente as paixões que promovem. Mais do que gerar identificações a partir das mesmas paixões, o imaginário coletivo é responsável por estabelecer um vínculo entre os integrantes de um grupo e o seu entorno. Para ele, a “imagem é antes de tudo um vetor de comunhão” (Maffesoli, 1995, p. 93).

Se o imaginário coletivo reúne elementos dos diversos mundos ficcionais da cultura pop, atuando como “cimento social”, ele concatena significados e toda a emoção que geram nos indivíduos, realizando o ordenamento simbólico da dimensão constituinte do evento. Além deste fato, estabelece uma relação viva e recíproca entre o evento e os seus participantes e vincula afetos e comportamentos, fazendo os participantes “agirem em comum”.

Em sua entrevista, Carolina falou que no painel de “Mulher maravilha 1984”, no auditório Cinemark em 2019, todos estavam ganhando duas pulseiras que brilhavam quando batiam nelas. De acordo com a entrevistada, “na hora que ela [Gal Gadot] subiu, ninguém teve que falar nada, já estava todo mundo de mão levantada fazendo assim [gesto de braços cruzados], todo mundo!”. De acordo com Carolina, a reação



simultânea dos participantes surpreendeu a atriz: “Aí as primeiras palavras dela que lembro assim foi ‘Uau! Isso é tão bonito!’ Aí eu falei ‘Meu Deus!’ [ela fala com empolgação]. Eu fiquei muito feliz.”

O “agir em comum” foi apresentado na introdução do livro “A Ciência do Comum: notas sobre o método comunicacional” (2014) de Muniz Sodré. Para o autor, o comum é uma relação viva e recíproca estabelecida a partir de um território simbólico, que vincula afetos e comportamentos (Sodré, 2014). No evento, este território simbólico era formado a partir das narrativas de cultura pop, concatenadas pelo imaginário coletivo.

É importante ressaltar mais uma vez que este afeto era anterior ao evento, formado a partir das ritualidades, em que ocorriam remediações. Na experiência vivida por Carolina, o gesto de braços cruzados da Mulher Maravilha já havia aparecido nos quadrinhos, na televisão e nos cinemas.

Outro ponto importante é que apesar de ligado ao “imaterial”, o imaginário não deve ser considerado uma mentira. O imaginário, “embora seja de natureza distinta daquilo que por hábito chamamos de real, é por seu turno um sistema de ideias-imagens que dá significado à realidade, participando, assim, de sua existência”. Como uma dimensão da realidade, não pode ser considerado um devaneio (Pesavento, 1995).

Apesar de fazer pensar no “mundo da fantasia”, o imaginário “não se trata de um fenômeno falso e/ ou irreal, e mesmo irracional, antes o contrário, quando visto como cultura as distinções entre razão/imaginação e/ou real/imaginário se esvaziam” (Rocha, 2016, p. 184). Isto ocorria na CCXP porque os participantes suspendiam voluntariamente a descrença. Abordada por Samuel Taylor Coleridge no prefácio da segunda edição de “Baladas Líricas”, a suspensão voluntária da descrença consiste na suspensão da capacidade crítica diante do apelo imersivo de um universo ficcional (Murray, 1998). Consiste, portanto, em adiar o processo habitual de incredulidade em relação a qualquer criação de ficção (Sardo, 2012).

Conforme abordado por Fragoso (2014), não há na suspensão voluntária da descrença uma continuidade da narrativa ou uma espécie de eliminação de suas fronteiras, mas sim a capacidade de se abstrair as rupturas entre o mundo real e o ficcional, possibilitando estarmos concomitantemente dentro e fora da ficção. As rupturas entre o chamado mundo real, localizado fora da Comic Con, e o mundo representado no evento, que reunia todos os mundos oriundos da cultura pop, eram abstraídas. E os participantes não só acreditavam neste mundo, como desejavam fazer



parte dele, pois na medida em que participavam do evento, eram transportados e nele ficavam imersos.

Em sua entrevista, Maicon falou sobre como foi ver Gal Gadot: “Tipo a Mulher Maravilha estava ali na minha frente! Tipo a Mulher Maravilha, velho (risos)! Foi incrível!”. Quando questionado se ele era fã da atriz, ele respondeu: “Não foi nem tanto porque era a Gal Gadot. Qualquer outra que fosse a Mulher Maravilha.”. O participante abstraía totalmente o fato de aquela pessoa ser uma atriz e acreditava que estava diante da heroína. Ele mostrou a mesma empolgação quando falou sobre o dublador Wendel Bezerra, que faz a voz da personagem Son Goku no desenho japonês baseado no mangá Dragon Ball:

Quando eu cheguei eu tinha entrado pelo estacionamento, né? No estacionamento já era o Goku falando, o Wendel. Aí eu cheguei e falei "Ué? É o Goku?" Eu estava com a minha esposa na esopa e falei "É o Goku!" (disse rindo). "O Goku está nos orientando!" (mais risos). (Maicon)

O dublador esteve na edição de 2017. Neste ano, houve um momento em que Wendel Bezerra levou todos a uma suspensão voluntária da descrença e os fez “agir em comum” e mergulhar naquele mundo à parte, através do imaginário coletivo. Ele, que narrava a programação do evento, em determinado momento disse: “Onde vocês estiverem, parem o que vocês estiverem fazendo que a gente vai fazer a maior Genki Dama da história! Vamos lá!”, neste momento todos os participantes do evento ergueram as mãos para cima, instantânea e simultaneamente.

No mangá e no anime, a personagem tem um golpe em que reúne a energia de todos da Terra em uma grande bola energética chamada Genki Dama. Contudo, para isto, ele precisa que as pessoas ergam as mãos. O mais interessante foi que eles conheciam a narrativa do anime tão bem que o dublador não precisou pedir.

Através do imaginário coletivo, marcado por um “comum” instaurado a partir da cultura pop, a suspensão voluntária da descrença era dada em conjunto e a imersão era coletiva. Era desta forma que se participava voluntariamente do acordo tácito com relação à suspensão voluntária da descrença e aos aspectos lúdicos e mágicos, conforme destacado no quarto pressuposto da definição de consumo de experiência.

Durante o “mergulho” promovido pelo acordo tácito, os participantes “degustavam” todas as emoções e sensações promovidas por estarem imersos. As atividades experimentadas no evento, carregadas de valor simbólico, repletas de



hedonismo, divertimento e emoção, levavam-nos a um deleite conjunto, manifestado como uma efervescência coletiva, observada, por exemplo, durante os painéis realizados no auditório Cinemark, e marcado pela simultaneidade nas reações que tinham às referências. Quando Tom Holland, ator que interpreta o Homem Aranha no cinema, apareceu de surpresa no palco os participantes gritaram por 1 minuto.

Assim, todo o repertório de significado encontrado na CCXP derivava das narrativas da cultura pop, que alimentavam o imaginário através de referências a ícones admirados pelos indivíduos e encontrados no evento (Haddad e Nunes, 2020). Havia uma anterioridade afetiva construindo todo este imaginário e conforme ela se manifestava, formavam-se interações que geravam mais afetos, reconfiguravam as narrativas e produziam sentidos. Estes sentidos eram experimentados pelos participantes na medida em que vivenciavam o evento. Quanto mais intensa a anterioridade afetiva maior o deleite. “Degustavam” ainda mais todas as emoções e sensações.

Portanto, a anterioridade afetiva era responsável por todas as experiências vivenciadas na CCXP, por todas as reações às atrações e às atividades promovidas pelo evento e por toda a emoção observada nos participantes. Contudo, considerando que ela se constituía a partir das ritualidades que antecediam o evento e que estas mediações eram marcadas por narrativas que se consolidavam e se expandiam por diversas mídias, é possível afirmar que a Remediação contribuía para o consumo de experiência na CCXP.

Considerações Finais

Através do estudo realizado ao longo da etnografia da CCXP este artigo identificou que a anterioridade afetiva é um construto central para o consumo de experiência no evento e que a remediação é relevante para a formação deste conjunto de saberes e afetos que o antecede.

Pereira, Siciliano e Rocha (2015) consideram que o consumo de experiência depende de narrativas previamente conhecidas. Contudo, a etnografia do evento mostrou que mais do que um saber, a identificação das referências às narrativas da cultura pop envolve também os afetos que os participantes têm por seus elementos. Assim, o consumo de experiência depende não de um conhecimento prévio, mas de uma anterioridade afetiva.



A anterioridade afetiva era concatenada durante o evento pelo imaginário coletivo, que organizava o ordenamento simbólico do evento e fazia com que a cultura pop instaurasse um comum. Este vinculava comportamentos e afetos e fazia com que os participantes se envolvessem em um acordo tácito relativo à suspensão voluntária da descrença. Deste modo, ficavam coletivamente imersos no evento, vivendo e consumindo os aspectos lúdicos, mágicos e imaginados gerados durante a fruição promovida por suas atividades e atrações.

No entanto, a anterioridade afetiva se formava a partir das ritualidades que antecediam o evento. Como as narrativas seguiam trajetórias de leitura que passavam por diversas mídias, de modo que uma fazia referência ao conteúdo da outra, esta anterioridade afetiva era constituída por remediações. Deste modo, é possível considerar que o consumo de experiência na Comic Con Experience é resultado da remediação característica da cultura pop.

Como sugestão para pesquisas futuras, indica-se que as discussões abordadas sejam articuladas aos conceitos de *crossmedia*, cultura da convergência e narrativa transmídia (Jenkins, 2009), narrativas complexas (Mittell, 2012), bem como ao circuito da cultura (Paul du Gay et al., 1997).

Referências

AVILA, Gabriel. A história dos filmes baseados em HQ no Oscar. *Omelete*, 2020. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/filmes/oscar-filmes-de-hqs#13>. Acesso em 09.jan.2021.

BACHELARD, Gaston. **A água e os sonhos**: ensaio sobre a imaginação da matéria. (Trad. de Antônio de P. Danesi). São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BOLTER, Jay; GRUSIN, Richard. **Remediation**: understandig new media. Cambridge, Massachussets e Londres: MIT Press, 2000

BRIDI, Natalia. As maiores Bilheterias de 2019. *Omelete*, [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/bilheteria-usa/maiores-bilheterias-de-2019#14>. Acesso em: 09. jan. 2021.

CAIAFA, Janice. **Aventura das cidades**: ensaios e etnografias. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CARVALHO, Victor. 8 maneiras que o MCU mudou o cinema para sempre. **Observatório do Cinema**, [S. l.], 2019. Disponível em:



- <https://observatoriodocinema.uol.com.br/studio/marvel/8-maneiras-que-o-mcu-mudou-o-cinema-para-sempre/>. Acesso em: 10 ago. 2024.
- CASTORIADIS, Colin. **A instituição imaginária da sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- COMIC-CON: 40 years of artists, writers, fans & friends**. San Francisco: Chronicle Books LLC, 2009.
- CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 2002.
- CUNHA, Mágda Rodrigues da; SCALEI, Vanessa. O valor das “novas” mediações no contexto da personalização do consumo televisivo. **Conexão - Comunicação e Cultura**, [S. l.], v. 17, 2019. Disponível em: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/6574>. Acesso em: 18 mai. 2024.
- DUBOIS, Philippe. Pós-fotografia, Pós-cinema: o desafio do “Pós”. In: FURTADO, Beatriz; DUBOIS, Philippe. (Orgs.). **Pós-fotografia, Pós-Cinema: novas configurações da imagem**. 1ª ed. São Paulo: Edições Sesc SP, 2019.
- DU GAY, Paul, et al. **Doing cultural Studies: the story of the Sony Walkman**. Londres: Sage Publications; The Open University, 1997.
- DURAND, Gilbert. **O imaginário: Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Difel, 2011.
- FRAGOSO, Suely. Imersão em games narrativos. GALÁXIA. Revista Interdisciplinar de Comunicação e Cultura, São Paulo, n. 28, p. 58-69, 2014. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/16692>. Acesso em: 14 set.2024.
- HADDAD, Helder; NUNES, Mônica. A experiência estética no consumo de coleções um estudo sobre colecionadores de estátuas e figuras de ação. **Signos do Consumo**, [S. l.], v. 12, n. 1, 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3502/350262516009/html/>. Acesso em: 19 jun. 2024.
- IKEDA, Augusto. O primeiro filme de super-heróis da história é de Shazam!. **Ei Nerd!**, [S. l.], 2019. Disponível em: <https://www.einerd.com.br/primeiro-filme-de-super-herois-da-historia-shazam/>. Acesso em 09 jun. 2024.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: ALEPH, 2009.
- LEAL, Ondina. F. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1986.
- MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- MAFFESOLI, Michel. **A Transfiguração do Político: a tribalização do mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.
- MITTELL, Jason. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 29-52, 2012.



MURRAY, Janet. **Hamlet on the Holodeck: the future of narrative in cyberspace**. Cambridge: MIT Press, 1998.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos** (UFRGS. Impresso), [S. l.], v. 20, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/n8ypMvZZ3rJyG3j9QpMyJ9m/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 23 jul. 2024.

PEREIRA, Cláudia; SICILIANO, Tatiana; ROCHA, Everardo. “Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: Uma discussão conceitual. **LOGOS**, [S. l.], v. 22, n. 2, 2015, p.6-17. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/19523/16043>. Acesso em: 14 set.2024.

PESAVENTO, Sandra J. Em busca de uma outra história – imaginando o imaginário. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 15, n. 29, p. 9-27, 1995. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/download/1245524369_ARQUIVO_sandra_rajatahy.pdf. Acesso em 19 mar. 2022.

PINHEIRO, Otávio. CCXP22 quebra recorde e recebe mais de 280 mil pessoas em edição de reencontro. **Poltrona VIP**, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://poltronavip.com/ccxp22-quebra-recorde-recebe-mais-de-280-mil-pessoas/>. Acesso em 02 jul. 2024.

PIRES, Vera. Dialogismo e alteridade ou a teoria da enunciação em Bakhtin. **Os estudos enunciativos: a diversidade de um campo**, v. 16 n. 32-33, 2002. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/organon/article/view/29782/18403>. Acesso em: 20 ago. 2024.

ROCHA, Gilmar. A imaginação e a cultura. **Teoria e Cultura**, [S. l.], v. 11, n. 2, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/TeoriaeCultura/article/view/12277>. Acesso em 14 set.2024.

ROSSINI, Veneza V. M. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: ENCONTRO DA COMPÓS, 19, 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica, 2010. p. 1-16. Disponível em: http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12_veneza_rossini.pdf. Acesso em 14 set.2024.

SARDO, Delfim. **O Exercício Experimental da Liberdade: Sobrevivência, Protocolo e Suspensão da Descrença: Medium e Transcendentais da Arte Contemporânea**. 2012. 456 f. Tese (Doutorado em Arte Contemporânea) – Colégio das Artes, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2012. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/29784>. Acesso em: 14 set.2024.

SIFUENTES, Liriam. ESCOSTEGUY, Ana Carolina P. O mapa das mediações comunicativas da cultura. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 25, 2016, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2016. Disponível em: https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/10726/2/O_mapa_das_mediacoas_c_omunicativas_da_cultura_cartografando_a_pesquisa.pdf. Acesso em: 14 set.2024.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas sobre o método comunicacional**. 1. ed. Petrópolis, RJ: Vozes; 2014.

★

Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.