

SUPER-HERÓIS: QUADRINHOS, TRANSMIDIATISMO E GAMES

Thiago Sanches Costa¹ e
Luís Carlos Petry²

Resumo

Surgidas ao final do século XIX, as Histórias em Quadrinhos (HQs) se consolidaram como uma das expressões artísticas, culturais e midiáticas mais marcantes da metade final do século XX e assim continuam no século XXI. Dentro desse suporte, um gênero se destaca em relação aos outros no sentido de exposição e contato com o público: o de Super-Heróis. Partindo desta situação, analisamos o avanço desta produção cultural que, com o advento do digital, torna-se, em cada vez mais casos, base para as narrativas transmídia e, em especial, sua recepção nos games. Defendemos uma necessária retomada metodológica do tema a partir de uma racionalidade, que mescla elementos da tradicional pesquisa bibliográfica com o recurso a fontes que se constituem em produtos acabados, os quais expressam a linguagem hipermídia dos games. Ainda que a pesquisa se encontre em desenvolvimento, alguns resultados são mostrados aqui, tais como a incidência de uma estrutura transmídia que percorre, desde o fenômeno das HQs até o universo interativo dos games, na recuperação da tradição mitológica. Nesse sentido, é mister considerar que o fenômeno estudado mostra uma recuperação da tradição histórica, aliada aos estudos das mentalidades, da fenomenologia e da atual pesquisa em games e metaversos.

Palavras-chave: Games. Quadrinhos. Super-heróis. Transmídia. Digital. Cultura de massa.

¹ Mestrando no TIDD-PUC-SP, Especialista em Administração de Marketing pela FAAP, Bacharel em Jornalismo pela PUC-SP. Docente dos cursos de pós-graduação Lato Sensu em Marketing da FAAP. E-mail: thicosta@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8195685250089611>

² Pesquisador e professor no TIDD-PUCSP (MD). Criador do Curso Superior de Tecnologia em Jogos Digitais da PUCSP. Filósofo e artista digital. E-mail: petry@pucsp.br. Site de Pesquisa: <http://www.topofilosofia.net>

Introdução

As décadas finais do século XX e o início do século XXI foram palco para o desenvolvimento de novas formas de entretenimento, que partem do uso de tecnologias digitais para sua realização. Os games são o exemplo melhor acabado dessa situação e seu avanço constante os transformaram não apenas em mera forma de diversão, mas em elemento de cultura de massa mutante e, ainda mais profundamente, em um poderoso gerador de significados e questionamentos de ordem psicológica e até mesmo filosófica.

De outro lado, como elemento de produção cultural de massa, que surge em uma época na qual o digital ainda não era nem mesmo incipiente, estão as *Histórias em Quadrinhos* (HQs)³. No modelo pelo qual como são conhecidas atualmente, as HQs têm seu nascimento oficial no ano de 1895, com a publicação de *The Yellow Kid*, no jornal *World*, de Nova Iorque, nos Estados Unidos (Moya, 1996, p.18).

Nossa visada situa-se na perspectiva do fenômeno da transposição de personagens do *universo dos quadrinhos* para o *universo dos games*, no contexto do transmidiatismo, conforme definido por Jenkins (2009) e, especificamente, dentro do gênero de HQs de Super-Heróis. Dessa maneira, serão apresentados os elementos que aproximam e diferenciam os games dos quadrinhos, também chamados carinhosamente de *gibis*⁴.

Quadrinhos como expressão cultural

Essencialmente, o primeiro momento dos quadrinhos, ainda no século XIX, transita pelo humor, pincelado por críticas políticas e sociais, visto que já havia uma tradição anterior de charges, cartuns satíricos e álbuns nos quais eram representadas novelas de costumes sob a forma de desenhos, como na França e na Suíça, por exemplo, com os trabalhos de Rodolphe Töpffer em 1824. Porém, o passar do tempo demonstrou que aquele modelo narrativo se prestava não apenas à sátira e humor em geral, mas igualmente era possível a sua expansão para outros gêneros, indicando que este novo meio apresentava, inclusive, características poético-reflexivas. Já no final da década de

³ *Histórias em Quadrinhos* no Brasil, *Banda Desenhada* em Portugal, *Comics* em Inglês, *Comic* em Alemão e *Bande dessinée* em Francês, são algumas das formas diversificadas de se vernacularizar o mesmo objeto.

⁴ *Gibi* é o modo popular de designação das HQs no Brasil, que foi popularizada pela revista homônima. Tratou-se de uma importante referência editorial na área, e que formou uma cultura nacional e a mentalidade de milhares de fãs. Sua divulgação se deu como suplemento do jornal *O Globo*, lançado em 1939 (Gonçalo Júnior, 2004).

1920 e início de 1930, o gênero *Aventura* se torna proeminente, preparando o terreno para o nascimento dos super-heróis. Conforme aponta Gubern, citado por Viana (2004):

O período que se abre em 1929 e termina com o início da Segunda Guerra Mundial constitui uma idade de ouro para o novo meio de expressão devido em parte à considerável ampliação temática produzida pela introdução da mitologia aventureira, que implicou em uma notável ampliação da esfera dos seus leitores. (Gubern, 1979, p. 96).

O transmidiatismo⁵ (que será explanado mais a frente) começava a dar as caras nessa época, já bebendo da fonte quadrinística⁶, auxiliando assim, de maneira dialética, a consolidar os gibis como poderosa produção cultural de massa. Personagens aventureiros, como *Tarzan*, *Dick Tracy* e *Buck Rogers* saltavam das páginas impressas para séries de rádio e cinema, entusiasmando os fãs⁷. Somado à este fenômeno, que transpassa os meios, produzindo transformações que levam ao estabelecimento de uma cultura dos quadrinhos, é construída uma história que não pode ser dissociada da própria história da evolução da cultura do século XX, aderindo-se inclusive, aos fenômenos que plasmam a própria decadência do Ocidente (Spengler, 1999).

Os Super-Heróis como os Novos Deuses

Já em junho de 1938 uma janela espetacular se abre com a publicação da primeira edição da revista *Action Comics*, que trazia em suas páginas a história de uma criança enviada de um planeta distante e, que possuindo força extraordinária dentre outras capacidades fantásticas, dedica-se a usar seus poderes em favor da humanidade: surgia o primeiro super-herói, o *Superman*.

Com o advento de *Superman*, um novo gênero nasce – os *Super-Heróis* – e com ele todas as possibilidades de expansão transmidiática se multiplicam, em especial pela

⁵ O fenômeno do transmidiatismo pode ser definido como a transposição de elementos de uma plataforma midiática, seja ela qual for, para outra diversa. Como será explicado mais adiante no texto, o transmidiatismo é derivado do conceito de Convergência (Jenkins, 2009), no qual um determinado fluxo de conteúdos atravessa os mais diferentes meios comunicacionais, produzindo efeitos, sentidos e experiências das mais diversas.

⁶ *Quadrinístico*: neologismo não dicionarizado ainda, oriundo da cultura de fãs que designa elementos de uma linguagem própria dos quadrinhos e que afeta outros meios de comunicação, modos de expressão de sujeitos, promovendo estilos de ser e parecer.

⁷ Por exemplo: quando o *Homem-Aranha* é levado às telas de Cinema, o homem ordinário ocidental finalmente encontra-se reconhecido e contemplado em suas projeções mais íntimas.

aceitação diferenciada do público àqueles personagens e sua replicação nas mais diversas estruturas de suas vidas⁸. As tiragens das revistas, na época, fornecem o indicativo: a antologia *Superman Quartely Magazine* iniciou sua publicação em maio de 1939 e em um ano já circulava com 1.300.000,00 exemplares⁹. Nos jornais, a tira diária com o personagem chegava, em 1941, a quarenta países e uma estimativa de 20 milhões de leitores (Moya, 1996, p.133). O mesmo fenômeno de massiva difusão que se sucedeu com os *comics* nesta época mostra indícios de estar se reproduzindo atualmente com os *games*.

Os Super-Heróis, muito rapidamente, tornam-se quase sinônimos de história em quadrinhos, sensação que se perpetua até hoje. Muito disso se deve às características dos personagens, que reproduzem em grande medida as narrativas folclóricas e mitológicas consolidadas no imaginário popular por meio do continuado exercício da literatura oral e escrita. Conforme aponta Viana (2003), existem elementos que indicam claramente a representação de mitos e estruturas narrativas já consagradas, além de desejos já participantes do inconsciente coletivo, ou seja, inclusivos e acessíveis ao grande público, tais como:

O desejo reprimido de liberdade, de ser livre e superar os limites impostos pela sociedade repressiva, encontram no mundo dos super-heróis uma de suas formas de manifestação mais espetaculares. Estes rompem com os limites impostos, combatem a injustiça (embora a idéia de justiça que se passa é mais a ditada pela consciência do que pelo inconsciente), defendem os “fracos e oprimidos” – que são aqueles que continuam submetidos à opressão –, etc. Voar, por exemplo, é um símbolo de liberdade, de superação de limites, e muitos super-heróis possuem este poder.

Como nos ensina Campbell (1991), é sobre o herói que se vale a pena escrever, pois se trata de “alguém que deu a própria vida por algo maior que ele mesmo” (p.137). Quando o prefixo *super* é acrescentado à essa definição, certamente encontramos a

⁸ O fenômeno se constitui imediatamente em uma estrutura transmidiática em função da ação dos sujeitos-fãs. As crianças, adolescentes e adultos, reproduziam suas histórias nas mais diversas formas: desenhos em cadernos, guardanapos, discussões acaloradas e brincadeiras. O Super-Herói em estado nascente substitui os heróis capa-e-espada da noite para o dia.

⁹ Atualizando o contexto da distribuição da produção cultural, é necessário apontar que os personagens do gênero Super-Heróis mais conhecidos da massa são controlados por duas editoras que, por sua vez, fazem elas mesmas parte de grandes grupos midiáticos. São elas: *Marvel Comics* (com *Capitão América*, *Homem-Aranha*, *X-Men*, *Homem de Ferro*, *Thor*, entre outros), que pertence atualmente à *Disney*; e *DC Comics* (proprietária dos direitos autorais sobre *Superman*, *Batman*, *Mulher Maravilha*, *Lanterna Verde*, *Aquaman*, entre outros), cuja propriedade é da *Warner*. O próprio termo *Super-Herói*, nos EUA, é uma marca registrada compartilhada por ambas editoras.

indicação de que as características de força e *super*-ação serão ampliadas a termos antes não presenciados. É o fantástico que se apresenta, multiplicando capacidades e possibilidades. O herói possui assim o sentido do *super*, pela qualidade do *sobre*, ou seja, a sua superação para além dos limites humanos¹⁰.

Ora, é justamente nesse sentido que o super-herói consagra o conceito de heroísmo e o amplifica tornando-se, pela via da cultura de massa emergente, o ícone da modernidade, na qual o tempo imaginário que compreende tanto o tempo histórico como o dos quadrinhos e as experiências decorridas dentro deles ganham uma amplitude global. A nosso ver, reside aí a razão para um conceito criado no entre-guerras manter-se de forma indelével no cerne, não só da cultura ocidental (como comprovado pela existência desse tipo de elemento nos *mangás*, as *HQs japonesas*, etc.), mas sim de toda cultura de massa do século XX e, ainda continuar depois, no século XXI.

Diante dessa conjuntura, o super-herói, o qual possui a força amplificada do herói mítico, pode ser pensado como a representação da busca pela explicação do mundo moderno, da ética exacerbada e da moral ilibada, distante da realidade natural. Sua tarefa consiste em ser a representação do ideal humano pleno e inacabado. Nas palavras de Campbell (1997), “tornar o mundo moderno espiritualmente significativo — ou (enunciando esse mesmo princípio de forma inversa) o de possibilitar que homens e mulheres alcancem a plena maturidade humana por intermédio das condições da vida contemporânea” (p.187). Assim, o novo fenômeno recupera a força da tradição histórica reinventado em estruturas materiais e narrativas que são potencializadas por meio dos recursos técnicos de uma sociedade pós-industrial. O antigo subjaz no coração do novo. Este movimento prepara a estrutura de um novo fenômeno que ultrapassa as fronteiras da comunicação, singrando o interior da tecnologia da cultura como um todo, levando até os seus limites a perspectiva da convergência. Trata-se do fenômeno do transmediatismo.

¹⁰ O conceito de Super-Herói abriga um parentesco com o conceito nietzschiano de Übermensch. Do ponto de vista hermenêutico, os americanos em geral optam pela tradução *Super-Homem* (*Superman*), entretanto a complexidade da língua portuguesa mostra que o termo filosófico a partir de uma discussão especializada recebeu a tradução de *além-do-homem*, isto em função de suas propriedades ontológicas que jogam o homem ordinário para além de si mesmo em sua condição extemporânea. Entretanto, devemos ter claro em nossa mente que o homem da massa sempre irá optar por razões óbvias e mundanas pelo termo consagrado dos quadrinhos. Ou seja, o Super-Homem é um *super homem*. Um exemplo retirado diretamente de uma fonte transmídia pode ser aqui interessante. No primeiro episódio da série *Smallville*, quando somos apresentados aos personagens, encontramos Clark dirigindo-se para a escola carregando uma pilha de livro e ele, subitamente, esbarra em Lana. Um livro cai de suas mãos. A jovem o recolhe, lê seu título *Thus Spoke Zarathustra* e diz: *Nietzsche? Não sabia que você possuía um lado sombrio, Clark*. Ao que ele responde: *Não temos todos?* Ela replica: *E então o que é você: homem ou super homem?* Clark responde: *Ainda não consegui saber*.

O fenômeno do transmidiatismo na passagem das estruturas dos quadrinhos-games

Uma das formas de se compreender o fenômeno do transmidiatismo é entendê-lo como o fenômeno da ação da transposição de elementos conceituais e estruturais de uma plataforma midiática, seja ela qual for para outra diferente da original¹¹. Derivado do conceito de *convergência*, de acordo como Jenkins (2009), o transmidiatismo se mostra como um “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam” (p. 29). O transmidiatismo em si se desdobra na relação com as suas narrativas que, nesse caso, recebem a denominação de *narrativas transmídia*. Ou seja, as diferentes histórias são contadas em mais de um meio, expandindo suas possibilidades e seu público, influenciando e sendo influenciadas pelo ambiente midiático pelo qual transitam. E, registre-se, dentro deste conceito temos a presença de um nomadismo ativo.

É importante ressaltar que o transmidiatismo, ainda que seja fenômeno característico da *Era Digital* da comunicação de massa, não nasce com ela. Uma história que surge em uma mídia e avança sobre outra é algo que remonta à passagem da tradição oral para a escrita, da escrita para a musical, da musical ou da escrita para a imagética e assim por diante. Nesse sentido, são os conteúdos, os temas que se deslocam e que, como forças vivas, produzem efeitos e novas e diversificadas formas de significação nos novos campos (mídias)¹². É deste modo que lemos o trabalho de pesquisa de Jenkins (2009), quando este define a *narrativa transmídia* como “a arte da criação de um universo”. Cabe a este universo ficcional ter forças para se desdobrar em diferentes meios e os leitores/usuários buscarem suas partes únicas pelos meios diversificados e difusos para, assim, alcançar completamente a experiência completa da obra (Manovich, 2001). A criação desse modelo de comercialização de diferentes pontos de contato recebe a denominação de *franquias transmídia*.

¹¹ Vide nossa nota 05 anterior.

¹² Um exemplo deste movimento fenomênico pode ser dado pela trajetória da *Ilíada*. Da tradição oral dos poetas da Grécia antiga, ele se converte em um texto na pena de Homero. Mais recentemente, não referindo os seus passos intermediários, temos o texto de Homero transformado em um roteiro para cinema, um filme realizado, a produção de um álbum em quadrinhos e inúmeros games.

Se um conceito abre um novo campo de investigação, desvelando novas possibilidades para a cultura, alguns conceitos estendem seu domínio e se tornam operacionais, permitindo que outros conceitos sejam articulados e reproduzidos graças a ele. Trata-se aqui do caso do conceito de transmídia que, pela sua existência permite a uma miríade de conceitos e fenômenos antes deixados restritos a meios enclausurados, possam agora respirar em novas paisagens e mundos, revigorando-se discursivamente. Existe um campo ou universo temático que se constitui em um solo fértil para o movimento transmidiático: é o universo plástico e líquido do binômio quadrinhos-games (Santaella, 2001).

Quadrinhos e Transmídia: um fenômeno preparatório aos games

Uma das mais fortes características transmidiáticas é a de um universo ficcional que se expande continuamente e passa a ser o cenário da ação em diferentes mídias. Este é também um dos elementos mais fortes na constituição das histórias em quadrinhos do gênero super-herói. Mais do que um universo, os super-heróis existem em um universo ficcional compartilhado e pertencente às editoras. Assim, *Superman*, *Batman*, *Mulher-Maravilha*, o veloz *Flash* e o rei dos mares *Aquaman* coexistem na *DC Comics*. Enquanto *Homem-Aranha*, *Capitão América*, o selvagem *Wolverine* e o *Incrível Hulk* convivem na *Marvel Comics*¹³.

Mesmo dentro do próprio suporte *revista*, a expansão apresenta-se de forma contínua. Por exemplo: uma história da personagem *Batman* começa na revista *Batman*, continua em *Red Robin*, estende-se por *Detective Comics* e *Batgirl*, tudo no seu mesmo sub-universo. Mas, como se trata de um mesmo universo compartilhado, nada impede que a mesma história continue, por exemplo, em *Action Comics* – revista do sub-universo de *Superman*. A ação deste movimento de continuidade da narrativa referente à uma personagem é derivada da ação do movimento transmidiático que impulsiona as estruturas e conteúdos da narrativa ligada ao super-herói em direção e em diálogo com as narrativas dos demais membros da franquia. Os fãs não somente caminham junto com este movimento, mas interagem com ele produzindo transformações, seja por meio dos

¹³ Conforme nossa nota 09.

fóruns ou do contato direto com os produtores nas seções de correspondência, recentemente reincorporadas às Revistas.¹⁴

Além disso, esse mercado de quadrinhos é conhecido pela realização dos chamados *crossovers*, ‘eventos’ nos quais todos (ou quase todos) os personagens ativos de uma mesma Editora se reúnem – inevitavelmente contra um vilão que representa uma ameaça maior do que apenas um deles poderia enfrentar sozinho. Essas reuniões de personagens em uma narrativa compartilhada entre histórias oferecem, não somente uma integração entre os personagens de um mesmo universo, mas também dois outros elementos fundamentais. O primeiro deles é o trânsito dentre os fãs de diferentes personagens, muitas vezes antes isolados vindo a compor uma realidade de fantasia mais ampliada. O segundo mostra que este movimento transmidiático constrói a estrutura plástica e líquida que será necessária para uma indústria e grupo de produtores independentes que somente virão a existir no final da década de 1990, o grupo dos games.¹⁵

Os quadrinhos de super-heróis possuem as características citadas por Jenkins (2009), a partir de conceitos de Eco (1984), de serem “um universo completamente guarnecido, para que os fãs possam citar personagens e episódios como se fossem aspectos do sectorário universo particular”. Na visão dos autores, essa definição aplica-se a filmes ditos *Cult*. Porém, a longevidade, o estilo e forma dos quadrinhos de super-heróis os aproximam notadamente dessa condição.

Os quadrinhos surgem como base de franquias transmídia, mesmo sem terem sido pensados, em seu início na década de 1930 dessa forma. São as suas características narrativas que conferem ao meio esse poder transmidiático. As estruturas da fantasia, do escapismo, do jogo de criar empatia com os personagens ao mesmo tempo em que os mesmos possuem uma posição externa e distante - se o *Superman* pode ser visto como o estranho visitante super poderoso de outro planeta, nos suscitando os sentimentos de *sobre-humano*, já Batman, como o órfão milionário, mas sofredor pela perda dos pais nos despertando a empatia e, com físico e intelecto superior, alcançados com o esforço e disciplina, nos servem como modelo para as adversidades -, geram reações no público que os fazem acompanhar de uma forma fiel e constante aquelas histórias, inclusive

¹⁴ É o caso da contribuição produtiva, já realizada por Geoff Johns, atualmente *Chief Creative Officer* da DC Comics que, quando criança, enviava cartas para Seção do Leitor com valiosas contribuições.

¹⁵ Um dos primeiros *crossovers* que pode ser citado ocorre em 1963, quando a DC Comics lança as duas histórias *Crisis on Earth-One* e *Crisis on Earth-Two*, as quais reúnem as equipes da *Liga da Justiça* e da *Sociedade da Justiça*.

singrando por outros meios, *novos mundos, novas civilizações, audaciosamente indo onde nenhum outro fã jamais esteve.*

A hora dos Games na perspectiva dos Super-Heróis

Os Games surgem como a transição ideal que foi preparada por décadas pelos Quadrinhos de Super-Heróis. Eles alcançam este feito justamente pelas características narrativas que lhe são intrínsecas. Murray (2003) observa como o conteúdo narrativo dos games costumava ser escasso. O maravilhoso *Tetris* (1984) de Alexey Pajitnov, Dmitry Pavlovsky e Vadim Gerasimov, não possuía uma narrativa intrínseca em si mesmo, ocupava-se com o exercício do jogo lógico que o game propiciava. Com a introdução da perspectiva narratológica no universo dos games, o mesmo universo se abre para os efeitos do movimento transmídia.

Os games iniciam uma fase na qual é possível tomar-se emprestado temas e estruturas de outros meios, a fim de adquirir mais consistência e organizar-se como uma história aberta, uma aventura capaz de suscitar plena imersão e interação. É nesta direção que Murray nos diz:

“O desejo ancestral de viver uma fantasia originada num universo ficcional foi intensificado por um meio participativo e imersivo, que promete satisfazê-lo de um modo mais completo do que jamais foi possível”.

Aliando essa proposição ao que vimos das características das personagens de histórias em quadrinhos do gênero super-heróis, é possível enxergarmos claramente o caminho que tornam os games que bebem dessa fonte por meio do transmidiatismo interessantes, tanto do ponto de vista acadêmico, bem como do sucesso comercial que alcançam e da estrutura de aprofundamento cultural que propiciam. O préstimo que as histórias em quadrinhos realizavam para a tradição histórica, recuperando os mitos e a cultura Ocidental, hoje é continuado pelos games. Neste sentido, cumpre observar que um fã em geral apresenta-se sempre como um excelente pesquisador e um promissor analista. Resta-lhe a tarefa de fazer o caminho da formação histórica¹⁶.

¹⁶ O conceito de *formação histórica* é apresentado e discutido por Hans-Georg Gadamer em seu livro *Verdade e Método* e compreende o conjunto histórico do diálogo que realizou o Ocidente dos gregos até nós.

Será no interior dessas questões que encontraremos os conceitos do herói mítico, exacerbados e potencializados na manifestação do super-herói nos quadrinhos. Ele se constitui em uma força motriz que encanta aos fãs, permitindo que estes se projetem vivamente nas personagens, situações e vontades que não podem ser contempladas na vida real. Quando o *leitor-fã* migra das páginas da Revista para o ambiente do jogo digital, é liberado na forma do usuário do jogo que tem a responsabilidade e, certamente também o prazer, de conduzir o super-herói em uma estrutura psicológica de identificação dentro de uma narrativa aberta (Turkle, 1997).

Com esta passagem não se diminui a força dos quadrinhos, mas se a potencializa, isto na medida em que a história em quadrinhos se converte em um aliado e é um elemento complementar ao game.

Ao fornecer ao *leitor-fã* a condição de ser *usuário-fã* e assumir o controle da personagem que deseja ser dentro de um ambiente fantástico (mesmo quando ainda controlado), a relação se expande potencialmente. Mais do que querer ser o *Batman*, é possível, efetivamente, ter a vivência de sê-lo durante a vigência do jogo. Para fãs que já possuem uma relação diferenciada com seu objeto de adoração, essa condição é quase mágica, no sentido de dar a eles uma condição fora de seu mundo e situação ditos normais¹⁷.

Nesse sentido, os quadrinhos de super-heróis estão inseridos no que Wolk (2007) chama de “cultura do colecionador”, ou seja, leitores que se satisfazem ao reunir e agrupar ordenadamente as revistas publicadas periodicamente. Estes leitores, quando se convertem em *usuários-fãs* alcançam construir novas formas de significação para seu universo anterior, resituando-o em novos contextos e sendo permeado pela ação do movimento transmídia.

Jenkins (2009) explica que as culturas dos fãs são uma revitalização do processo tradicional, em resposta aos conteúdos da cultura de massas. A fidelidade dos fãs, que buscam tudo que diz respeito aos seus objetos de adoração é o que atrai os grandes conglomerados de mídia para os quadrinhos de super-heróis ou, mais especificamente,

¹⁷ Toda uma psicanálise dos games aqui poderia ser estruturada, mostrando que os mesmos podem ser compreendidos como elementos promotores da cultura como assim o foi a literatura. Ainda que tal discussão escape do escopo do presente artigo, faz-se mister indicar que uma leitura colaborativa entre os trabalhos de Turkle, Freud e Lacan, em muito colaborariam neste sentido. É o caso do trabalho de pesquisa de Arlete dos Santos Petry com parte de sua tese de Doutorado *O jogo como condição da autoria e da produção do conhecimento: análise e produção em linguagem hipermídia* (2010), a qual pode ser acessada pelo link do projeto de pesquisa Ilha Cabu: <http://www.ilhacabu.net>

aos seus personagens. Ela é uma das portas de entrada para o universo dos games, independentemente da ação e intencionalidade do mercado¹⁸.

Do ponto de vista do fã, a apropriação das obras disponibilizada pela máquina midiática oferece a ele uma condição superior na comparação com os outros consumidores do mesmo e determinado produto cultural. Esta estrutura funciona da mesma forma para o *leitor-fã* dos quadrinhos e o *usuário-fã* dos games.

O fã, em geral é um *iniciado*, alguém que possui um conhecimento diferenciado da massa acerca do objeto de seu desejo. Essa condição é o que lhe permite aceitar melhor as transposições transmidiáticas consideradas por sua comunidade como ‘acertadas’ e, também, lhe confere certa autoridade para repudiar aquilo que não o convence como coerente com a estrutura dentro da qual ele é um dos especialistas. Esta é a chave e o rito de passagem que permite que ele seja um sujeito de dois mundos: um *leitor-fã* no mundo dos quadrinhos e, ao mesmo tempo, um *usuário-fã* no universo dos games.

A leitura apaixonada conduz ao jogar de forma séria e compenetrada na condução da ampliação da narrativa em limites nunca antes experimentados. O jogo do super-herói permite a reconciliação do abandonado homem ordinário moderno com os seus deuses do passado. Se o super-herói se constitui no mito moderno, jogar o jogo do super-herói é o rito da pós-modernidade: jogar, então, é ser com os deuses.

¹⁸ Interessam aos grandes conglomerados “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam” (Jenkins, p. 29).

REFERÊNCIAS

- BAIRON, SÉRGIO & PETRY, LUÍS CARLOS. **Hipermídia: psicanálise e história da cultura**. Caxias do Sul: UCS, 2000.
- CAMPBELL, JOSEPH. **O Herói de mil Faces**. 10ª Ed. São Paulo: Pensamento, 1997.
- CAMPBELL, JOSEPH. **O Poder do Mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- JENKINS, HENRY. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- GONÇALO JÚNIOR. **A Guerra dos Gibis: a formação do mercado editorial brasileiro e a censura aos quadrinhos, 1933-64**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- GADAMER, HANS-GEORG. **Verdade e Método, Vol. 1 e 2**. 10ª Ed. São Paulo: Vozes, 2008.
- HANSEN, MARC. **New Philosophy for New Media**. Massachusetts, EUA: MIT Press, 2006.
- MANOVICH. LEV. **El language de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital**. Argentina: Paidós, 2006.
- MOYA, ÁLVARO DE. **História das Histórias em Quadrinhos**. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- MURRAY, JANET. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: UNESP, 2003.
- PETRY, ARLETE DOS SANTOS. **O jogo como condição da autoria e da produção de conhecimento: análise e produção em linguagem hipermídia**. Tese de Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2010. Orientação de Lucia Santaella.
- SANTAELLA, LUCIA. **Matrizes da Linguagem e Pensamento – Sonora, Visual, Verbal**. São Paulo: Iluminuras: FAPESP, 2001.
- SPANGLER, OSWALD. **La Decadencia de Occidente – Vol. 1 e 2**. Espanha: Espasa Calpe, 1999.
- TRINDADE, LEVY. **DC e a Era de Ouro**. In **Coleção DC 75 Anos, n. 1 – A Era de Ouro**. São Paulo: Panini, 2010.
- VIANA, NILDO. **Super-Heróis e Inconsciente Coletivo**. In **Revista Espaço Acadêmico**. Maringá: UEM, 2003. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/025/25cviana.htm>. Recuperado em 10 de Janeiro de 2011.
- VIANA, NILDO. **A Era da Aventura no Mundo dos Quadrinhos**. In **Revista Espaço Acadêmico**. Maringá: UEM, 2004. Disponível em <http://www.espacoacademico.com.br/035/35cviana.htm>. Recuperado em 10 de Janeiro de 2011.
- WOLK, DOUGLAS. **Reading Comics: how graphic novels work and what they mean**. Cambridge, EUA: Da Capo Press, 2007.
- Old Time Radio* - <http://www.otrcat.com/tarzan-p-1908.html>. Recuperado em 17 de Janeiro de 2011.