



Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP
Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas - ICSA
Departamento de Jornalismo - DEJOR



A COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA EM *THE BOYS*:
A atuação dos veículos de mídia na construção do *Homelander* como um
herói-celebridade

JOÃO BENEDITO DO NASCIMENTO GONÇALVES

Mariana-MG
2024

JOÃO BENEDITO DO NASCIMENTO GONÇALVES

**A COMUNICAÇÃO MUDIÁTICA EM *THE BOYS*:
A atuação dos veículos de mídia na construção do *Homelander* como um
herói-celebridade**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dr.^a Denise Figueiredo Barros do Prado

Mariana-MG
2024

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

G635c Gonçalves, Joao Benedito Do Nascimento.

A comunicação em The Boys [manuscrito]: a atuação dos veículos de mídia na construção do Homelander como um herói-celebridade. / Joao Benedito Do Nascimento Gonçalves. - 2024.

108 f.: il.: color..

Orientadora: Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Comunicação. 2. Mídia social e sociedade. 3. Televisão -
Minisséries. I. Prado, Denise Figueiredo Barros do. II. Universidade
Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 316.77

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - Bibliotecário Coordenador
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



FOLHA DE APROVAÇÃO

João Benedito do Nascimento Gonçalves

**A comunicação midiática em The Boys:
a atuação dos veículos de mídia na construção do Homelander como um herói-celebridade**

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel.

Aprovada em 22 de fevereiro de 2024.

Membros da banca

Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado - Orientadora (Universidade Federal de Ouro Preto)
Profa. Dra. Hila Bernadete Rodrigues - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Prof. Dr. Cláudio Rodrigues Coração - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Denise Figueiredo Barros do Prado, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 21/03/2024.



Documento assinado eletronicamente por **Denise Figueiredo Barros do Prado, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 21/03/2024, às 11:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0688768** e o código CRC **615A6A5A**.

AGRADECIMENTOS

À professora Dr.^a Denise Figueiredo Barros do Prado, por aceitar a orientação deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Também pela paciência e dedicação ao acompanhar e guiar o desenvolvimento deste estudo, desde a apresentação da proposta na disciplina de Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação (JOR245) até a sua conclusão.

À minha mãe que foi um suporte fundamental na caminhada até a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e durante os quatro anos de curso. Também aos meus amigos por me ajudarem quando foi preciso.

Aos meus professores, monitores e outras pessoas que compõem a UFOP pelo amparo nos últimos quatro anos.

E à UFOP por todo o aprendizado proporcionado durante os oito períodos cursados no curso de Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho analisa a série *The Boys*, adaptada por Eric Kripke para o *Prime Video*, sob uma perspectiva comunicacional e midiática, com foco em como a atuação da comunicação e da cobertura midiática das ações do *Homelander* contribuem para a formação da sua imagem de herói perante a sociedade. A partir desta análise, busca-se compreender como a cobertura de seus atos, a presença do personagem nos diferentes meios (televisão, cinema, jornais) e a exploração midiática são utilizadas como ferramentas para construir narrativas que o consolidam como um herói-celebridade. Para realizar a análise, o estudo recorre ao referencial teórico que aborda a estrutura de produção das séries norte-americanas para televisão e *streaming*, a evolução dos universos de super-heróis, as configurações da sociedade midiaticizada e a influência dos meios de comunicação na formação da opinião pública da sociedade. Este estudo também visa compreender como a visibilidade midiática é construída em diferentes espaços para sustentar e fortalecer a imagem de um herói celebridade.

Palavras-chave: *The Boys*; *Homelander*; séries; comunicação; sociedade midiaticizada

ABSTRACT

This work analyzes the series *The Boys*, adapted by Eric Kripke for Prime Video, from a communicational and media perspective, focusing on how the performance of communication and media coverage of Homelander's actions contribute to the formation of his image as a hero in the face of the society. From this analysis, we seek to understand how the coverage of his actions, the presence of the character in different media (television, cinema, newspapers) and media exploration are used as tools to construct narratives that consolidate him as a celebrity hero. To carry out the analysis, the study uses the theoretical framework that addresses the production structure of North American series for television and streaming, the evolution of superhero universes, the configurations of mediatized society and the influence of the media on the formation public opinion in society. This study also aims to understand how media visibility is constructed in different spaces to sustain and strengthen the image of a celebrity hero.

Keywords: *The Boys*; Homelander; series; communication; mediatized society.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 - *Homelander* e *Maeve* em propaganda do exército norte-americano, alertando a população sobre a suposta ameaça dos “super terroristas” / Fonte: *Prime Video* **39**
- Figura 2 - Parque temático em alusão à sexualidade de *Maeve*, intitulado “*The Inclusive Kingdom*” / Fonte: *Prime Video* **42**
- Figura 3 - Capa da terceira edição da HQ de *The Boys* / Fonte: Mania de Gibi Blog **47**
- Figura 4 - Trecho do primeiro episódio da série, em que a CEO da *Vought*, Madelyn Stillwell, concede coletiva de imprensa junto a *A-Train* sobre o assassinato de Robin Ward / Fonte: *The Boys/Prime Video* **49**
- Figura 5 - *Homelander* durante uma entrevista em um episódio de *The Boys* / Fonte: *Prime Video* **50**
- Figura 6 - *Homelander* e *Black Noir* em transmissão televisiva no spin-off “*The Boys Presents: Diabolical*” / Fonte: *Prime Video* **52**
- Figura 7 - *Homelander* discursa ao longo da cobertura midiática da queda do voo 37 / Fonte: *Prime Video* **63**
- Figura 8 - *American Hero*, *reality show* promovido pela *Vought* por meio de seus canais de comunicação, para selecionar um novo membro para os *Seven* / Fonte: *Prime Video* **64**
- Figura 9 - Produto tematizado com as cores do arco-íris em referência à comunidade LGBTQIAPN+ e à sexualidade de *Maeve* / Fonte: *Prime Video* **65**
- Figura 10 - *Live* no *Instagram* na qual a *Starlight* denuncia os assassinatos cometidos pelo *Soldier Boy* e a tentativa da *Vought* de encobri-los / Fonte: *Prime Video* **66**
- Figura 11 - *Homelander* sendo adorado por fãs no primeiro episódio de *The Boys* / Fonte: *Prime Video* **67**
- Figura 12 - *Homelander* mostra o quão violento pode ser em cena que deixa avião cair no mar / Fonte: *Prime Video* **68**

- Figura 13 - Cena em que a personalidade alternativa do *Homelander* é mostrada ao espectador / Fonte: *Prime Video* **71**
- Figura 14 - Jonah Vogelbaum, médico responsável por criar o *Homelander* em laboratório, em conversa com o “super” (de costas, com a capa simbolizando a bandeira norte-americana) / Fonte: *Prime Video* **72**
- Figura 15 - *Stillwell* informando *Homelander* e *Maeve* sobre o sequestro do voo 37 nos corredores da *Vought* / Fonte: *Prime Video* **75**
- Figura 16 - *Homelander* voa junto a *Maeve* e observa a queda do avião Paris-Chicago com todos os passageiros a bordo / Fonte: *Prime Video* **76**
- Figura 17 - Cena na qual a imprensa relata o incidente com o voo 37 / Fonte: *Prime Video* **77**
- Figura 18 - *Homelander* discursa durante o funeral do herói *Translucent*, assassinado por Hughie Campbell / Fonte: *Prime Video* **79**
- Figura 19 - Hughie Campbell assistindo à entrevista de *Starlight* e *Homelander* após a cerimônia de homenagem ao *Translucent* / Fonte: *Prime Video* **80**
- Figura 20 - Entrevista do *Homelander* e da *Starlight* à *Vought News* após o funeral do *Translucent* / Fonte: *Prime Video* **81**
- Figura 21 - *Homelander* em entrevista ao programa *The Cameron Coleman Hour*, da *Vought* / Fonte: *Prime Video* **82**
- Figura 22 - Início do espetáculo de aniversário do *Homelander*, ao seu lado, a heroína *Starlight* / Fonte: *Prime Video* **84**
- Figura 23 - Fã dos *Seven* demonstrando admiração pelas palavras do *Homelander* em seu discurso enquanto assiste pela TV à transmissão do show do aniversário do *Homelander* / Fonte: *Prime Video* **85**
- Figura 24 - *Homelander* discursa durante a cerimônia fúnebre em homenagem ao *Translucent* / Fonte: *Prime Video* **90**
- Figura 25 e 26 - Transmissões em diferentes canais estadunidenses da entrevista nas quais o *Homelander* justifica sua relação com a *Stormfront* / Fonte: *Prime Video* **93**

- Figura 27 - *Homelander* em entrevista ao programa *The Cameron Coleman Hour*, da *Vought*, explicando sua relação com *Stormfront* / Fonte: *Prime Video* **94**
- Figura 28 - Transmissão do discurso do *Homelander* em seu show de aniversário / Fonte: *Prime Video* **95**
- Figura 29 - *Blue Hawk* discute com comunidade negra em centro comunitário antes de atacá-los em retaliação aos cantos de “*Black Lives Matter*” / Fonte: *Prime Video* **98**
- Figuras 30, 31, 32 - Sequência na qual o *Homelander* chega à manifestação de apoiadores, os aplausos dos fãs após assassinar um homem que protestou e a reação do personagem com a postura das pessoas / Fonte: *Prime Video* **99**
- Figura 33 - Entrevista na qual o *Homelander* afirma que Maeve é lésbica (contra a vontade da heroína) e revela a sua relação com Elena para mostrar que existe diversidade entre os *Seven* / Fonte: *Prime Video* **100**
- Figura 34 - *Homelander* força a *Starlight* a assumir um relacionamento amoroso com ele durante a transmissão do programa *American Hero* / Fonte: *Prime Video* **102**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 - AS SÉRIES NORTE-AMERICANAS	14
1.1 - As séries de super-heróis	17
1.2 - Ficção seriada e streaming	20
1.3 - Estruturas da ficção seriada	23
1.4 - Paralelos entre ficção e realidade	25
2 - SOCIEDADE MIDIATIZADA NA SÉRIE	32
2.1 - Mdiatização e opinião pública	34
2,2 - Celebidades na mídia	36
2.3 - Economia da imagem: as indústrias midiáticas na construção dos heróis	37
2.4 - Comunicação, mídia e poder em <i>The Boys</i>	40
2.5 - A cobertura do heroísmo	43
3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS: <i>THE BOYS</i> COMO UM PRODUTO <i>PRIME VIDEO</i>	47
3.1 - <i>A série The Boys</i>	48
3.2 - Origem nas histórias em quadrinhos	51
3.2.1 - Produtos paralelos	51
3.2.2 - Sucesso e repercussão	53
3.3 - <i>The Boys</i> : as histórias das temporadas	57
3.4 - Como as mídias aparecem em <i>The Boys</i> ?	61
3.5 - <i>Homelander</i> : herói-celebridade	67
3.5. 1 - <i>Homelander</i> : Origens	71
	10

3.6 - Eventos narrativos e eixos de análise	72
3.5.1 - Evento narrativo 1: A queda do avião 37 e a cobertura midiática	74
3.5.2 - Evento narrativo 2: O funeral do <i>Translucent</i>	78
3.5.2 - Evento narrativo 3: A revelação da biografia do <i>Homelander</i> na terceira temporada	81
a. A midiatização em <i>The Boys</i>	87
b. O lugar da visibilidade: O <i>Homelander</i> como celebridade	91
c. A representação de debates reais em <i>The Boys</i>	96
CONSIDERAÇÕES FINAIS	103
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a indústria do entretenimento tem sido palco de uma proliferação de séries de *streaming* que abordam temáticas sociais e políticas de forma ousada e provocativa. Uma dessas séries é *The Boys* (2019 -), que ganhou destaque por apresentar uma visão crítica e satírica do mundo dos super-heróis. A narrativa do show é construída em uma sociedade envolta pela mídia que atua na formação dessas personalidades, conferindo-lhes fama, visibilidade e reforçando seu poder.

The Boys é uma série audiovisual inspirada em uma coletânea de histórias em quadrinhos americana de mesmo nome criada por Garth Ennis e Darick Robertson. As revistas alcançaram 72 edições, publicadas entre 2006 e 2012. A série audiovisual é produzida e distribuída pelo serviço de streaming *Prime Video*, da *Amazon*, com criação e direção de Eric Kripke.

O universo de *The Boys* é mais um entre muitos de super-heróis. Porém, diferente das produções da *Marvel* ou da *DC Comics* (que trazem Homem-Aranha, Capitão América, Homem de Ferro, Batman, Super-homem, Mulher-Maravilha e companhia), esta série apresenta personagens que deixaram o sucesso e o dinheiro “subirem à cabeça”, corrompendo os ideais esperados de um herói. O principal representante dos seres sobre-humanos é o *Homelander* (Antony Starr), criado pela *Vought* para ser a criatura mais poderosa do planeta.

Ele é transformado em um símbolo para os Estados Unidos, utilizando as cores e a bandeira do país em seu uniforme. Frente às câmeras, o *Homelander* é a representação clássica de patriota norte-americano: aparenta ser bondoso e disposto a tudo para proteger os Estados Unidos, é cristão, forte e imponente. Porém, atrás das câmeras, ele é totalmente diferente, sendo extremamente violento, se importando somente com a forma como será visto pelos seus fãs.

Este trabalho se propõe a analisar a série sob uma perspectiva comunicacional e midiática, com foco especial nas ações do personagem *Homelander* ao longo das três primeiras temporadas, investigando a seguinte questão: como a atuação da comunicação e da cobertura midiática das ações de *Homelander* contribuem para a formação da sua imagem de herói perante a sociedade da série. Através dessa análise, busca-se compreender como a cobertura de seus atos, a presença do personagem nos diferentes meios (televisão, cinema, jornais) e a exploração midiática são utilizadas como ferramentas para “vender” a imagem do herói ao público apresentado na série.

A análise deste trabalho será construída a partir da ideia de que diferentes áreas da comunicação desempenham papéis cruciais na construção do conhecimento e na formação da opinião pública, como defendem diversos autores. Considerando que a série é veiculada em um serviço de *streaming*, precisamos também compreender as estruturas e estratégias nesse modelo de produção seriada, em que a tela onipresente e multiforme alcança o público em diversos contextos e momentos da vida cotidiana.

A partir da discussão bibliográfica, abordaremos conceitos relacionados à exploração midiática, comunicação e opinião pública. Ao analisar a construção midiática dos heróis em *The Boys*, o objetivo é entender as funções da comunicação expressas na série e como elas influenciam na formação de grandes personalidades frente à população apresentada na narrativa. Além disso, analisar como a visibilidade midiática é construída em diferentes espaços — cinema, televisão, jornalismo, publicidade —, para sustentar e fortalecer a imagem de um herói celebridade.

1 - AS SÉRIES NORTE-AMERICANAS

As séries de TV, em especial, as produções norte-americanas, têm se expandido para além das telas. Enquanto no início do século a transmissão se limitava à televisão, videocassetes e DVDs, hoje, os conteúdos podem ser consumidos de diversas formas: nas plataformas digitais de *streaming* (*Netflix*, *Prime Video*, *Paramount+*, *Star+*, *Disney+*, etc), em sites online, além da própria televisão, que ainda produz, mas também retransmite diversas obras. Além disso, os meios para se consumir os produtos mudaram, pois hoje é possível assistir a uma série em computadores, *notebooks*, *tablets*, celulares, em qualquer lugar com acesso à internet, aplicativos de *players*; e não mais, somente na TV de casa.

Dada essa variedade de possibilidades, o número de produções seriadas cresce em consumo, criação e circulação. Em 2021, contabilizando televisão aberta, canais pagos e os serviços de *streaming*, circularam 752 séries nos Estados Unidos; enquanto em 2011, foram somente 266¹. Esse nível de produção pode ser explicado pela rentabilidade das produções. É o que já dizia Jason Mittell, em 2009, segundo o qual “a televisão americana é uma indústria enormemente rentável, arrecadando mais de 100 bilhões de dólares anualmente” (2009 apud MEIMARIDIS, 2017). De acordo com Amanda Lotz (2007), a televisão norte-americana possui três modelos: *network*; *cable*, dividido em *basic* e *premium*; e *streaming*. Cada um deles com sua própria estrutura de produção e circulação, sendo definidos a partir das necessidades do mercado de cada um. (apud MEIMARIDIS, 2017)

As séries *network* são veiculadas em canais abertos, como *The CW* e *CBS TV*². Normalmente, essas narrativas possuem entre 22 e 24 episódios por temporada, com duração de 20 minutos (*sitcoms*, como *The Big Bang Theory* e *Friends*³) e 40 minutos (dramas, como *Supernatural* e *Superman & Lois*⁴). Cada capítulo sai semanalmente, e as séries estão sujeitas a hiatos a depender das demandas da produção. Neste modelo, observa-se que as temporadas são encomendadas em dois estágios: primeiro são lançados 9 episódios, com seu rendimento em audiência analisado pela emissora; no segundo momento, a partir da avaliação, a TV decide continuar ou cancelar a produção. Por exemplo, uma série lançada na temporada de

¹ Informações do Observatório da TV, em 2021.

² O canal *The CW* Rede de televisão de sinal aberto pertencente à *Viacom CBS* e *Warner Bros/ A Columbia Broadcasting System (CBS)* é um canal de rede aberta estadunidense, sendo propriedade da *Paramount Global*.

³ *The Big Bang Theory* é uma série de televisão norte-americana da CBS (2007 - 2019)/ *Friends* é uma *sitcom* americana criada por David Crane e Marta Kauffman e apresentada pela rede de televisão NBC entre 22 de setembro de 1994 e 6 de maio de 2004.

⁴ *Supernatural* é uma série produzida por Eric Kripke, e estrelada por Jensen Ackles e Jared Padalecki, a série contabilizou 15 temporadas (2005 – 2020). Foi produzida pela *Warner Bros Television* em parceria com a *Wonderland Sound and Vision/ Superman & Lois* é uma série de televisão de super-heróis desenvolvida por Todd Helbing e Greg Berlanti transmitida no canal *The CW*.

outono (outubro), será lançada semanalmente até o início de dezembro, quando terá uma pausa para se decidir se a produção tem atendido às expectativas.

As séries *cable basic* e *premium* seguem modelos de produção diferentes, de acordo com Meimaridis, “existem duas principais diferenças entre as produções da televisão aberta e fechada, a primeira é estrutural e a segunda se dá no âmbito do conteúdo” (2017, p. 5). Enquanto as séries da TV aberta são encomendadas em duas partes, as *cable* são encomendadas em sua totalidade e, por isso, não têm as mesmas longas temporadas das *networks*, tendo em média 13 episódios. A diferença em relação ao conteúdo se dá pois os canais fechados não necessariamente precisam seguir as normas de classificação indicativa e, por isso, é comum encontrar nessas produções, assim como no *streaming*, cenas explícitas de sexo e de violência (MEIMARIDIS, 2017).

Por fim, o serviço de *streaming*, que além de distribuir ao redor do planeta séries produzidas pela televisão dos Estados Unidos (e de outros países), também tem produzido seus próprios produtos audiovisuais, contribuindo, assim, para a disseminação da ficção seriada pelo globo.

Suas produções se assemelham esteticamente e narrativamente às produções da televisão fechada, como *The Crown* (Netflix, 2016-Presente) e *The Man in the High Castle* (Amazon, 2014), ou se parecem com séries da televisão aberta, como *Fuller House* (Netflix, 2016-Presente) e *Just Add Magic* (Amazon, 2015-Presente). Ao mesmo tempo, esses serviços têm, através de práticas de “*fan service*”, revivido séries canceladas na televisão aberta e fechada (MEIMARIDIS, 2017).

Ao olhar para os modos de financiamento dos modelos de produção seriada norte-americanos, percebe-se que as *networks* e os canais de *basic cable* dependem da venda do horário comercial, uma vez que vendem “consumidores aos anunciantes”, por isso, precisam conciliar o desejo da audiência com o dos anunciantes (FRIEND, 2001, p. 82 apud MEIMARIDIS, 2017). Pensando a lógica mercadológica na qual estão inseridos, os canais abertos da televisão norte-americana e os *basic cable* estão sujeitos a colocar suas necessidades comerciais acima das criativas (BELLAMY, et al, 1990; MAGDER, 2004 apud MEIMARIDIS, 2017). Por outro lado, os canais *cable premium* e as produções do *streaming* dependem de assinaturas advindas do público consumidor, estabelecendo uma forma de contrato diferenciado.

Olhando para a indústria de séries de televisão norte-americana, Jason Mittell fala sobre as mudanças pelas quais a região passou, destacando como esse desenvolvimento desempenhou um papel fundamental no fortalecimento da estratégia de complexidade

narrativa. A indústria já acreditava que os telespectadores eram caprichosos em relação aos seriados semanais, preferindo *sitcoms* tradicionais e dramas processuais intercambiáveis. Mas, à medida que o número de canais aumentou e a audiência diminuiu, as emissoras perceberam que os programas poderiam ser comercialmente viáveis mesmo com uma audiência pequena, mas dedicada (MITTELL, 2006, p. 34).

As mudanças tecnológicas aceleraram a mudança na percepção das emissoras de televisão. As emissoras de televisão tinham controle total sobre sua programação, que era limitada, veiculada em horários fixos e sem acesso a conteúdos. Mas a proliferação de transmissões a cabo e aparelhos de videocassete deu aos telespectadores mais controle sobre o que assistem. O aumento do número de canais e a capacidade de gravar programas para exibição em outro momento contribuiu para a repetição rotineira de programas, permitindo que os espectadores acompanhem seus programas favoritos, assistam a episódios ou partes deles quando desejarem (MITTELL, 2006, p. 35).

Além disso, a prevalência da internet e do acesso online forneceu aos fãs uma sabedoria coletiva para informação, interpretação e discussão de narrativas complexas de TV. Os fãs podem se engajar e participar ativamente além do fluxo unidirecional da televisão tradicional. Essas mudanças tecnológicas não levaram diretamente ao surgimento da complexidade narrativa, mas facilitaram e permitiram o sucesso de muitos programas que adotaram essa abordagem narrativa (MITTELL, 2006). Programas com narrativas complexas oferecem um modelo diferente para envolver os espectadores. Em vez de enfatizar apenas os efeitos especiais visuais, como fazem os comerciais de cerveja e as grandes produções cinematográficas, essas séries enfatizam os efeitos especiais narrativos. Esses momentos destacam a estética da história, chamam a atenção para a construção da história e admiram a capacidade do roteirista de executá-la.

É preciso pensar também em como os meios de comunicação influenciam no modo como as produções seriadas são disseminadas. Se antes somente existia a televisão, hoje, há os serviços de *streaming*. Segundo Simone Rocha e Letícia da Silveira, “os meios exercem um papel importante na sociedade, movimentando as transformações sociais” (2012, p. 3). Essa influência dos meios no social, permite que eles consigam alterar a forma com a qual a sociedade assiste, comenta, questiona e divulga os produtos audiovisuais.

Martín Barbero (2011, apud ROCHA, SILVEIRA, 2012, p. 6) trabalha com a ideia de que os gêneros televisuais funcionam como local de encontro para a cultura, debates e demandas da sociedade na qual se insere. O autor, pensando na realidade latino-americana, define como o gênero que melhor apresenta as relações culturais com o sistema de produção

industrial dos produtos de mídia, a telenovela (BARBERO, 2011 apud ROCHA, DA SILVEIRA, 2012, p. 6). A concepção do autor pode ser utilizada para compreender o caso das produções seriadas norte-americanas, elas reproduzem as percepções da sociedade no momento em que estão inseridas: em *The Boys*, por exemplo, são trazidos temas debatidos na contemporaneidade, como polarização política, discursos de ódio, manipulação das massas, etc.). “Logo, conclui-se que o gênero integra numa mesma instância a vida social e a maneira como ela é registrada sob a forma de um programa televisivo” (ROCHA, DA SILVEIRA, 2012, p. 6).

1.1 - As séries de super-heróis

As séries que adaptam histórias em quadrinhos de super-heróis não são novidade para o cinema, tampouco para a televisão. Em 1966, Adam West⁵ já estrelava a série de TV, *Batman* (1966 – 1968), e nos anos 1970, Christopher Reeve⁶ dava vida ao *Superman* nas telas do cinema. Porém, no século XXI, essas produções conquistaram ainda mais espaço, somente o Universo Cinematográfico da Marvel (UCM) realizou 43 produções — séries e filmes —, entre 2008 e 2024. Nos últimos anos, obras que não pertenciam a *DC Comics* ou a *Marvel Comics* também ganharam espaço, em especial no *streaming*, como a produção das séries *The Boys* e *Invincible*⁷ (*Prime Video*).

A relação entre cinema e quadrinhos sempre foi presente, mas foi na década de 1980 que essa ligação se intensificou e se tornou mais evidente para o público, especialmente com o lançamento de grandes produções baseadas em famosos personagens das HQs. No entanto, foi apenas no século XXI que as adaptações das narrativas impressas para o cinema tomaram proporções gigantescas, dando origem a um novo subgênero de narrativas de aventura nas telonas (ARANHA, MOREIRA, ARAÚJO, 2009, p. 87).

Apesar de não ser uma novidade, o número de adaptações de HQs é crescente, caracterizando um processo de consolidação de um subgênero cinematográfico: as aventuras de super-heróis, o que também tem gerado comunidades de fãs dessas produções:

Algo que se destaca, hoje, é o fato de que as atuais adaptações estão inseridas em um contexto que dialoga com muito mais proximidade do público leitor de quadrinhos. A ampliação do número de filmes contribui para a construção de uma comunidade de consumidores deste subgênero. Não se trata mais de filmes dirigidos a

⁵ Adam West foi um ator americano conhecido por interpretar o papel de Batman na série de TV dos anos 1960. Ele se destacou por sua interpretação cômica e icônica do super-herói.

⁶ Christopher Reeve foi um ator norte-americano famoso por interpretar o papel de Superman nos filmes clássicos da década de 1970 e 1980.

⁷ *Invincible* é uma adaptação da popular história em quadrinhos de mesmo nome, criada por Robert Kirkman. Ela segue a jornada de Mark Grayson, filho de um super-herói poderoso, enquanto ele desenvolve seus próprios poderes.

espectadores eventuais e leigos, mas que trabalham próximos às obras originais e seu universo de leitores, os quais também contribuem para o bom ou mau desempenho mercadológico das adaptações produzidas a partir de comunidades virtuais, fanzines, blogs, etc (ARANHA, MOREIRA, ARAÚJO, 2009, p. 86).

Essas adaptações têm como objetivo ampliar o público consumidor de filmes, alcançando novos nichos e recriando produtos que já haviam mostrado potencial lucrativo em experiências anteriores. As produtoras apostam em atingir uma ampla massa de espectadores, porém, duas tendências distintas marcam essas adaptações, resultando em respostas diferenciadas do público. De um lado, há uma perspectiva que valoriza as peculiaridades da obra original e seus leitores; de outro, uma abordagem mais comercial que modifica substancialmente a obra adaptada, negligenciando a comunidade de espectadores e leitores. Observações preliminares sugerem que as adaptações que respeitam a obra original têm obtido maior aceitação e valorização, contribuindo para a formação de um cânone do subgênero de adaptações cinematográficas de super-heróis (ARANHA, MOREIRA, ARAÚJO, 2009, p. 87).

Do ponto de vista da recepção, o público espectador-leitor tende a aceitar algumas modificações, considerando a independência entre as mídias e encarando as adaptações de HQs como obras autônomas, inspiradas nas publicações originais, mas independentes delas. No entanto, há uma intensa resistência à ideia de descaracterização dos personagens (ARANHA, MOREIRA, ARAÚJO, 2009, p. 87). A aceitação de certas modificações pode ser explicada pelo desejo do público de ver uma representação imagética da obra original, e os leitores conseguem negociar os limites do original em prol de uma ampliação da visualidade da história. Esse fenômeno gera um aumento significativo no número de adaptações de super-heróis, resultando em grandes sucessos de bilheteria e fortalecendo o subgênero das aventuras de super-heróis no cinema (ARANHA, MOREIRA, ARAÚJO, 2009, p. 88).

Outro aspecto relevante é o uso de estratégias para seduzir o público, como roteiros pré-escritos, adaptações e modelos recorrentes, que contribuem para a popularização do modelo linear de comunicação. Essas adaptações de super-heróis têm se consolidado como um dos principais modelos utilizados na atualidade, não só no campo dos quadrinhos para cinema e televisão, mas também em outras formas de adaptação de obras consagradas de épocas anteriores. A reinvenção e recriação de conceitos bem-sucedidos em outras épocas oferecem um conteúdo já testado e aprovado pelo público, garantindo seu apelo (GOMES, THEORGA, COSTA, 2016, p. 8).

O mercado do cinema e da televisão tem se mostrado cada vez mais propício para a produção de filmes e séries focadas em histórias de super-heróis. O crescimento desse mercado fez com que as principais editoras desse universo (*Marvel Comics* e *DC Comics*) passassem a focar em produzir para esses meios e não somente para as páginas das revistas em quadrinhos. (GOMES, THEORGA, COSTA, 2016, p. 4). Anteriormente, acreditava-se que as histórias de super-heróis eram rasas sem refletir a realidade social. Mauro Wolf (1987) pontuava que as obras adaptadas de HQs de super-heróis são “construídas propositalmente para ser um consumo descontraído, não comprometedor” (apud GOMES, THEORGA, COSTA, 2016, p. 4). Essas produções eram pensadas para que o espectador somente assista à obra, sem evocar debates polêmicos que vão contra o pensamento em voga na sociedade (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, apud GOMES, THEORGA, COSTA, 2016, p.8).

Hoje, o cenário mudou, as HQs e suas adaptações debatem características da realidade em que são produzidas. A série *The Boys*, analisada neste trabalho, reflete sobre questões comuns à sociedade contemporânea, sendo o mundo real tematizado na tela. A produção trabalha questões como racismo, polarização política, tentativa de controle de narrativas hegemônicas por meio dos veículos midiáticos. A humanização dos personagens das histórias em quadrinhos, fazendo com que eles tenham qualidades e defeitos como o cidadão comum, também é um modo de estreitamento da relação entre os heróis apresentados na tela e o público. Romanowski, Da Silva e Basso (2019) destacam que:

É premissa que a construção social de histórias de super-heróis ocorre por meio de diferentes significações e ressignificações ideológicas como ética, moral, identidade social, padrões de comportamento, entre outros aspectos, servindo-se para isso de diversos modelos de entretenimento: narrativo, crítico ou explicativo (p. 104).

Além disso, é possível observar uma estrutura narrativa recorrente nas produções de super-heróis, com heróis e vilões em conflito, culminando em uma luta final no qual o herói prevalece. Essa simplicidade estrutural visa conquistar a atenção do público, que busca entretenimento e diversão, mesmo que já conheça o final da história antes mesmo de assisti-la (GOMES, THEORGA, COSTA, 2016). Outra estratégia importante para fidelizar o público é a utilização de narrativas transmídia, em que a história se desenrola em múltiplas plataformas de mídia, cada uma contribuindo de forma distinta para o todo. Essa abordagem permite que a franquia seja acessada e apreciada de diferentes formas, tornando-a mais abrangente e atraindo um público diversificado (JENKINS, 2009, apud GOMES, THEORGA, COSTA, 2016, p. 8-9).

As narrativas transmidiáticas são uma espécie de modelo relativamente novo nesse mundo dos quadrinhos e super-heróis. A Marvel iniciou o seu universo compartilhado em 2008, com o *Homem de Ferro*⁸, atingiu seu ápice em 2019 com *Vingadores: Ultimato*⁹ e segue vivo até hoje, entrelaçando narrativas de séries de TV, *streaming*, filmes dentro de um único mundo compartilhado. Fugindo dos universos de *Marvel Comics* e *DC Comics*, o universo da série *The Boys* também se caracteriza como uma narrativa transmídia, pois, além de ter sido inspirada nas histórias em quadrinhos, possui produções *spin-offs* — *Gen V*, *Butcher* e *The Boys Presents: Diabolical* — produzidas a partir da série principal.

Portanto, a convergência das narrativas de super-heróis entre cinema, quadrinhos e TV se mostra como uma estratégia eficaz para alcançar diferentes públicos e consolidar esse subgênero das narrativas de aventura no cenário atual do entretenimento. As adaptações cinematográficas têm se mostrado bem-sucedidas ao respeitar a essência das obras originais e ao explorar novas formas de contar histórias por meio de diferentes plataformas de mídia. A incessante busca pelo potencial lucrativo dessas produções impulsiona o mercado cinematográfico e televisivo, reafirmando a popularidade dos super-heróis como figuras icônicas da cultura contemporânea.

1.2 - Ficção seriada e *streaming*

A prática do *binge-watching*, caracterizada pela visualização contínua de episódios de séries de TV mediante serviços de *streaming*, tem se tornado cada vez mais popular e desafia as formas tradicionais de consumo da ficção seriada. Com o surgimento e o crescimento das plataformas de *streaming*, a lógica de fruição da televisão é repensada e transformada pelos espectadores.

Silva (2015) utiliza o exemplo da *Netflix* para explicar como os *streamings* mudaram a forma como o público consome a ficção seriada. A disponibilidade de conteúdos em *streaming* de forma quase “anárquica” — uma audiência que não recebe uma grade fixa, linear ou hierarquizada por faixas de horários, sem regras de liberação de episódios ou temporadas inteiras — reorganiza o consumo televisivo por outra lógica, rompendo com a grade fixa, linear e hierarquizada das emissoras convencionais (SILVA, 2015, p. 3). Neste modelo, os espectadores têm acesso a séries completas de uma só vez, podendo assistir a todos os episódios de maneira sequencial, sem precisar esperar pela programação regular.

⁸ Homem de Ferro, lançado em 2008, abriu portas para o desenvolvimento do Universo Compartilhado da Marvel (UCM)

⁹ Vingadores: Ultimato é um filme lançado em 2019 pela Marvel junto ao Disney Studios. Alcançou US\$ 2,188 bilhões em bilheteria.

Além disso, eles podem revisitar e assistir às séries onde e quando desejarem, consumindo várias temporadas em poucos dias ou horas.

Esse novo modo de consumo midiático é conhecido como *binge-watching*, um fenômeno que se tornou um novo hábito no consumo de séries via *streaming*. O termo, de origem inglesa, significa “assistir compulsivamente” e descreve a prática cultural de consumir conteúdos em *streaming* de forma consecutiva e intensiva, ou seja, “maratonar”. Esse comportamento é facilitado pela possibilidade de assistir a séries completas, proporcionando uma experiência estética ligada à emoção, curiosidade, surpresa e suspense (SILVA, 2015, p. 6).

A prática do *binge-watching* também está relacionada à reassistibilidade das séries, ou seja, a capacidade de assistir novamente às obras e descobrir novos elementos e significados. Segundo Silva (2015, p. 7-8), a disponibilidade dos episódios via *streaming* permite que o espectador antecipe o que já foi visto e explore novos caminhos na narrativa, proporcionando uma experiência mais aprofundada e significativa. Dessa forma, o espectador não precisa aguardar a reexibição dos episódios na programação ou adquirir DVDs posteriormente.

Esse novo modelo de consumo midiático traz uma lógica de exibição que subverte os padrões televisivos convencionais. Ao disponibilizar temporadas completas ao espectador, contraria-se a prática de exibir semanalmente ou diariamente uma produção ficcional. Essa lógica inovadora é característica das produções originais dos serviços de *streaming*, como a *Netflix*, que rompe com o modelo tradicional de fazer ficção na televisão (SILVA, 2015, p. 14). Destaca-se que há modelos de exibição no formato *streaming*, em que as temporadas não são disponibilizadas de uma só vez. Em *The Boys*, produção do *Amazon Prime Video*, a primeira temporada foi disponibilizada completa na plataforma, porém, as seguintes, foram disponibilizadas seguindo outra estratégia: os primeiros três episódios foram lançados de uma só vez, enquanto os demais, ficavam disponíveis semanalmente.

O *binge-watching* não apenas transforma as formas de consumo, mas também cria um tipo de espectador dotado de autonomia para assistir às séries conforme sua própria vontade, retardando ou acelerando o tempo de fruição. Esse novo espectador escapa às limitações impostas pelos horários, grade e emissões pré-programadas, adquirindo controle sobre os rituais de seu consumo (SILVA, 2015, p. 14). A prática do *binge-watching* e a ascensão dos serviços de *streaming* na internet são reflexos do capitalismo pós-moderno e têm influenciado não apenas as estratégias de posicionamento das plataformas, mas também os hábitos de consumo em um contexto sociopolítico global (JENNER, 2014 apud SILVA, 2015, p.11).

Outra prática permitida pela disseminação dos serviços de *streaming* e *video on demand* (VOD)¹⁰ é o *time shifting*. Esse novo modo de consumo permitiu que o público espectador tivesse autonomia para moldar a forma como deseja assistir a um filme ou série, enquanto na televisão tradicional, há um fluxo contínuo da programação, nos serviços de *streaming*, há a possibilidade de pausar e gravar um programa. Essa prática permite aos telespectadores assumirem um papel ativo no consumo de programas, proporcionando maior flexibilidade em relação ao horário de exibição (MASSAROLO, MESQUITA, 2016, p. 110).

O *time-shifting* se desenvolveu com a adoção das tecnologias como o *Digital Video Recorder* (DVR)¹¹ e TiVo¹², permitindo aos telespectadores a possibilidade de gravar seus programas favoritos e assisti-los em momentos mais convenientes. Mittell (2012 apud (MASSAROLO, MESQUITA, 2016, p. 3) destaca que muitos programas complexos não tiveram tempo para conquistar uma audiência cativa durante o curto período de exibição na televisão tradicional. No entanto, após migrarem para outras plataformas, como os serviços de VOD, esses programas encontraram uma segunda chance e alcançaram grandes audiências. Um exemplo notável é a série *Breaking Bad*¹³ (2008–2013), que se tornou um fenômeno de audiência após a mudança do canal aberto AMC¹⁴ para a *Netflix*. Essa transição possibilitou aos espectadores a oportunidade de reassistir (*time-shifting*) programas com estruturas complexas, atraindo novos públicos e criando uma base de fãs mais engajada e fiel (MASSAROLO, MESQUITA, 2016, p. 3).

Em resumo, o *binge-watching* junto ao *time-shifting* revolucionam o modo como as séries são consumidas, alterando a lógica de fruição televisiva e conferindo aos espectadores maior autonomia e controle sobre seu consumo midiático. Essa prática, impulsionada pelo crescimento das plataformas de *streaming* como a *Netflix* e o *Prime Video* representa um novo modo de apreciar e interagir com as narrativas seriadas.

¹⁰ *Video on Demand* (VOD) é um serviço que permite aos usuários assistir a vídeos e conteúdos de mídia sob demanda, escolhendo o que assistir e quando assistir, sem depender de uma programação fixa.

¹¹ O DVR (Gravador de Vídeo Digital) é um dispositivo eletrônico que permite gravar e armazenar vídeos de câmeras de vigilância para monitoramento e reprodução posterior. Ele é amplamente utilizado em sistemas de segurança para capturar e registrar eventos em tempo real.

¹² TiVo é uma marca de gravadores digitais de vídeo que permite aos usuários pausar, retroceder e gravar programas de TV ao vivo para assistir mais tarde. Foi pioneiro na revolução da gravação de TV e mudou a forma como as pessoas consomem conteúdo televisivo.

¹³ *Breaking Bad* foi uma série de televisão norte-americana que acompanhou a transformação de um professor de química em um produtor de metanfetamina, mostrando sua jornada no mundo do crime e seus efeitos devastadores.

¹⁴ O canal AMC é uma rede de televisão que apresenta uma programação diversificada, incluindo séries originais premiadas e filmes populares. É conhecido por produzir conteúdos de qualidade para os fãs de drama, suspense e terror.

1.3 - Estruturas da ficção seriada

Ana Maria Balogh (2002) aponta que a ficção produzida para a televisão apresenta características únicas que a diferenciam da ficção literária e fílmica. “Nos formatos de ficção da TV, a questão das relações da realidade com a ficção é ainda muito mais ambígua do que nas manifestações literárias e fílmicas” (BALOGH, 2002, p. 3). Em relação às minisséries, a autora aponta que elas permitem uma maior sofisticação dos estúdios de produção, apresentando marcas de autoria maiores, coesão estrutural e narrativas melhores, além de abrir espaço para a inventividade do autor. Já os seriados e séries estão mais comprometidos com a serialidade e a estética da repetição e trazem reiteraões e simplificações narrativas (BALOGH, 2002, p. 3).

Dado o ritmo acelerado da produção televisiva, as produções seriadas são construídas dentro das regras de uma “estética da repetição”, na qual, os seriados são o principal exemplar:

Os formatos mais claramente inseridos dentro dessa estética da repetição são os seriados com núcleos de personagens fixos, tempo e espaço reiterativos, também a novela se insere de forma clara dentro dessa estética com núcleos fixos de personagens, no Brasil geralmente ricos, classe média e pobres, visando contentar a gregos e troianos em termos de público massivo. As entradas nos diversos ambientes de cada núcleo são geralmente codificadas: a fachada do prédio de classe média, a vila dos pobres, o plano aberto da mansão dos ricos (BALOGH, 2002, p.7).

Pensando nas telenovelas brasileiras, Balogh (2007, p. 46) afirma que a ficção seriada é abarcadora e plural, conseguindo utilizar das mais variadas referências e inspirações para constituir suas produções. Na TV, encontram-se referências, alusões, plágios, citações; “em suma, cada um dos formatos se torna, com frequência, uma verdadeira recriação de todas as características do gênero de base utilizado na criação intertextual, recorrendo-se a todas as séries possíveis que dele tenham se servido ao longo da diacronia” (BALOGH, 2007, p.47). A autora utiliza as novelas da Rede Globo “Que Rei Sou Eu”, “Vamp” e “Beijo do Vampiro”¹⁵, transmitidas nos anos 1980, 1990 e início dos 2000, para exemplificar a capacidade da ficção seriada televisiva de utilizar outras obras para construir as suas histórias.

Nessas novelas ocorreram citações, e até plágios, dos clipes mais *darks* do mega-star Michael Jackson, de cineastas do gênero, além de alusões a filmes e obras literárias de vampiro, e da retomada de funções narrativas próprias, tais como abordagem das

¹⁵ “Que Rei Sou Eu?”: Novela de época brasileira que mistura política e comédia, retratando um sócia que assume o trono em um reino fictício/ “Vamp” e “O Beijo do Vampiro”: Novelas sobrenaturais que exploram romances envolvendo vampiros, comédia e elementos fantasiosos em tramas contemporâneas distintas.

vítimas pelo ataque ou pela sedução, seguida da tradicional mordida etc (BALOGH, 2007, p.46).

Elizabeth Bastos Duarte (2015) pontua que apesar do desenvolvimento de novas tecnologias que se inseriram na televisão, como o vídeo sob demanda, toda produção televisual ainda é pautada pelo princípio da serialidade.

Com isso se quer dizer que os programas televisuais são apresentados de maneira fragmentada sob a forma de emissões diárias, semanais, mensais, com dias e horários préfixados de exibição na grade de programação. Embora a serialização seja extensiva a todos os gêneros de produtos televisuais, sejam eles factuais, ficcionais ou simulacionais, ela, sem dúvida, ganha maior visibilidade nas obras de ficção (DUARTE, 2015, p. 2).

Os modos de produção em ficção seriada ocorrem de diferentes modos: telenovelas, séries, minisséries e seriados. A telenovela, modo mais comum de exibição na TV aberta brasileira, é exibida diariamente, dividida em capítulos que se conectam uns aos outros e exigem um público fiel para acompanhá-la e compreender a totalidade da narrativa. As séries televisuais de ficção, por outro lado, podem ser classificadas em diferentes tipos de produção, dentre eles as séries, minisséries e/ou seriados.

Os formatos, séries e minisséries, apresentam uma estrutura semelhante à das telenovelas, concentrando-se em uma história central que se desenvolve ao longo dos capítulos, tornando o entendimento do telespectador dependente do conhecimento prévio das emissões anteriores. Com capítulos mais breves (aproximadamente 40 minutos) e uma duração total menor que as telenovelas, essas narrativas oferecem espaços de experimentação e adotam esquemas narrativos mais sofisticados e elaborados, destinando-se a um público menos amplo, mas mais exigente. A construção das narrativas é feita por temporadas, e a solução dos impasses ocorre somente no final, semelhante ao formato das telenovelas (DUARTE, 2015, p. 4).

Em contrapartida, os seriados são ficções televisuais que se estruturam distintamente das telenovelas, séries e minisséries. No lugar de capítulos, os seriados são compostos por episódios autônomos, porém, articulados entre si. Cada episódio é a resolução de uma situação independente, apresentada no início do episódio e solucionada ao longo dele. Dessa forma, cada emissão proporciona uma narrativa completa, com início, meio e fim, possibilitando que os episódios sejam assistidos isoladamente e em ordem aleatória, sem perder o sentido. Os personagens têm perfis psicológicos marcantes e um tema nuclear é desenvolvido ao longo dos episódios. Ao contrário das telenovelas e séries, os seriados não

têm uma data definida para acabar, sendo exibidos normalmente por temporadas, mantendo-se no ar enquanto houver audiência e sendo cancelados apenas se não obtiverem retorno para a emissora (DUARTE, 2015, p. 5).

Essas diferenças estruturais entre as séries televisuais de ficção proporcionam experiências distintas ao telespectador. Enquanto as telenovelas e minisséries demandam um acompanhamento mais contínuo e sequencial, com foco na história central que se desenrola gradualmente, os seriados permitem uma apreciação mais flexível e episódica, em que cada emissão oferece uma narrativa completa e autossuficiente. A variedade desses formatos enriquece o cenário da ficção televisual, atendendo a diferentes públicos e preferências, e proporcionando espaços para experimentações narrativas e temáticas mais elaboradas. Portanto, compreender as estruturas dessas séries é fundamental para apreciar e analisar a riqueza e diversidade dessa forma de entretenimento televisivo.

1.4 - Paralelos entre ficção e realidade

Enquanto algumas produções em ficções seriadas se apegaram à estética da repetição para a construção de sua narrativa, outras tornaram-se mais complexas, apresentando personagens com características, fragilidades e anseios próximos aos dos espectadores, fazendo com que a série se torne mais verossímil. Utilizando o exemplo da série *Breaking Bad*, produzida por Vince Gilligan, Edson Renato Nardi (2017, p. 19) cita Thomsen:

O espectador percebe e realiza o sentido de um filme e sua narrativa de forma semelhante a como ele/ela faria da vida real. Os personagens são assumidos como tendo sentimentos e personalidades como pessoas reais, e as funções mundanas ficcionais como o mundo real. No entanto, isso não deve ser misturado com a “ilusão de realidade”, onde o espectador, na situação de visualização, é pensado que experimenta o mundo fictício como real. O espectador está bem ciente de que a narrativa é ficção, e que o mundo fictício é separado da realidade. Nós comumente falamos sobre como situações improváveis “só acontecem em filmes”, mas esta consciência não nos impede de responder emocionalmente (2013, p. 3 e 4 apud NARDI, 2017, p. 19-20).

Segundo Nardi (2017, p. 21), um conceito tem-se destacado na construção dos protagonistas das séries norte-americanas: o anti-herói, sendo responsável pela verossimilhança de muitos personagens. Esses personagens são tidos como bons no começo, mas a partir do desenvolvimento da narrativa, suas ações se afastam daquelas normalmente projetadas para os heróis: as ações nem sempre são altruístas, por vezes, egoístas, com a utilização da violência. O herói, por outro lado, é um ser extraordinário que realiza atos que vão além da normalidade. O herói é alguém que está pronto para se sacrificar ou já se

sacrificou por algo maior que ele mesmo (CAMPBELL, 1990, p. 137 apud NARDI, 2017, p. 22).

Ao contrário do herói tradicional, moralmente correto e inflexível, o anti-herói geralmente apresenta características morais defeituosas. Seus compromissos éticos são frequentemente percebidos como meios desagradáveis para alcançar um objetivo — como torturar alguém, quebrando um dedo, para obter informações necessárias para a “justiça” prevalecer. Ação naturalizada na televisão norte-americana, sob a justificativa de alcançar um bem maior. Em outras ocasiões, no entanto, suas falhas morais são simplesmente manifestações de problemas éticos, como o alcoolismo, a infidelidade ou um temperamento violento e incontrolável (MITCHELL, 2013, s/p apud NARDI, 2017, p. 23).

Nardi destaca que diferente do herói, o anti-herói apresenta características menos definidas, até mesmo frágeis: “Destaco a fragilidade que o anti-herói possui se comparado com o herói, uma moral que, muitas vezes, está aquém ou segue caminho diverso daquela proposta pela sociedade e, por fim, o uso de meios moralmente questionáveis para uma finalidade socialmente válida” (2017, p. 23). Essa fragilidade é justamente o que torna os anti-heróis mais críveis que os heróis ou vilões, pois suas características os tornam mais próximos do ser humano comum, aproximando-se, assim, do público espectador e fazendo paralelos com a realidade.

O anti-herói nem sempre encarna o binário dominante/superior, tampouco o anti-herói representa necessariamente o inferior, separando-o assim do vilão. O anti-herói pode, de fato, representar superior e inferior; tanto o bem como o mal, tanto masculino como feminino ao mesmo tempo. O anti-herói não é herói nem vilão, ou talvez ele seja ambos, representados através de um caráter complexo e convincente (JUDGE, 2013 apud NARDI, 2017, p. 24).

Em suma, a figura do anti-herói não é perfeita como o herói: ele possui traumas, medos e defeitos. A fraqueza de caráter, por exemplo, é uma característica humana que normalmente não está presente nos heróis, mas é associada aos anti-heróis (DE SOUZA LIMA, PINTO, DE FARIA, p.31). Na composição de tramas narrativas, diferentes autores da literatura focam suas histórias em anti-heróis, que não são vilões, mas podem recorrer a artifícios considerados ruins ou imorais — como os personagens da *Marvel Comics*, Wolverine, Deadpool, Justiceiro¹⁶ — para obter seus objetivos, ao contrário do herói que segue as regras da sociedade fielmente. “Assim, é comum ao anti-herói possuir características

¹⁶ Wolverine é um mutante com garras de adamantium e poder de cura; Deadpool é um mercenário com poder de regeneração e senso de humor peculiar; o Justiceiro é um vigilante implacável que busca justiça pelas próprias mãos.

que são, muitas vezes, julgadas baixas e desprezíveis, mas que o tornam muito mais humano que os heróis propriamente ditos, que são sempre tão corretos e perfeitos” (DE SOUZA LIMA, PINTO, DE FARIA, ano, p. 34).

Essas características aproximam o anti-herói do ser humano, do espectador do outro lado da tela. Conforme Kothe (1997), a literatura se apropriou dessas características humanas para compor os seus personagens:

O ódio repleto de rancor, a total falta de comisseração, a raiva que não acaba sequer com a morte do adversário, a sede de vingança até o fim. Tais gestos não são monopólio de personagens, não são apenas ‘Literatura’. Foi da vida mesmo que a Literatura os aprendeu. Por outro lado, a grande obra é capaz de mostrar a ‘grandeza’ existente naquilo que aparenta apenas ser baixo e derrotado (KOTHE, 1997 apud DE SOUZA LIMA, PINTO, DE FARIA, 1987, p.34).

De Souza Lima, Pinto e Faria (2020, p. 34) utilizam o personagem brasileiro Macunaíma¹⁷, de Mário de Andrade, para exemplificar a complexidade do anti-herói. Eles relembram que mesmo o personagem sendo capaz de atos sórdidos, ele também realiza atitudes nobres. No caso do personagem brasileiro, apesar dele ser um “malandro”, preguiçoso, definido como um “herói sem nenhum caráter”, ele ama Ci¹⁸. Os anti-heróis também são personagens que possuem complexidade, possuem passados traumáticos que justificam o seu caráter dúbio.

Atualizando o exemplo, pode-se pensar no personagem *Homelander*, *The Boys*, considerado pelo público o grande vilão da série — e de fato, é. Porém, apesar de ser maléfico, o personagem não é o clássico vilão da história, os quais são maus em si, isto é, não é um ser de pura maldade sem uma justificativa que faça sentido na narrativa. Ele possui um passado traumático que ao ser apresentado ao espectador mostra ao público as razões pelas quais ele se tornou quem é. Além disso, o *Homelander*, apesar da maioria das vezes não fazer jus à alcunha de super-herói, no último episódio da terceira temporada, ele deixou seu orgulho e sua rivalidade com Billy Butcher (Karl Urban) de lado para enfrentar *Soldier Boy*, que ameaçava o seu filho Ryan. Uma atitude que comumente não é esperada de um super vilão, mas que é característico do ser humano: a preocupação com alguém próximo. Porém, cabe destacar que a relação entre o herói e seu filho não é de amor paterno, mas de posse, na qual, ele percebe o garoto como um sucessor e um modo de aumentar o seu poder.

¹⁷ “Macunaíma” é um romance modernista de Mário de Andrade que narra a jornada fantástica e folclórica de um herói preguiçoso e astuto, representando a cultura brasileira e suas contradições.

¹⁸ Ci é uma personagem do livro “Macunaíma” de Mário de Andrade. Ela é uma mulher guerreira e sedutora, irmã de Jiguê e mãe do “herói” Macunaíma.

Por fim, há o vilão, considerado o contraponto completo da figura do herói. “Enquanto o herói denota a posse de uma moral valorizada, apreço a determinadas ideologias e instituições caras a nossa sociedade, o vilão representa a tentativa da destruição desses elementos” (NARDI, p. 24). Essa relação herói *versus* vilão é percebida em diversas produções midiáticas, nos livros, HQs, séries e filmes. Um exemplo é a relação Batman e Coringa, na *DC Comics*, e Homem-Aranha e Duende Verde na *Marvel*. Enquanto esses heróis seguem códigos morais rígidos que não lhes permite matar, por exemplo, e lutam em prol de suas cidades; os vilões estão dispostos a qualquer tipo de atrocidade para alcançar os seus objetivos. Duende Verde e Coringa¹⁹ são dois exemplos de vilões que não têm explicações morais ou de *background* para explicar as suas ações, são personagens obcecados por seus adversários, e o principal objetivo é fazê-los sofrer.

The Boys, exibida pelo *Prime Video* e dirigida por Eric Kripke, é uma série que faz interseções com a realidade contemporânea a partir do arquétipo do anti-herói. Laura Cristina de Toledo Quadros e Leticia de Toledo Quadros Musco (2021, p. 166) afirmam que a história da série se distancia da dicotomia herói/vilão. Em *The Boys*, o grupo de protagonistas não possui as características típicas dos heróis, mas se aproximam dos anti-heróis, ao possuírem particularidades e fragilidades, sendo que algumas podem ser comuns ao espectador:

[...] Há toda uma história contada em *The Boys* que envolve um jogo de palavras e imagens, conferindo uma dinâmica onde os arquétipos de bem e mal, são também problematizados. Ao contrário de certas séries televisivas como, por exemplo, Super-Homem onde a figura do herói com conflitos tipicamente humanos, porém, tendendo sempre à ética e à moral, fica bem delineada, em *The Boys*, os heróis têm seu lado corruptível, sua sombra perturbadora, trazendo-nos questões que podem perfeitamente caber na realidade contemporânea. Nesse sentido, os personagens da referida série não são estereotipados como já alertado no início desse tópico, fugindo do lugar comum, ou da receita fácil, puramente comercial que, por vezes, povoa o universo audiovisual, principalmente, o televisivo (DE TOLEDO QUADROS, MUSCO, 2021, p. 167).

Essas características trazem para a produção audiovisual personagens dotados de complexidade, com características que podem ser percebidas nos indivíduos que compõem a sociedade contemporânea: “*The Boys* nos convoca à perda da ingenuidade, nos levando a experimentar sentimentos conflitantes, tais como simpatia por um personagem capaz de cometer atos ilícitos ou a irritação por aquele que pode querer tudo ‘certo’” (DE TOLEDO QUADROS, MUSCO, 2021, p. 168-169). Ressaltando a presença de aspectos da realidade na

¹⁹ Corriqueiramente, o Coringa é apresentado como um personagem insano e mau por essência. Porém, em algumas obras como a HQ *Batman: A Piada Mortal* (1988) e o filme *Coringa* (2019), o personagem é apresentado como um oprimido pela sociedade que se revolta com o mundo e enlouquece.

série, as autoras lembram o impacto do cristianismo e da figura de Deus na sociedade norte-americana e como essas características são retratadas em *The Boys*. Na primeira temporada da narrativa, os heróis são tidos como seres escolhidos por Deus, e por isso, possuem grandes poderes.

Desse modo, tem-se na figura do anti-herói uma estrutura narrativa que gera aproximação com o público espectador, sendo a exploração desse modelo de personagens uma das estratégias das produtoras de séries e produtos audiovisuais. Durante décadas, a televisão americana predominantemente apresentava narrativas centradas no herói, como médicos benevolentes que curavam seus pacientes em séries como *Ben Casey* (1961-1966)²⁰ ou policiais competentes que capturavam bandidos em *Dragnet* (NBC, 1951-1959)²¹. Os executivos acreditavam que os espectadores não teriam interesse em acompanhar personagens considerados “bestas” ou “bandidos” regularmente (Sepinwall, 2012 apud MEIMARIDIS; CORTEZ LUZ URBANO, 2018, p. 324). Portanto, as séries televisivas frequentemente apresentavam protagonistas simpáticos e facilmente reconhecíveis (Mittell, 2015 apud MEIMARIDIS; CORTEZ LUZ URBANO, 2018, p. 324).

No entanto, essa convenção começou a enfraquecer ao longo dos anos, mostrando os primeiros sinais de mudança na década de 1980 com séries como *St. Elsewhere* e *Hill Street Blues*²². Essas produções apresentavam médicos e policiais que se deparavam com sistemas institucionais injustos e corruptos (Holoweiko, 1998; Sepinwall, 2012 apud MEIMARIDIS; CORTEZ LUZ URBANO, 2018, p. 324). A mudança de paradigma continuou com o surgimento de *Oz*²³ (HBO, 1997-2003), uma série que rompeu com a tradição de protagonistas simpáticos ao focar na vida dos presos da prisão *Oswald State Correctional Facility*²⁴. O espaço aberto por *Oz* permitiu o lançamento, em 1999, de *The Sopranos*²⁵ (HBO, 1999-2006), série que acompanhava o dia a dia da vida do mafioso Tony Soprano, um homem violento e

²⁰ *Ben Casey* foi uma série de televisão médica que foi ao ar de 1961 a 1966, acompanhando as histórias do Dr. Ben Casey enquanto ele lidava com casos médicos desafiadores e questões pessoais.

²¹ *Dragnet* foi uma série de televisão policial americana exibida na NBC de 1951 a 1959, apresentando a rotina do sargento de polícia Joe Friday e seu parceiro enquanto investigavam e resolviam casos criminais em Los Angeles.

²² *St. Elsewhere* é uma série de drama médico que se passa no fictício *St. Eligius Hospital*, abordando a vida pessoal e profissional de médicos e pacientes. *Hill Street Blues* é uma série policial que retrata a rotina caótica de uma delegacia, focando nos desafios enfrentados pelos policiais e detetives em lidar com o crime e suas vidas pessoais.

²³ “Oz” é uma série de TV da HBO que foi ao ar de 1997 a 2003, retratando a vida dos detentos e funcionários em uma prisão de segurança máxima, explorando temas complexos como violência, corrupção e questões sociais.

²⁴ Oswald State Correctional Facility é uma prisão fictícia da série de televisão "Oz", conhecida por retratar a vida de detentos e funcionários em um ambiente brutal e complexo.

²⁵ "The Sopranos" é uma série de televisão americana que segue a vida de Tony Soprano, um chefe da máfia que tenta equilibrar os desafios de sua família disfuncional e seu império criminoso.

assombrado por seus diversos desvios éticos e morais (MEIMARIDIS; CORTEZ LUZ URBANO, 2018, p. 325).

The Sopranos é considerado por alguns autores como o marco inicial para o sucesso de dramas com anti-heróis na televisão americana (Martin, 2014 apud MEIMARIDIS; CORTEZ LUZ URBANO, 2018, p. 325). Tony Soprano foi seguido por personagens como o policial sem escrúpulos Vick Mackey em *The Shield* (FX, 2002-2008), o assassino em série Dexter Morgan em *Dexter* e o publicitário Don Draper em *Mad Men* (AMC, 2007-2015²⁶). O jornalista americano Brett Martin (2014 apud MEIMARIDIS; CORTEZ LUZ URBANO, 2018, p. 325), ao perceber a popularidade dessas narrativas centradas no arquétipo do anti-herói, propôs chamá-los de “Homens Difíceis”, uma categoria que representa personagens colocando em xeque a questão da fragilidade masculina, vivendo vidas conturbadas, envoltas em violência e decisões de moral duvidosa.

Segundo os autores, diversos fatores contribuíram para o sucesso desses dramas de anti-heróis, incluindo questões contextuais do pós-modernismo e o aumento no número de canais televisivos nos Estados Unidos. Além disso, a complexificação das estruturas narrativas, que dedica menos tempo a “relembrar enredos”, favorece o enriquecimento da diversidade moral, emocional e política das histórias (García, 2016 apud MEIMARIDIS; CORTEZ LUZ URBANO, 2018, p. 325). Essas produções conseguem expor os espectadores a personagens antipáticos, os quais são aprofundados ao longo dos episódios, graças ao entrelaçamento de arcos e ao prolongamento das tramas (MEIMARIDIS; CORTEZ LUZ URBANO, 2018, p. 325).

A figura analisada no presente trabalho, o *Homelander*, é um desses casos com uma narrativa que apresenta personagens mais complexos. Apesar de ser o vilão da série, ele possui um *background* que explica as motivações para a moral deturpada do personagem na série *The Boys*. Ao mesmo tempo que o *Homelander* possui poderes sobre-humanos e total desrespeito pelas leis dos Estados Unidos, ele possui características, principalmente psicológicas, que um cidadão comum poderia apresentar. Ele tem fragilidades emocionais, como medos e inseguranças, por conta de traumas da infância, convive com uma necessidade pujante de ser amado e querido pelos seus fãs e por aqueles que o cercam, e tem medo da solidão.

²⁶ Vick Mackey em *The Shield* é um policial corrupto que lidera uma unidade anti-gangue em Los Angeles. Dexter Morgan é um especialista forense em sangue que leva uma vida dupla como serial killer, caçando assassinos que escaparam da justiça. Don Draper em *Mad Men* é um talentoso publicitário dos anos 1960 com uma vida pessoal conturbada, lidando com sua identidade e as mudanças na indústria da publicidade.

2 - A SOCIEDADE MIDIATIZADA NA SÉRIE

Do mesmo modo que *The Boys* surge em um contexto no qual os modos de produção, circulação e consumo das séries de heróis são distintos, ela também surge em um momento em que a sociedade se modifica, tornando-se cada vez mais midiaticizada. Retomando a ideia de que o gênero integra a vida social e a maneira como ela é registrada na forma de um programa de televisão ou de *streaming* (ROCHA, DA SILVEIRA, 2012, p. 6), entende-se que as séries são reflexo da sociedade na qual estão inseridas. A narrativa apresentada em *The Boys* também se dá em uma sociedade midiaticizada, isto é, uma sociedade na qual os meios de comunicação e mídia se infiltram nas instituições e na vida cotidiana das pessoas.

Para entender como os personagens de *The Boys*, em especial o *Homelander*, utilizam das possibilidades da comunicação midiática, é preciso entender o que é o conceito de sociedade midiaticizada e como ele se relaciona com as mudanças presentes na sociedade contemporânea. Segundo Hepp, “conectada a esse termo (midiaticização) está não apenas a ideia de que a mídia tem certa especificidade que exerce uma influência na cultura e na sociedade: o termo também sugere um processo de mudança” (2014, p. 46). Fazendo uma distinção entre “mediação” e “midiaticização”, Hepp pontua que o primeiro se refere às teorias da área da comunicação como um todo, enquanto o segundo, diz especificamente sobre as teorias das mudanças na mídia (2014, p. 47).

Kent Asp (1990), citado por Hepp (2014), relaciona a midiaticização à proposta de uma lógica da mídia. Asp argumenta que, para analisar o papel da mídia na sociedade, é necessário considerar três campos interligados de influência: o campo do mercado, o campo da ideologia e o campo dos sistemas de normas que envolvem os processos de produção da mídia. Esse terceiro campo, descrito como o campo da lógica da mídia, engloba a dramaturgia, os formatos, as rotinas e as racionalidades da mídia massiva (KENT ASP, 1990, apud HEPP, 2014, p. 47-48).

Stig Hjarvard definiu a midiaticização como o processo pelo qual elementos centrais de uma atividade social ou cultural (por exemplo: política, religião e educação) são influenciados e dependentes da mídia (HJARVARD apud HEPP, 2014, p. 50). Stig Hjarvard destaca a institucionalização da mídia como uma forma particular de midiaticização, na qual as instituições de mídia exercem influência sobre as outras instituições sociais (HEPP, 2014, p. 48).

A midiaticização da sociedade implica uma dependência crescente da mídia e de sua lógica. Conforme Hjarvard (2008, 110; 2013, 13 apud HEPP, 2014), a midiaticização, antes de

qualquer coisa, está nos relacionamentos entre a mídia e as outras instituições sociais, sendo assim, a mídia como uma instituição que exerce influência sobre outras instâncias, como empresas e governos. Friedrich Krotz (2001), mencionado por Hepp (2014), desenvolve uma abordagem da midiatização orientada à pesquisa de comunicação embasada na teoria de ação e nos estudos culturais. Krotz entende a midiatização como um metaprocesso de mudança, descrevendo a história da humanidade como marcada por um processo em que os meios de comunicação se tornaram cada vez mais desenvolvidos, sendo utilizados de diversas maneiras (HEPP, 2014, p. 48-49).

A midiatização também está relacionada à comunicação política, que se torna orientada pela lógica da mídia. A sociedade contemporânea é caracterizada pela “mediação de tudo” e pela saturação de mídia em diferentes mídias ao mesmo tempo (LIVINGSTONE apud HEPP, 2014, p.53). Essa midiatização não se refere a um único tipo de mídia, mas à construção comunicativa de vários campos da cultura e da sociedade por meio de diversas mídias (HEPP, 2014). A abordagem dos “mundos midiatizados” permite compreender a midiatização em um quadro mais abrangente, no qual eles seriam pequenos mundos da vida (LUCKMANN, 1970 apud HEPP, 2014, p.53) ou mundos sociais (SHIBUTANI, 1955; STRAUSS, 1978 apud HEPP, 2014, p. 53) que dependem constitucionalmente de uma articulação pela comunicação midiática. Os mundos midiatizados são marcados por inventários de conhecimento intersubjetivo, práticas sociais específicas e adensamentos culturais (HEPP, 2014, p. 53).

Os mundos midiatizados são o nível no qual a midiatização se torna concreta e pode ser analisada empiricamente. Por exemplo, apesar de ser impossível pesquisar a midiatização de uma cultura ou de uma sociedade como um todo, podemos investigar o mundo midiatizado das negociações da bolsa de valores, das escolas, do lar e assim por diante (HEPP, 2014, p. 53).

No contexto dos mundos midiatizados, três aspectos se destacam para a pesquisa. Primeiro, esses mundos possuem uma rede de comunicação além das fronteiras territoriais, na qual as áreas culturais se sobrepõem e perdem suas bases territoriais (SHIBUTANI apud HEPP, 2014, p. 54). Segundo, os mundos midiatizados existem em várias escalas, abrangendo diferentes contextos e territórios. Terceiro, esses mundos estão entrelaçados entre si, formando uma complexa interconexão (HEPP, 2014, p. 54).

Portanto, para Hepp:

A midiatização refere-se à propagação temporal, espacial e social cada vez maior da comunicação midiática. Isso quer dizer que, com o tempo, temos nos tornado cada

vez mais acostumados a nos comunicar pela mídia em vários contextos. Em relação aos aspectos qualitativos, a midiatização se refere ao papel da especificidade de certas mídias no processo de mudança sociocultural. Isso significa que importa o tipo de mídia usada para cada tipo de comunicação (2014, p.51).

Para Muniz Sodré (2006, p. 19), a sociedade contemporânea é caracterizada pela midiatização, ou seja, a tendência à virtualização das relações humanas através das tecnologias de comunicação. Essa virtualização tem impactos significativos na forma como as informações são transmitidas e consumidas, inclusive no campo jornalístico. Segundo Sodré (2006), o noticiário jornalístico, transmitido em tempo real, tornou-se uma estratégia do mercado financeiro. Nesse contexto, a rapidez e a abrangência das notícias tornam-se fundamentais, pois um pequeno boato pode repercutir como um terremoto em regiões distantes. Essa dinâmica coloca o jornalismo como um elemento-chave na formação de percepções e cognições coletivas.

De acordo com Sodré (2006), a mídia desempenha um papel estruturador ou reestruturador de percepções e cognições individuais e coletivas. Especialmente no âmbito político, as pesquisas mostram que a mídia funciona como uma espécie de agenda coletiva, influenciando a opinião pública e moldando as percepções sobre determinados assuntos. Sodré (2006) argumenta que a influência da mídia no público vai além da influência normativa, atingindo principalmente o âmbito emocional e sensorial. Através da estetização generalizada da vida social, a mídia molda identidades pessoais, comportamentos e até mesmo juízos de natureza ética.

2.1 - Midiatização e opinião pública

Hjarvard (2014) utiliza uma anedota proposta por Lippman (1992) para exemplificar o poder de formação e influência no social que a mídia (em especial os jornais) possui. Nesta anedota, havia um grupo de franceses, ingleses e alemães isolados em uma ilha que recebiam notícias a cada 60 dias, por meio de um barco a vapor. A história se passa em 1914, ano de início da Primeira Guerra Mundial, o grupo de europeus conviveu como amigos até receberem a notícia do início do conflito. Quando leram os jornais que noticiaram o início da guerra, as relações entre os membros das três nacionalidades mudaram: de amigos, tornaram-se inimigos.

“Lippman usa essa anedota para ilustrar o poder dos jornais de mudar as representações em nossas mentes, ou seja, nossa interpretação do mundo social, e como isso subsequentemente influencia nossos relacionamentos e ações em relação a outras pessoas”

(HJARVARD, 2014, p. 22). O autor ainda salienta que as representações trazidas pelos jornais não refletem necessariamente a realidade por poderem ser carregadas por estereótipos, interesses econômicos e políticos.

Apesar da discrepância entre a representação da mídia e a realidade, a mídia jornalística e a opinião pública influenciam o mundo real; mesmo se as percepções do mundo não correspondem à realidade, elas podem ter consequências reais, já que humanos agem de acordo com suas percepções do mundo, não a partir de um *insight* absoluto da verdade sobre o mundo (HJARVARD, 2014, p. 22).

No contexto atual da comunicação e da cultura midiaticizada, o papel dos meios de comunicação na sociedade é de extrema relevância. A globalização e a comercialização permitem que as mídias ultrapassem fronteiras nacionais e culturais, enquanto estão cada vez mais sob o controle de conglomerados de comunicação globais. Além disso, a disseminação de mídias interativas possibilita que as pessoas se engajem ativamente em diferentes formas de comunicação com um alcance potencialmente global (HJARVARD, 2014).

A midiaticização é um fenômeno que reflete a crescente importância e transformação da mídia na cultura e na sociedade. Ela descreve os processos pelos quais a cultura e a sociedade se tornam cada vez mais dependentes dos meios de comunicação, integrando sua lógica como mídia em práticas culturais e sociais em vários níveis. Os meios de comunicação não apenas exercem influência sobre a sociedade, mas também se tornam instituições sociais em si, institucionalizando-se em outros domínios sociais (HJARVARD, 2014).

A influência da mídia na cultura e na sociedade não pode ser restrita apenas às esferas públicas e políticas. A teoria da midiaticização contemporânea deve fornecer um quadro teórico abrangente para compreender a influência da mídia na cultura e na sociedade na totalidade, permitindo o desenvolvimento conceitual e estudos empíricos em áreas mais específicas da cultura e da sociedade (HJARVARD, 2014). Na série aqui analisada, a influência da mídia é percebida na posição ocupada na sociedade pelos próprios heróis e pela *Vought*. As produções midiáticas funcionam como uma extensão da corporação e uma forma dela ampliar o seu poder, ao se infiltrar nas demais instituições por meio das notícias que os envolvem, entrevistas, reality shows, filmes e publicidades, buscando impor uma imagem de benfeitores aos heróis, de modo que eles pareçam bons, benéficos e necessários para a sociedade.

Neste trabalho, entende-se que, a *Vought*, ao construir uma imagem positiva para seus heróis, atua também com a intenção de fazer deles celebridades midiáticas. Os heróis possuírem poderes sobre-humanos não basta, esse poder precisa ser ampliado. Por isso, a

Vought atua na construção da visibilidade, da influência no social e na identificação das pessoas com os “supers”, buscando assim, ampliar o poder político e midiático.

2.2 - Celebidades na mídia

O fenômeno das celebridades na mídia tem sido objeto de estudo e análise em diferentes perspectivas teóricas. Paula Simões e Vera França (2014) abordam a relevância histórica desse processo, salientando que a busca pela fama não é um fenômeno exclusivo da sociedade moderna. Ele cita Braudy (1986) para demonstrar que desde o século XVII, a busca por notoriedade já se manifestava, embora fosse restrita a membros das elites políticas e religiosas. Entretanto, com a democratização da sociedade, essa busca pela fama tornou-se mais acessível a um número maior de pessoas, e a mídia desempenhou um papel fundamental nesse contexto (apud FRANÇA, SIMÕES, 2014, p. 1064).

Rojek (2008 apud FRANÇA, SIMÕES, 2014, p. 1064-1065) complementa essa visão, apontando três processos históricos associados ao surgimento da celebridade como preocupação pública. O primeiro é a democratização da sociedade; o segundo, o declínio da religião organizada; e por fim, a transformação do cotidiano em mercadoria. Segundo o autor, a queda da sociedade cortesã nos séculos XVII e XVIII resultou na mudança do capital cultural para aqueles que conquistaram sucesso por mérito próprio. Com o avanço da sociedade moderna, as figuras públicas passaram a ocupar o vazio deixado pela decadência da crença popular no direito divino dos reis e pela suposta morte de Deus (ROJEK em 2008, 15-16 apud FRANÇA, SIMÕES, 2014, p. 1064).

O declínio da sociedade cortesã dos séculos XVII e XVIII promoveu uma mudança no perfil das celebridades, transferindo o capital cultural para indivíduos que alcançavam sucesso através de seus próprios esforços. Esse processo coincidiu com o desenvolvimento da sociedade moderna, na qual as celebridades preencheram o vazio deixado pela decadência da crença no direito divino dos reis. A emergência dos meios de comunicação de massa, especialmente rádio e televisão, teve um impacto significativo na aquisição e atribuição da fama. Antes, a celebridade era vinculada a grandes feitos, mas com a mídia, ela pôde ser obtida através de uma criação midiática (SMART, 2005 apud SIMÕES, 2014).

Rojek (2008 apud FRANÇA, SIMÕES, 2014, p. 1064) também destaca as diferentes origens do caminho da fama e propõe três *status* de celebridades: conferida, adquirida e atribuída. O *status* conferido está relacionado à linhagem, à descendência de uma nobreza, enquanto o *status* adquirido deriva das realizações e qualidades do indivíduo. Já o *status* atribuído está ligado à visibilidade, sendo frequentemente mediado pela mídia. É importante

notar que esses *status* não são rígidos e podem se entrelaçar ao longo da trajetória de uma pessoa, possibilitando a coexistência de diferentes fontes de fama em um mesmo indivíduo.

Nesse contexto, a mídia desempenha um papel central na constituição das celebridades contemporâneas. Através do interesse crescente na biografia de certos sujeitos, a mídia constrói narrativas que capturam a atenção do público. Pena (2002 apud FRANÇA, SIMÕES, 2014) destaca que cada momento da biografia de uma celebridade é superdimensionado, transformado em capítulo e consumido como um espetáculo midiático. Essas narrativas biográficas são essenciais para a identificação do público com as celebridades, que se tornam pontos de referência e catalisadores de atenção no imaginário coletivo.

França e Simões (2014, p. 1067) ressaltam ser fundamental salientar que a mídia não é a única responsável pela construção das celebridades. As experiências vividas pelos sujeitos também desempenham um papel crucial nesse processo. A mídia se apropria dessas experiências para a construção de narrativas que convocam o público a se identificar com as personalidades retratadas. Assim, a constituição das celebridades é resultado de complexas interações entre a mídia, o contexto social e os próprios indivíduos, refletindo a sociedade midiaticizada em que estamos inseridos.

Pensando a série *The Boys*, tem-se que a sociedade midiaticizada é o cenário onde a narrativa seriada se desenvolve, sendo esta uma realidade na qual os processos midiáticos estão inseridos e influenciam diretamente na vida das pessoas – tal como o mundo real. A construção da identidade dos “supers” como celebridades se dá graças à midiaticização da sociedade da série (contexto social), ocorrendo a partir da influência da *Vought*, que utiliza os meios de comunicação (mídia), que constroem narrativas para direcionar o público à aceitação de seus heróis, e posteriormente, à adoração (indivíduos).

A presença marcante da mídia na vida social não apenas influencia a construção de celebridades, mas também molda a própria sociedade. Os meios de comunicação de massa têm potencial para configurar um processo de midiaticização da sociedade, onde a mídia passa a afetar os rumos dos processos sociais (BRAGA apud FRANÇA, SIMÕES, 2014). Essa interação entre mídia e sociedade transforma a maneira como as pessoas se relacionam com a informação e com a construção de identidades, tornando a mídia uma força significativa na contemporaneidade.

2.3 - Economia da imagem: as indústrias midiáticas na construção dos heróis

Entender a celebridade como um fenômeno midiático requer considerar que determinadas indústrias, como a produção de filmes e música popular, são há décadas

dominadas por corporações transnacionais, operando em uma escala global (TURNER, 2013). Nesse contexto, a celebridade emerge como uma poderosa ferramenta para conectar processos de mídia cruzada, atuando como um veículo para transferir produtos de um formato para outro, tornando-se parte essencial do processo de *streaming* de conteúdo. Embora a prática de estrelas de cinema participarem de programas de entrevistas para promover filmes não seja uma novidade, o que se destaca atualmente é a crescente importância da celebridade como um mecanismo de marca para produtos midiáticos, facilitando sua fluente tradução entre formatos e sistemas de distribuição (TURNER, 2013).

Essas condições habilitadoras, mais do que determinantes, tiveram um profundo impacto no poder cultural e econômico das celebridades em geral. A utilidade das celebridades para a expansão das mídias cruzadas das grandes conglomeradas de mídia e entretenimento resultou em um valor aumentado das celebridades enquanto mercadorias. Os empreendedores de mídia, cientes do apelo que as celebridades exercem sobre o público, buscam ativamente envolvê-las em seus projetos, por acreditarem que isso contribuirá para atrair e cativar audiências (TURNER, 2013).

O desenvolvimento da imagem pública da celebridade tornou-se um negócio cada vez mais sério e frequentemente delegado a terceiros, como gerentes ou agentes, com o interesse de promover o sucesso comercial da celebridade a longo prazo. No entanto, essa gestão pode apresentar desafios, especialmente quando a celebridade se torna uma sensação momentânea, exigindo estratégias específicas para maximizar os retornos em um curto período. Especialmente em setores como a música popular e o esporte, em que a longevidade pode ser incerta, torna-se crucial avaliar cuidadosamente as perspectivas futuras ao tomar decisões sobre o gerenciamento de uma celebridade (TURNER, 2013, p. 37).

Gamson argumenta que a construção da persona da celebridade pode levar a uma “perda de autonomia” em termos de restrições à sua vida fora das telas e escolhas profissionais. No entanto, essa perda é vista como um compromisso aceitável em troca do aumento do poder de mercado na indústria (apud TURNER, 2013). Conforme Turner (2013), a indústria das celebridades é sustentada por oito sub-indústrias contribuintes, que trabalham em conjunto para produzir e promover a celebridade.

A *indústria do entretenimento*, englobando teatro, casas de música, dança, arenas esportivas e estúdios de cinema, juntamente com a *indústria das comunicações*, que abrange jornais, revistas, rádio, televisão e cinema, formam o núcleo dessa estrutura. Há a *indústria de publicidade*, com publicitários, firmas de relações-públicas, agências de publicidade e empresas de pesquisa de mercado, é responsável por promover as atividades dessas indústrias.

Enquanto isso, a *indústria de representação*, compreendendo agentes, empresários pessoais e promotores, que cuidam da gestão das próprias celebridades.

Para a construção da imagem da celebridade, entra em cena a *indústria de aparência*, com figurinistas, cosmetologistas, cabeleireiros e outros consultores de imagem. A *indústria de treinamento*, que engloba professores de música, dança, fala e modelagem, trata do aprimoramento do desempenho profissional das celebridades. Por fim, a *indústria de endosso*, que inclui fabricantes de lembranças, roupas, jogos e outros, e a *indústria de serviços jurídicos e comerciais*, fornecendo assessoria jurídica, contábil e de investimentos, completam a estrutura que sustenta o fenômeno da celebridade (TURNER, 2013, p. 45).

Essas oito sub-indústrias da indústria das celebridades podem ser percebidas na narrativa proposta por *The Boys*, aparecendo nos modos com os quais a corporação que controla os heróis, a *Vought International*, trabalha para promovê-los. Há o uso da indústria do entretenimento, os heróis participam de filmes, musicais, *talk shows* e *reality shows* sobre os heróis, que auxiliam na construção da imagem desses personagens, além de levar ao público a sensação de aproximação com os ídolos. Paralelamente, há a utilização da indústria das comunicações, com jornais e programas de notícias na televisão produzidos (ou somente utilizados) pela *Vought* para fornecer informações e transmitir narrativas moldadas pela corporação para o benefício da imagem midiática dos seus heróis. Aparece ainda a indústria da publicidade, na qual, os heróis participam de comerciais de empresas que existem na série; em diversos momentos ao longo das temporadas, vê-se *outdoors* com os heróis promovendo produtos ou campanhas, além de comerciais ou propagandas do governo nos quais estão acompanhados de pessoas comuns.



Figura 1 - *Homelander* e *Maeve* em propaganda do exército norte-americano, alertando a população sobre a suposta ameaça dos “super vilões” / Fonte: *Prime Video*

Para coordenar a participação dos heróis nas outras sub-indústrias, há a indústria da representação, com agentes e empresários que cuidam da gestão de imagem. Na série, essa indústria aparece, principalmente, na figura da personagem Ashley Barrett (Colby Minifie), responsável pelas relações-públicas dos heróis da *Vought*. É ela quem coordena a vida pública dos “supers”, marcando e aprovando roteiros para entrevistas e discursos, pensando em campanhas publicitárias de promoção, etc. As demais sub-indústrias: aparência, treinamento, endosso e serviços jurídicos, também aparecem a partir de figurinistas, cabeleireiros, maquiadores e outros, que participam da construção imagem estética dos heróis; orientadores que modelam o herói para estar condizente com a imagem pública pretendida pela empresa; com jogos, parques temáticos, brinquedos e produtos em geral que fortalecem a figura célebre do herói; e por fim, assessores e advogados que cuidam da vida jurídica dos heróis, negociando e resolvendo processos judiciais.

2.4 - Comunicação, mídia e poder em *The Boys*

As celebridades surgem a partir da influência da comunicação midiática, um processo complexo que envolve a produção, circulação e recepção de mensagens por meio de diferentes meios de comunicação, capaz de operar nas instituições, exercendo poder sobre elas e sobre a sociedade. Sendo assim, essa comunicação tem um papel fundamental na sociedade contemporânea, ao ser responsável por moldar a nossa visão de mundo e as nossas crenças. Tucherman (2007 apud FRANCO, 2016, p. 298) observa que a mídia desempenha um papel crucial ao estabelecer a agenda de temas relevantes, moldando assim a percepção da atualidade e exercendo um poder significativo no jogo de saber-poder. Marcello (2004 apud FRANCO, 2016, p. 298) acrescenta que a mídia opera como um campo onde dispositivos visíveis proporcionam acesso a uma multiplicidade de discursos, tornando-a intrinsecamente ligada aos regimes de verdade.

No modo como a sociedade contemporânea se constitui, no qual as celebridades são adoradas pelo público, há nessas figuras a necessidade de buscar, além do sucesso pessoal e profissional, a obtenção de um poder simbólico, que, justamente, permite-lhes a adoração. Esse poder sobre o outro (celebridade sobre público) parte dos processos da midiaticização. Dênis de Moraes (2015, p. 16) discorre sobre como a realidade contemporânea é mediada por grandes corporações de mídia, que participam da vida social, mentalidades, processos culturais, arte, padrões de sociabilidade. Desse modo, essas corporações que controlam aquilo que as pessoas consomem, têm o poder de determinar quem é visto, quem tem valor no campo social.

Trata-se de um poder desmaterializado, penetrante, invasivo, livre de resistências físicas e territoriais, expandindo seus tentáculos para muito além da televisão, do rádio, dos meios impressos e do cinema. Já se infiltrou em celulares, *tablets*, *smartphones*, *palmtops* e *notebooks*, telões digitais, *webcams*... Tudo parece depender do que vemos, ouvimos e lemos no irrefreável campo de transmissão midiática — em atualização contínua — para ser socialmente reconhecido, vivenciado, assimilado, recusado ou até mesmo esquecido (DE MORAES, RAMONET, SERRANO, 2015, p. 16).

As organizações do sistema midiático conseguem definir sentidos e ideologias, interferindo e direcionando a opinião pública e o imaginário social. As corporações midiáticas inseridas neste sistema, por vezes, se apropriam de discursos para servir às suas conveniências particulares (DE MORAES, RAMONET, SERRANO, 2015). Na série *The Boys*, isso é percebido quando a *Vought*, empresa que controla os super-heróis, com grande influência na mídia e no mercado, controla as narrativas para o ganho midiático e financeiro. Em alguns momentos, a *Vought* dá a sensação de promover discursos em defesa dos direitos de minorias étnicas e de gênero, antes marginalizados e pertencentes a grupos específicos; mas, nos bastidores, fica evidente que a intenção de fundo é alcançar novos públicos e, por consequência, mais mercado.

Um exemplo trazido pela série ocorre no quarto episódio da segunda temporada, quando a personagem *Queen Maeve* (Dominique McElligott), uma heroína com poderes similares aos da Mulher-Maravilha, da *DC Comics*, tem sua sexualidade revelada pelo *Homelander* durante uma entrevista ao vivo para uma televisão norte-americana. Neste caso, o *Homelander* ao ser questionado sobre a falta de diversidade nos *Seven*, revela que a heroína seria lésbica — Maeve é bissexual, mas a *Vought* conta uma história distorcida com o intuito de “vender” mais. Após essa revelação, a *Vought* passa a promover campanhas publicitárias, vender produtos direcionados para a população LGBTQIAPN+, havendo um parque temático em referência à sexualidade de *Maeve*.



Figura 2 - Parque temático relacionado à sexualidade de *Maeve*, intitulado *The Inclusive Kingdom* / Fonte: *Prime Video*

Nesse sentido, *The Boys* apresenta uma visão crítica do poder da mídia. A série mostra como a mídia pode ser usada para promover interesses particulares ou para perpetuar desigualdades sociais. John B. Thompson destaca a dimensão simbólica dos meios de comunicação, enfatizando sua capacidade de produzir, armazenar e circular conteúdos significantes para produtores e receptores. A produção, transmissão e recepção desses significados conferem um poder capaz de intervir nos acontecimentos e influenciar as ações dos outros (THOMPSON, 2014 apud ANDRADE, 2015, p. 44).

O poder simbólico assume diversas formas, sendo o poder econômico uma delas. A capacidade de controlar as decisões econômicas confere influência sobre a mídia. Ignácio Ramonet (2013, p.64 apud ANDRADE, 2015, p. 45) ressalta que os meios de comunicação, quando apropriados pelo poder econômico, tornam-se uma força complementar para manter a sociedade em seu estado atual. Em uma democracia, é essencial que os poderes estabelecidos enfrentem uma oposição para garantir que as minorias não sejam subjugadas pela maioria. No entanto, o poder midiático muitas vezes escapa a esse contrapoder, questionando assim sua verdadeira natureza democrática.

Serrano (2013. p.72 apud ANDRADE, 2015, p. 46) argumenta que os meios de comunicação, ao reagirem agressivamente às políticas progressistas na América Latina, assumem um papel político fundamental, transformando-se em atores políticos por si. Arbex Jr. enfatiza o papel da televisão ao definir o que será considerado um acontecimento político e determinar o alcance geográfico desse evento (ARBEX, 2001. p.32 apud ANDRADE, 2015, p. 46).

As questões trazidas por Ramonet (2013, p.64 apud ANDRADE, 2015, p. 45) permitem observar como o poder aparece em *The Boys*, indo além dos super poderes divinos. O poder econômico, por exemplo, aparece na figura da Vought, que por estar inserida nos meios de comunicação, é capaz de construir narrativas hegemônicas compatíveis com os interesses da corporação, conferindo a ela, também, poder midiático. Por conta da influência na mídia, a série mostra que *Vought* também possui poder político, conseguindo influenciar em decisões governamentais e utilizando o espaço midiático que possui para atingir seus objetivos, como inserir os “supers” no exército norte-americano. Neste caso, os heróis e outros representantes da *Vought* utilizam espaços midiáticos, tais como os jornais e programas televisivos de notícias, para apresentar narrativas que sejam favoráveis e mostrem ao público as razões pelas quais os heróis são necessários nas forças armadas.

Moraes (2013, p.20 apud ANDRADE, 2015, p. 46–47) sintetiza o sistema midiático e identifica três características fundamentais do sistema midiático contemporâneo: a capacidade de fixar sentidos e ideologias, influenciando a opinião pública e o imaginário social; a habilidade de apropriação de significados para servir a interesses particulares; e o poder de promover a vida como um produto para o mercado consumista, promovendo individualismo e competição. As celebridades são sintomas desse sistema midiático, sendo construídas e mantidas por ele.

Em *The Boys*, a *Vought* não apenas exerce seu poder sobre a mídia, mas também influencia diretamente a construção da imagem dos super-heróis na sociedade. A manipulação de discursos e a apropriação de temas sensíveis refletem a interseção entre comunicação, mídia e poder, e demonstram como os meios de comunicação podem servir a interesses particulares e moldar a opinião pública de forma sistemática e persistente. A organização não apenas tem relevância no sistema midiático, como também o alimenta e produz suas próprias histórias. Durante a série, é mostrado como a *Vought* produz comerciais e filmes de seus heróis, tem seus próprios programas jornalísticos no qual narra os acontecimentos, e muitas vezes, os altera para a construção de uma narrativa que lhe convém apresentar ao público e tornar hegemônica.

2.5 - A cobertura do heroísmo

Denise Guimarães (1995) discute a influência das imagens televisivas, produzidas pelo jornalismo, na construção da realidade. Segundo ela, nossas expectativas são exageradas e nossa sensibilidade é moldada por imagens simplificadoras em um mundo de simulação. Na

civilização do simulacro, a realidade é substituída pelas imagens da televisão, e as diferenças entre o real e o imaginário são apagadas (GUIMARÃES apud BILL, 2010, p. 2-3).

Nelson Traquina (2005), ao falar sobre o poder do jornalismo e dos jornalistas na construção da realidade contemporânea, destaca a “autonomia relativa” do jornalismo, conferindo poder aos jornalistas e tornando-os participantes ativos na construção da realidade. Por sua vez, Habermas (apud SILVA; FERREIRA; FILHO, 2015, p. 5) aborda a participação do jornalismo na esfera pública, ressaltando seu papel na formação da opinião pública. O autor enfatiza que a mídia deve abordar as demandas tanto dos atores centrais (como políticos) quanto dos atores de base (minorias, movimentos sociais, etc.), tratando-as por meio de notícias, reportagens, comentários, conversas, cenas, imagens, shows e filmes informativos, polêmicos, educacionais ou de entretenimento.

Genro Filho (2012, p. 10) define o jornalismo como uma forma social de conhecimento condicionada historicamente pelo desenvolvimento do capitalismo, mas que possui potencialidades que vão além de sua mera funcionalidade para esse modo de produção (apud GAVIRATI, p. 27, 2015). A relação entre jornalismo e capitalismo remonta ao surgimento da imprensa, que buscava maximizar os lucros (HABERMAS apud GAVIRATI, p. 28, 2015). Nathale Kraetzig (2012) afirma que o jornalista é percebido socialmente não apenas por seu trabalho, mas também pela maneira como é representado em produtos audiovisuais de entretenimento (apud AMBRÓSIO, 2015, p. 3).

É importante destacar que os atores centrais possuem maior capacidade de influenciar a produção jornalística hegemônica, e o discurso dos profissionais de mídia reflete o pensamento das elites, que buscam influência e interesses próprios. Além disso, não se pode desconsiderar que os veículos de comunicação são empresas comerciais, que podem utilizar seu poder social para exercer influência e pressão política (HABERMAS apud SILVA; FERREIRA; FILHO, 2015, p. 6-7). Vale destacar que embora o enfoque da série seja na influência exercida pelos meios hegemônicos, há outros modos de fazer jornalismo. *The Boys* faz uma construção do jornalismo e da mídia como um grande super poder, que sustenta o poder dos “supers” no nível simbólico.

Em diversos momentos, o jornalismo recorre a artifícios narrativos para atrair o público consumidor. Zaclis Veiga, em seu trabalho *Telejornalismo e Violência Social*²⁷, discute a introdução do hiper-real no jornalismo, ressaltando o uso da dramaticidade e de

²⁷ Telejornalismo e Violência Social é um livro, escrito por Zaclis Veiga, que aborda a relação entre o telejornalismo e a violência social, analisando como a mídia pode influenciar a percepção da violência na sociedade.

episódios trágicos, que também é empregada pelo jornalismo por meio de maniqueísmo, tensões e conflitos para atrair o público (VEIGA apud BILL, 2013, p. 3). Assim, as tragédias são tratadas como informações sedutoras, ativando a dimensão interna mais reprimida, a do mal em cada pessoa, sempre em conflito com o bem (FERRÉS apud BILL, 2013, p. 4).

Quando pensamos nas séries de super-heróis, em especial em *The Boys*, a noticiabilidade dos seus atos desperta interesse em várias formas de comunicação, como o cinema, a publicidade e o jornalismo. As ações dos heróis se enquadram em diversos valores-notícias. Alguns deles são considerados novidade, por serem personagens que nunca haviam sido vistos e agora podem salvar o mundo. Outros se destacam pela imprevisibilidade, já que ninguém poderia imaginar a existência de seres tão poderosos. Além disso, a quantidade de pessoas e lugares envolvidos também é um aspecto relevante (DE AZEVEDO, 2018, p.5).

De Azevedo (2018) pontua que o público se volta para esses super-heróis porque eles representam algo totalmente atípico da experiência cotidiana, já estabelecida na consciência das pessoas. Essa curiosidade da população para saber mais sobre esses seres instiga os jornalistas a transformá-los em notícias. A noticiabilidade é definida por critérios que compõem os valores-notícia, concebidos como elementos adequados aos acontecimentos. Esses valores-notícia organizam e controlam os fluxos econômicos, sociais e políticos que atuam no espaço urbano por meio de representações, normas, comportamentos e afetos. Embora existam fatos brutos que causam um choque ao contrariarem a lógica da expectativa do público em relação aos eventos rotineiros do cotidiano, de maneira geral, as ocorrências jornalisticamente marcáveis possuem sinais ou índices que a marcação jornalística identifica como fonte de valor-notícia e, conseqüentemente, origem de uma possível narrativa.

Pensando especificamente na cobertura do heroísmo feita pela comunicação (imprensa, redes sociais, cinema, publicidade, etc.) ao longo das próprias histórias de super-heróis, percebe-se que, em alguns casos, o sistema midiático transforma os personagens em, além de heróis que salvam a cidade, em celebridades. Em *The Boys*, os heróis são célebres, sendo o foco das notícias, dos canais de televisão e do cinema representado na série. Não apenas os feitos heroicos de *Homelander* e companhia geram interesse, mas a vida pessoal, o passado e os relacionamentos são alvo de interesse do público e da mídia da série.

Magno e Ferraraz (2009) percebem essa transformação ao analisarem a primeira trilogia de filmes do Homem-Aranha (2002 – 2007), dirigida por Sam Raimi. No início do terceiro longa-metragem, o vigilante mascarado se transforma em uma celebridade e há dois momentos refletem isso: quando seus feitos são transmitidos em um telão na *Times Square* e

no momento em que ele recebe a “chave da cidade” em um evento que reuniu toda a cidade para prestigiá-lo. O herói é, inclusive, tomado pela vaidade, que guia as batalhas internas do personagem durante a trama. Sobre esta característica, Magno e Ferraraz (2009, p. 142) afirmam que o traço da vaidade é intrínseco ao posto de celebridade que tais super-heróis assumem, porém, ressaltam que isto potencializa discussões internas e angústias dos super-heróis.

Em *The Boys*, a cobertura das ações do *Homelander* é feita à exaustão pelos veículos de mídia. Considerando que o herói deseja ser visto para ser querido pelas pessoas, a relação entre ele e a mídia é, até certo ponto, recíproca. O *Homelander* alimenta a mídia da série com suas ações, polêmicas, discursos e entrevistas. Em retorno, a mídia o coloca em uma posição de poder, na qual o herói tem seu desejo de adoração atendido. Ele tem, ainda, uma corporação midiática por trás de suas ações, que alimentam a imagem do herói, alçando-o cada vez mais à posição de uma celebridade. Retornando ao exemplo do Homem-Aranha, citado por Magno e Ferraraz (2009, p. 141-142), o herói da *Marvel* vive, em seu terceiro longa, um drama interno no qual debate sobre o heroísmo e vaidade; em contrapartida, o *Homelander* é alimentado por esse sentimento, que guia sua conduta na narrativa da série.

A vaidade que a posição de celebridade traz para o herói é aceita e potencializada pelo *Homelander*, que deseja manter esta posição de “maior herói da Terra” ou “maior rosto da *Vought*” a qualquer custo. Este sentimento, inclusive, se alimenta e, ao mesmo tempo, fortalece as inseguranças e traumas do personagem, que teme pela perda do seu local de destaque na imprensa e em toda a sociedade norte-americana representada na série. O poder simbólico, econômico, de influência e a força sobre os demais (outros heróis e população) que sua posição lhe confere faz com que o *Homelander* sempre almeje aumentar esse poder.

3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS: *THE BOYS* COMO UM PRODUTO PRIME VIDEO

Este trabalho parte de uma pergunta que norteia todo o seu desenvolvimento: *como a atuação da comunicação e da cobertura midiática das ações de Homelander contribuem para a formação da sua imagem de herói perante a sociedade da série* A partir disso, o objetivo é compreender as diferentes esferas da comunicação expressas na série e como elas influenciam na formação de grandes personalidades frente à população apresentada na narrativa. Em síntese, entender como as diferentes instâncias da comunicação midiática — jornalismo, publicidade, cinema, marketing — constroem uma persona midiática vendida como “heroica” para o grande público.

Para alcançar este objetivo, o trabalho parte do conceito de midiaticização, que trata da institucionalização da mídia e sua influência em outras esferas do social, englobando diferentes áreas da comunicação, que regem a sociedade. No caso de *The Boys*, o foco será na cobertura da mídia em cima dos feitos do herói-celebridade *Homelander*, e como ele utiliza diferentes espaços da comunicação para se promover. O trabalho compreende que a comunicação representada na série consegue moldar a relação entre público e heróis, alçando ao sucesso aqueles pretendidos pela *Vought*, empresa que coordena todo o ramo dos super-heróis. Para além da compreensão da midiaticização da sociedade e das instituições sociais, serão utilizados outros conceitos para alcançar os objetivos do presente trabalho, sendo eles: as celebridades e seu lugar no mundo contemporâneo e a representação da sociedade atual nas séries de televisão e *streaming* norte-americanas e como atuam como um espaço de debate e problematização de temas comuns à contemporaneidade.

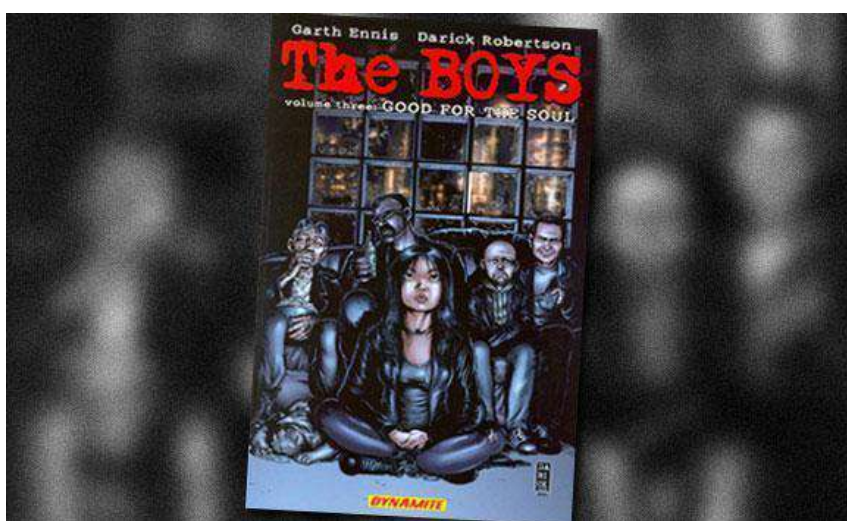


Figura 3 - Capa da terceira edição de *The Boys* / Fonte: Mania de Gibi Blog

3.1 – A série *The Boys*

The Boys é uma série audiovisual inspirada em uma coletânea de histórias em quadrinhos americana de mesmo nome criada por Garth Ennis e Darick Robertson. As revistas alcançaram 72 edições, publicadas entre 2006 e 2012. A série audiovisual é produzida e distribuída pelo serviço de streaming *Prime Video*, da Amazon, com criação e direção de Eric Kripke, criador de *Supernatural*.

O universo de *The Boys* é mais um entre muitos de super-heróis. Porém, diferente das produções da *Marvel* ou da *DC Comics*, que trazem Homem-Aranha, Capitão América, Homem de Ferro, Batman, *Superman*, Mulher Maravilha, entre outros, esta apresenta personagens que deixaram o sucesso e o dinheiro “subirem a cabeça” e corrompeu os ideais esperados de um super-herói. A trama central envolve como o poder leva à violência para a manutenção da soberania destes heróis, além da utilização de mecanismos midiáticos pela corporação *Vought* para moldar (e até mesmo forjar) narrativas que engrandeçam os heróis, que ao se inserirem nas demais instituições sociais tornam-nas hegemônicas. A necessidade de manutenção e ampliação do poder afasta os heróis de *The Boys* das noções de heroísmo e bondade, associadas a esse tipo de personagem em outras produções.

O principal representante dos heróis é o *Homelander* (Antony Starr). Criado pela *Vought* para ser o maior “herói” da história, ele foi treinado durante toda a sua infância para que seus poderes fossem maiores do que os de qualquer outro herói. Além disso, ele foi transformado em um símbolo para os Estados Unidos, utilizando as cores e a bandeira do país em seu uniforme. Em frente às câmeras, o *Homelander* é um patriota americano, que aparenta ser bondoso e disposto a tudo para proteger os Estados Unidos, porém, atrás das câmeras, ele é extremamente violento, e se importa somente em como será visto pelos seus fãs.

Neste universo, indivíduos superpoderosos são chamados de “supers” e pertencem à corporação *Vought International*, uma empresa privada que surge como uma farmacêutica que ao criar super-heróis se expande para outros negócios, como publicidade, jornalismo e cinema. Graças às figuras midiáticas dos heróis, a *Vought* se tornou também uma empresa de mídia, que comercializa e lucra em cima de seus heróis. Em frente às câmeras e ao público, esses indivíduos são reconhecidos como heróis que lutam pelo melhor da sociedade, principalmente, os Estados Unidos. Porém, em sua vida privada, a maioria dos heróis são arrogantes, violentos, corruptos e colocam em risco a segurança da própria população que juraram defender.

A carreira dos heróis é gerida pela assessoria da *Vought*, que destaca os seus feitos heroicos e os utiliza como publicidade para aspectos relevantes da sociedade norte-americana, como patriotismo e religião. Na série, é mostrado ao telespectador o comportamento dos heróis na sua vida privada, envolta por violência, drogas, sexo, e até, assassinatos. Para impedir que essa realidade seja vista pela imprensa e pela população, a *Vought* faz um controle de escândalos. Logo no primeiro episódio da série, após o *A-Train*, um super-herói cujo poder é a alta velocidade, assassinar a Robin Ward — namorada de Hughie Campbell —, alguns advogados da *Vought* procuram por Hughie para que ele assine um contrato de confidencialidade em troca de um valor em dinheiro, impedindo que o escândalo vaze.

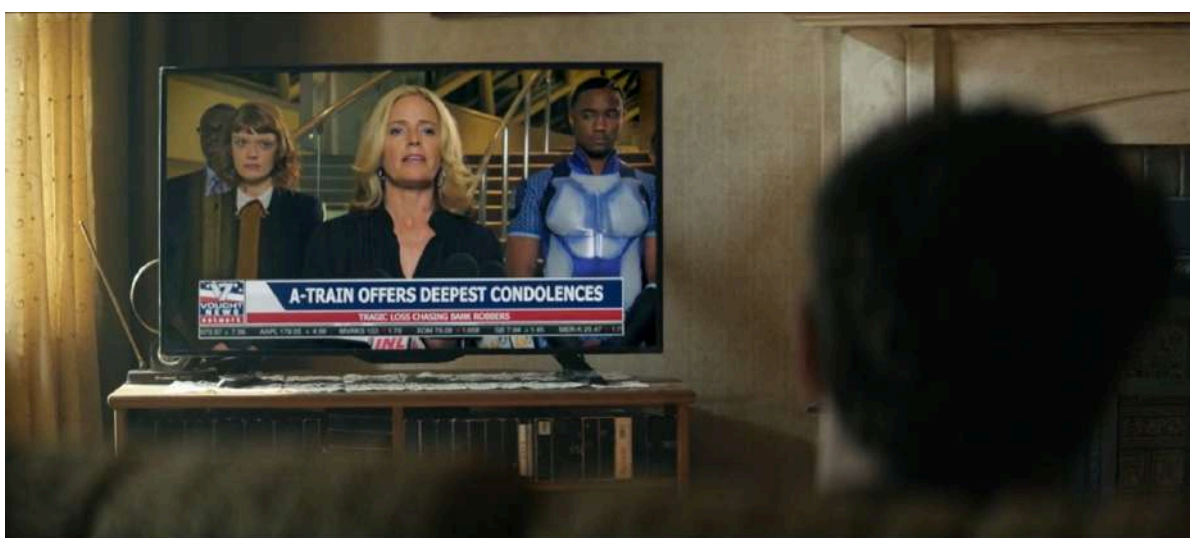


Figura 4 - Trecho do primeiro episódio da série, em que a CEO da *Vought*, Madelyn Stillwell, concede coletiva de imprensa junto ao *A-Train* sobre o assassinato de Robin Ward / Fonte: *Prime Video*

Em *The Boys*, os super-heróis são verdadeiras celebridades, estrelam filmes, em que se interpretam. Eles estão constantemente aparecendo na mídia, não apenas em coberturas de seus atos, mas também, em programas de entretenimento e entrevistas (como o Jimmy Fallon²⁸), nos quais promovem suas imagens, a das equipes a que pertencem e da *Vought International*. Neste mundo, os heróis são a maior fonte de informação e notícias da imprensa. Por isso, a realidade dos Estados Unidos apresentada na série é, muitas vezes, moldada a bel-prazer pelos heróis e pela corporação, que almejam mais fama e lucro.

²⁸ Ator, comediante, músico e apresentador de televisão estadunidense.



Figura 5 - Homelander durante uma entrevista em um episódio de *The Boys* / Fonte: *Prime Video*

Na série são mostrados diversos momentos em que o espectador pode ver a verdadeira face dos heróis: logo no primeiro episódio, Billy Butcher leva Hughie Campbell para uma festa noturna de heróis, onde ele os vê se embebedando, se drogando, etc., ações que esses heróis julgavam como inadequadas frente ao público. Mais adiante, Hughie Campbell passa a integrar o grupo de vigilantes liderado por Billy Butcher, cujo objetivo responsável é tentar desmascarar a atividade da *Vought* e dos heróis.

A série se concentra na narrativa das disputas entre, principalmente, dois grupos: os *Seven*, o principal time de super-heróis da *Vought International*, e os “*The Boys*”, grupo de vigilantes, que procuram manter os heróis corrompidos sob controle e desmascará-los. A equipe independente é formada por humanos (pelo menos, no início) foras-da-lei que tiveram suas vidas diretamente afetadas pelas ações dos “supers”, e lutam contra esse sistema imposto pela *Vought International*. Esse grupo carrega o nome da série, sendo formado por pessoas como Hughie Campbell e Billy Butcher, que foram vítimas das ações dos ditos heróis. Hughie Campbell teve sua namorada assassinada pelo *A-Train*, enquanto Butcher, alimenta um ódio pelos superpoderosos, desde que oito anos antes do início da série, o *Homelander* estuprou sua esposa, Becca Butcher.

O grupo de protagonistas luta para expor as ações dos heróis e da *Vought International* e para impedir que surjam novos super-humanos. Enquanto buscam justiça, os “*Boys*” descobrem grandes esquemas de corrupção envolvendo a *Vought* e seus heróis, principalmente, em relação à sua origem, ligada ao Composto-V, uma droga que concedeu a essas pessoas poderes. O público comum e até mesmo alguns “supers” acreditavam que suas

habilidades eram dons divinos, e a *Vought* explorou a fé do público para vender a imagem de seu principal produto, os heróis. A empresa, inclusive, faz de tudo para impedir que a informação sobre a origem de seus heróis seja vazada.

3.2 - Origem nas histórias em quadrinhos

The Boys é produzida a partir de uma série de revistas em quadrinhos americanas, de mesmo nome, a obra é de autoria de Garth Ennis e Darick Robertson. No total foram produzidas 72 edições, publicadas entre 2006 e 2012, além de uma minissérie derivada em seis edições, intitulada "*Herogasm*", publicada em 2009. As primeiras edições da série foram publicadas pela *DC Comics*, através de sua linha editorial *WildStorm*, mas ela foi paralisada, pois o teor das histórias e as críticas satíricas não agradaram à editora, assim, o restante da HQs foram publicadas pela *Dynamite Entertainment*.

A trama das duas obras é essencialmente a mesma, a história de Billy Butcher com o seu grupo que se reúnem com um objetivo: combater super-heróis; o grupo de antagonistas também é o mesmo: os *Seven*, liderados pelo *Homelander*. Porém, quando se compara a produção da Amazon com as revistas originais, há diferenças.

Por exemplo, um membro dos Sete, *Black Noir*, nas HQs ele é um clone do *Homelander*, criado para matá-lo caso ele perdesse o controle. Na série de streaming, *Black Noir* é um soldado, membro de um antigo grupo de heróis chamado *Payback*, com uma amizade com o líder dos *Seven*, mas foi morto por ele, por omitir que o *Soldier Boy* é pai do *Homelander*. Nas HQs, *Black Noir* mata o *Homelander* em uma batalha e, logo após, é morto por Billy Butcher.

Além dessas mudanças, a série da Amazon traz para a trama pautas sociais consideradas relevantes para a contemporaneidade. Para isso, temas como feminismo, racismo, homossexualidade e LGBTQIAP+fobia, assédios são tratados na série. Essas alterações permitem que a série se aproxime da atualidade. Apesar de ser chocante em muitos momentos, com cenas violentas e sangrentas, as HQs vão mais além. A versão dos quadrinhos da série é mais brutal e as ações são mais exageradas, dando enfoque maior para as cenas de violência e sexo.

3.2.1 - Produtos paralelos

Além dos quadrinhos e da série principal, o universo de *The Boys* conta com séries e animações derivadas da série. Entre eles, um curta-metragem intitulado "*Butcher*", lançado após a segunda temporada, em 10 de setembro de 2020; uma série *spin-off* intitulada "*Gen V*",

que estreou no dia 29 de setembro de 2023; e uma série em animação de oito episódios, *The Boys Presents: Diabolical*, que estreou em 4 de março de 2022 na plataforma da Amazon.

Butcher

Butcher é um curta-metragem focado em Billy Butcher e que se passa entre o final da primeira temporada e o segundo episódio do segundo ano do show. O spin-off foi produzido após uma mudança na direção do segundo episódio, na qual resolveram excluir algumas cenas que explicariam o paradeiro de Billy Butcher após os acontecimentos da primeira temporada, após o personagem ter descoberto que sua esposa, Becca, estava viva, criando seu filho com *Homelander*. Nesta história, Butcher esteve envolvido com fugas, crimes, e encontrou com um velho amigo, veterano de guerra que o salvou. A postagem do curta foi feita na própria conta oficial de *The Boys* no Twitter.

Gen V

Gen V será uma série de super-heróis derivada de *The Boys*, desenvolvida por Craig Rosenberg, Evan Goldberg e Eric Kripke. A história da série será baseada no arco de história em quadrinhos *The Boys* “*We Gotta Go Now*”. A produção estreou sua primeira temporada no *Prime Video* em setembro de 2023. *Gen V* é ambientada na única faculdade dos Estados Unidos exclusivamente para jovens super-heróis administrada pela *Vought International*, a *Godolkin University for Supers*. O show explora as vidas de jovens super-heróis, colocando à prova os limites físicos, sexuais e morais deles, enquanto concorrem aos melhores contratos para atuarem nas melhores cidades e entrarem para as principais equipes da *Vought*.

The Boys Presents: Diabolical



Figura 6 - *Homelander* e *Black Noir* em transmissão televisiva no spin-off “*The Boys Presents: Diabolical*”

Fonte: *Prime Video*

The Boys Presents: Diabolical é uma produção em animação derivada de *The Boys*, lançada em 4 de março de 2022, roteirizado por Awkwafina, Ilana Glazer, Andy Samberg, Aisha Tyler, Evan Goldberg, Seth Rogen e Garth Ennis. A série animada é composta por oito curtas, completamente diferentes entre si, incluindo os estilos de animação, passando pelos estilos da *Hanna Barbera*²⁹ chegando aos dos animes japoneses. Os enredos explorados na obra derivada diferem dos da série original, focando em histórias não-contadas dos bebês usados como experiência na corporação *Vought*, em histórias de origem, como a primeira missão de *Homelander* e *Black Noir* juntos (contada no oitavo episódio).

3.2.2 - Sucesso e repercussão

Em outubro de 2019, a *Nielsen Media Research*, empresa global de dados e estatísticas anunciou que havia começado a rastrear as visualizações dos programas da Amazon Prime. Segundo a organização, *The Boys* atraiu 8 milhões de espectadores durante os primeiros 10 dias de lançamento, sendo assim, um dos programas originais de maior sucesso no Amazon Prime. A Amazon não costuma divulgar os números de audiência de seus programas.

Contudo, a diretora da *Amazon Studios*, Jennifer Salke, afirmou que o programa havia superado as expectativas: “Estamos empolgados com o fato de os *The Boys* terem superado nossas previsões de exibição nas primeiras duas semanas e se tornado uma das séries originais mais assistidas por nossos clientes do *Amazon Prime Video*” (Pop Proddigital, 2020)³⁰. A série teve mais de 50 milhões de visualizações diárias até a quinta semana após seu lançamento. À época, foi mais do que o dobro que os índices alcançados por qualquer série da Marvel na Netflix, como *Demolidor* — a série mais vista da Marvel na Netflix — que, segundo a revista *Variety*, alcançou 30 milhões de visualizações.

Rotten Tomatoes

- 1ª temporada: 85% de aprovação da crítica e 90% da audiência
- 2ª temporada: 97% de aprovação da crítica e 82% da audiência
- 3ª temporada: 98% de aprovação da crítica e 77% da audiência
- Geral: 93% de aprovação da crítica e 83% da audiência

²⁹ Hanna-Barbera foi um estúdio de desenho animado fundado em 1957, sendo em 2001 absorvido pela Warner Bros. Animation.

³⁰ (Análise | *The Boys*). Proddigital. 9 de outubro de 2020. Disponível em <<https://pop.proddigital.com.br/analises/analises-de-series/qual-o-segredo-do-grande-sucesso-de-the-boys>>. Acesso em 8 de maio de 2024.

De acordo com avaliações da Nielsen, *The Boys*, que recebeu sua terceira temporada em 2022, foi o programa original da Amazon mais assistido, com 10,6 bilhões de minutos visualizados”. Sendo o mais assistido no ano de 2022.

A série em streaming estreou sua primeira temporada em 26 de julho de 2019, já com uma continuação confirmada. Hoje, a produção conta com três temporadas completas, sendo que a segunda foi lançada em 4 de setembro de 2020, e a terceira em 3 de junho de 2022. A Amazon renovou *The Boys* para o quarto ano da série, que teve suas filmagens encerradas em março de 2023.

O anúncio do show foi construído paulatinamente, passo a passo até a sua estreia.

- Antes do piloto da série, em 26 de setembro de 2018, saiu o primeiro pôster oficial da série.
- Em 5 de outubro de 2018, na *New York Comic Con*, foi lançado um *teaser* da série.
- Em 24 de janeiro de 2019, cinco meses antes da estreia, outro trailer foi lançado pelo ator Seth Rogen no Twitter.
- Em 22 de julho, a banda Slipknot lançou uma música chamada “*Solway Firth*”, e no videoclipe apresentava cenas e áudios de *The Boys*.
- A série estreou em 26 de julho de 2019, após o lançamento de outro *teaser*.

Conforme indicam os números de audiência e a avaliação da crítica, *The Boys* tem sido um sucesso de público e também entre os especialistas, rendendo muitos debates e até pesquisas sobre a produção da Amazon. Nessas produções, a trama proposta pela série é relacionada a temas correntes na sociedade contemporânea. A repercussão da série também rendeu comentários e matérias em sites de entretenimento desde o seu lançamento, alguns colunistas trazem reflexões sobre o conteúdo da série, como nos portais Terra, *Espalha Factos* e *PopMatters*.

Na matéria do Portal Terra, intitulada “Metáfora perfeita: ‘*The Boys*’ usa violência e absurdo para discutir o cotidiano”, o jornalista Ícaro Malta apresenta a série a partir de um ponto de vista crítico, no qual explica que a produção utiliza a violência como um recurso narrativo para tratar de temas pertinentes à sociedade moderna. Dentre eles: política, culto a celebridades, racismo, nacionalismo, corrupção e outros. O texto de Malta ressalta o tom exagerado presente no tratamento de assuntos cotidianos retratados na série. Na matéria, o ator que interpreta o *Homelander*, Antony Starr destaca isso: “Muitas coisas que acontecem na série não são específicas de um país, mas em cada país existe algo parecido com a

realidade que exageramos”. Falando sobre a terceira temporada da série, é abordado o conservadorismo, presente na sociedade contemporânea, trazido por Ícaro Malta: “É o que acontece quando navegamos na internet e nos deparamos com comentários que parecem ter saído dos anos 1940. Em *‘The Boys’*, esse conservadorismo ganhou vida e uma voz grossa na terceira temporada” (2022).

The Boys tem despertado interesse do público e da crítica por discutir temas como a polarização política. Esse assunto aparece marcadamente na terceira temporada da série. Por exemplo, em uma das cenas finais do último episódio da terceira temporada da série, o *Homelander* apresenta seu filho, Ryan Butcher, para os seus apoiadores. Porém, alguém o provoca, questionando sua conduta; o herói perde o controle e mata esta pessoa. O público em volta, ao invés de se assustar ou ir contra a sua atitude, apenas o aplaude, como se matar aqueles que são discordantes ideologicamente fosse válido e, além de aceitável, sendo algo apreciado e merecedor de aplausos.

O portal “*Persona Jornalismo Cultural*” produziu em 2020 um texto em que aborda o populismo e o extremismo, presentes na segunda temporada da série. O texto é produzido pela jornalista Caroline Campos que, enquanto apresenta a trama da série, a entrelaça nestes conceitos, e mostra como eles aparecem nas relações dos personagens. Ela define a série como:

The Boys é, provavelmente, o retrato mais realista de um mundo com super-heróis. Claro que o capitalismo não ia se contentar em vender apenas bonequinhos e fantasias, mas, sim, criar uma própria empresa que monopolizasse onde e por quanto tempo esses supers dedicariam sua proteção. Fazer com que o mundo inteiro reconheça os rostos que estampam a sua marca, colocando-os no exército, na política, nas igrejas. Deixemos os bons valores para os Vingadores e a Liga da Justiça. Nossos Sete querem mesmo é ver cabeças explodindo – contanto que não percam pontos de aprovação com o público (CAMPOS, 2020).

Outro texto que faz uma análise de como *The Boys* faz uma crítica à cultura dos super-heróis e ao culto a celebridades, foi produzido pelo portal português “Espalha Factos”. O texto de João Malheiro (2019) analisa a primeira temporada da série, e discute como “a sedução do dinheiro e notoriedade corrompe a bússola moral de pessoas bem-intencionadas”. A também aborda como a série aborda temas da sociedade contemporânea, como racismo, preconceito religioso e o fanatismo.

Em uma produção da Escola de Comunicação e Estratégias Digitais, da Universidade do Oeste Paulista (Unoeste), a série é trazida para o campo da publicidade. De acordo com os autores, Elisa Lucas e Graziela Ramos (2021), *The Boys* traz “lições pertinentes para

publicidade”. Em sua análise, os autores abordam como a *Vought*, através do seu departamento de marketing, avança a carreira midiática de cada um dos seus heróis:

Trazendo para o campo da publicidade, a narrativa da série é muito interessante, pois ela aborda noções pertinentes sobre como alavancar a carreira de um artista. A empresa *Vought* tenta, a todo custo, encobrir todos os absurdos que os Super fazem. A partir de muitas campanhas, eles transmitem para o público que eles são heróis intocáveis, escolhidos por Deus para salvar a cidade de todo mal (LUCAS, RAMOS, 2021).

A análise aborda como alguns conceitos aparecem na série, como a transformação dos heróis em personagens para humanizar a marca. O *Homelander*, por exemplo, é vendido como um exemplo perfeito de norte-americano, altruísta, bondoso, sendo a imagem da esperança para o povo americano. De acordo com os autores, todo o processo de gerenciamento de marketing dos heróis é envolto em conceitos ideológicos que a empresa deseja propor e em conquistar números mais altos de aprovação e novos públicos para a marca. Tudo isso feito também com participação do jornalismo apresentado na série, que por muitas vezes, ter os heróis como únicas fontes dos acontecimentos, funciona como alavanca publicitária para a *Vought* e seus heróis.

Outra produção que analisa *The Boys* é “*How ‘Watchmen’ and ‘The Boys’ deconstruct american fascism*” (2020), escrita por Jon Glover, do *PopMatters*, que faz um paralelo entre as duas séries. Em relação à abordagem da série do Prime Video, o texto analisa como a atuação dos “supers” na sociedade é midiaticizada, praticamente, transformada em um reality show e também como o *Homelander* é um exemplo perfeito das diferenças da vida midiática e privada de uma celebridade: na frente das câmeras um símbolo de norte-americano; por trás, um ser falho, com inseguranças, sociopata e violento. O autor ainda pontua que os heróis são para a *Vought*, antes de mais nada, invenções para a cultura das relações-públicas, sendo a midiaticização de suas ações uma parte importante para o império corporativo. Em relação ao nazismo da *Stormfront*, por exemplo, a empresa somente trata como um arranhão da imagem da corporação.

A matéria de Jon Glover também aborda como as atividades jornalística e midiática influenciam o público. O exemplo utilizado está no episódio 4 da segunda temporada, quando um fã da *Stormfront* mata uma pessoa após ser “induzido” pelas transmissões da TV e Web:

The Boys usa uma montagem de rádio, TV a cabo e transmissões da web com temas semelhantes para retratar a radicalização de um jovem fã do *Stormfront*. Ele está imerso em mensagens xenófobas não apenas de sites marginais, mas também de notícias conservadoras do horário nobre, ou seja, a paródia da Fox News, *Vought News*. Em uma fúria paranóica, ele atira em um balconista de ascendência punjabi após acusá-lo de parecer um supervilão, encenando a fantasia de “nós” contra “eles”

que informava sua dieta de sensacionalismo de direita e teorias da conspiração (GLOVER, 2020).

3.3 - *The Boys*: as histórias das temporadas

The Boys é uma série provocativa e inteligente, que oferece uma crítica contundente à sociedade e aos super-heróis. A série é bem-sucedida em explorar temas complexos e relevantes, sem perder o entretenimento. A trama desenvolvida em *The Boys* se passa em um mundo onde os super-heróis são tão populares quanto celebridades como atores de *Hollywood* ou jogadores de futebol. No entanto, longe das câmeras, esses heróis são corruptos e egoístas, usando seus poderes para benefício próprio e abusando de suas posições de poder.

Conforme já explicado, a série acompanha a jornada de dois grupos opostos: os *Seven*, um grupo famoso de super-heróis liderados pelo *Homelander* (Antony Starr), e os *Boys*, um grupo de vigilantes liderados por Billy Butcher (Karl Urban). Os *Seven* são financiados pela *Vought International*, uma empresa que explora os heróis para fins lucrativos. Os *Boys*, por outro lado, são motivados por um ódio profundo aos super-heróis, que eles acreditam ser uma ameaça à sociedade. Ao longo das três temporadas já lançadas, a história de *The Boys* se desenvolve de forma complexa e intrigante. A série explora temas como corrupção, abuso de poder, desigualdade social e o impacto da mídia na cultura popular.

Inicialmente, os *Seven* são apresentados como uma equipe perfeita, composta por heróis carismáticos e inspiradores. No entanto, conforme a temporada avança, os espectadores começam a ver o lado sombrio desses personagens. O *Homelander* é revelado como um homem narcisista e violento, que está disposto a tudo para manter sua posição de poder. *Stormfront* (Aya Cash) é uma mulher manipuladora e cruel, que usa seus poderes para controlar os outros. E o *Deep* (Chace Crawford) é um homem arrogante e superficial, que está mais interessado em fama e fortuna do que em salvar vidas.

Os *Boys*, por outro lado, são apresentados como um grupo de criminosos violentos, dispostos a usar qualquer método para atingir seus objetivos. No entanto, conforme a temporada avança, os espectadores começam a simpatizar com esses personagens. Billy Butcher é um homem amargo e traumatizado, que busca vingança pelo estupro e (suposta)morte de sua esposa. Hughie Campbell (Jack Quaid) é um jovem inocente, que é forçado a confrontar a verdade sobre os heróis que admira ao ter sua namorada assassinada por *A-Train*. *Frenchie* (Tomer Capone), *Kimiko* (Karen Fukuhara) e *Mother's Milk* (Laz Alonso) compõem o restante do grupo, sendo personagens que trazem humanidade para o grupo.

Com o desenrolar da história, a série explora ainda mais os temas da corrupção e do abuso de poder. A *Vought International* é revelada como uma empresa corrupta e manipuladora, que está disposta a tudo para proteger seus interesses. Os *Seven* e os outros heróis são ainda mais retratados como uma equipe de vilões, que usam seus poderes para cometer atos terríveis. Outro tema abordado ao longo das temporadas de *The Boys* é a desigualdade social e o impacto da mídia na cultura popular, de modo que a *Vought International* transforma os seus heróis em figuras de propaganda, usadas para manipular a opinião pública.

Primeira temporada (2019)

A temporada de estreia de *The Boys* foi ao ar em 26 de julho de 2019, apresentando uma trama complexa e intrincada que explora a corrupção por trás da fachada de super-heróis idolatrados pelo público e tratados como celebridades pela mídia. A narrativa tem início com o protagonista, Hughie Campbell e fã dos super-heróis, traumatizado pela morte de sua namorada Robin em um incidente envolvendo o velocista³¹ *A-Train*. Este evento desencadeia uma série de acontecimentos, levando Hughie a se envolver com os “Boys”, liderados pelo vigilante Billy Butcher, e conseqüentemente, à descoberta da corrupção por trás dos heróis.

A narrativa desdobra-se conforme os vigilantes buscam expor a verdade sobre os super-heróis, — conhecidos como “supers” — coordenados e ancorados pela corporação *Vought International*. Uma personagem, com destaque na série, que logo é apresentada ao espectador no primeiro episódio é Annie January (Erin Moriarty). A heroína, conhecida como *Starlight*, junta-se aos *Seven*, a principal equipe de super-heróis, após a aposentadoria do Faroleiro. No entanto, ela rapidamente se depara com a corrupção e o assédio sexual, especialmente nas mãos do personagem *Deep*, um herói com poderes marinhos. A heroína, ingênua com relação aos super-heróis, se aproxima de Hughie e, posteriormente, se torna uma aliada dos *Boys*.

A trama se aprofunda com a revelação de que os super-heróis não nascem com poderes, conforme a *Vought International* divulgava na trama, mas eram criados após uma substância chamada “Composto-V” ser administrada neles ainda quando eram bebês. Butcher, Hughie e companhia, agora cientes da manipulação corporativa e da conspiração, buscam expor essa informação ao público. Ao longo da temporada, confrontos intensos ocorrem, incluindo o assassinato do herói Translucent, a chegada de Kimiko ao grupo — personagem

³¹ Nos quadrinhos, os velocistas são personagens que possuem a habilidade de se mover em velocidades extraordinárias. O principal representante dos velocistas na ficção é o personagem da *DC Comics*, Flash.

resgatada por Frenchie, com força e capacidade de cura sobre-humanos —, além dos esforços para desvendar os segredos da *Vought* e dos “supers”.

A tensão se intensifica à medida que segredos são revelados, incluindo a criação de super-terroristas pela *Vought* para promover sua agenda militar, isto é, o desejo da corporação de incluir seus heróis nas forças armadas norte-americanas. Os conflitos éticos e morais surgem entre os membros do grupo de protagonistas, especialmente quando a verdade sobre o líder dos Sete, *Homelander*, é exposta. O herói visa descobrir a verdade sobre o seu passado, escondido pela *Vought*, levando ao assassinato da CEO da empresa, Madelyn Stillwell (Elisabeth Shue). A temporada culmina com um confronto entre *Homelander* e Butcher, seguido por revelações sobre o paradeiro de Becca Butcher (Shantel VanSanten) e seu filho com o herói, Ryan (Cameron Crovetti).

Segunda temporada (2020)

A segunda temporada inicia com os protagonistas lidando com os acontecimentos finais da temporada anterior, quando os *Boys* se tornaram fugitivos após serem acusados do assassinato de Stillwell. Escondidos, descobrem a existência de Kenji, um terrorista superpoderoso com habilidades telecinéticas. Enquanto tentam informar Raynor (uma aliada do grupo, agente da CIA), ela é assassinada por um desconhecido. Contra a vontade de Hughie, Frenchie contata Butcher para liderar o grupo novamente.

O enredo se desenrola com Butcher fazendo um acordo para capturar Kenji em troca da localização de Becca, sua esposa e mãe de Ryan, filho do *Homelander*. Kenji é revelado como o irmão mais novo de Kimiko, que mais tarde é assassinado por *Stormfront* — “super” nazista apresentada na segunda temporada. Enquanto isso, *Homelander* passa a frequentar a casa Becca para se tornar uma figura paterna para seu filho Ryan e treiná-lo para ser uma espécie de sucessor, enquanto *Starlight* chantageia *A-Train* para manter em segredo sua relação com Hughie.

Um ponto alto da temporada é a inclusão de *Stormfront* aos *Seven*, que desafia a soberania do *Homelander* dentro da *Vought*. O líder da equipe de heróis não foi consultado sobre a chegada da heroína, que se mostrou, num primeiro momento, indiferente à sua liderança. Com o desenrolar da trama, os dois se aproximam, com *Stormfront*, inclusive, ajudando-o a ser mais popular com seus fãs nas redes sociais.

A trama se intensifica quando Ryan, filho de Becca e *Homelander*, usa seus poderes para proteger a mãe, resultando em um ataque contra o próprio herói. Os “*Boys*” tentam levar Kenji para um esconderijo da CIA, mas a intervenção dos *Seven* leva à fuga de Kenji.

Stormfront o mata e o apresenta publicamente como um terrorista. A trama se complica com revelações sobre o Composto-V, a substância que concede poderes aos super-heróis, e a manipulação de eventos por parte de *Vought*. Em meio aos escândalos, *Homelander* tenta manter sua posição de poder e declara possuir um relacionamento amoroso com *Stormfront*.

Ao longo dos episódios, segredos do passado são revelados, incluindo a verdadeira identidade de *Stormfront*. Ela é uma antiga heroína conhecida como *Liberty*, envolvida com crimes relacionados ao nazismo no passado. A temporada atinge seu clímax com a realização das filmagens de “As Origens dos Sete”, além de interferências da *Vought* na vida pessoal dos super-heróis e a realização de uma audiência pública em que segredos da corporação e dos “supers” seriam revelados. A audiência não chega ao fim, pois um super, até então, desconhecido, e capaz de explodir cabeças, interfere e mata as testemunhas no tribunal.

O desfecho da temporada se dá em um confronto na cabana de *Homelander*, para onde o herói levou Becca e Ryan. O grupo liderado por Billy Butcher tenta resgatá-los, mas num ataque à *Stormfront*, Ryan acidentalmente mata Becca. Os *Boys*, liderados por Butcher, conseguem expor as manipulações de *Vought*, o passado de *Stormfront* como *Liberty* e inocentar-se de todas as acusações. A temporada encerra com a reintegração de *Starlight* aos *Seven*, e a revelação de que a congressista Vitória Neuman (Claudia Doumit), uma aparente aliada dos *Boys*, é a assassina superpoderosa que sabotou a audiência pública.

Terceira temporada (2022)

A terceira temporada de *The Boys* inicia com a *Vought* e o *Homelander* enfrentando as consequências das revelações do final da temporada anterior, principalmente, em relação à sua imagem após as revelações do passado de *Stormfront*. Com Butcher trabalhando para o governo sob supervisão de Hughie, os vigilantes descobrem uma suposta arma Anti-Super, para poderem confrontar os *Seven* mais uma vez. A trama se desenvolve em meio a intrigas políticas, novos heróis, e a oferta de Stan Edgar (Giancarlo Esposito) para que *Starlight* se torne co-capitã dos *Seven*.

Enquanto Hughie busca uma abordagem dentro da lei para expor os segredos dos heróis, ele descobre que está trabalhando para uma super, complicando sua lealdade. Paralelamente, *Homelander* enfrenta uma queda na popularidade devido a revelações sobre seu relacionamento com uma heroína nazista — *Stormfront* — enquanto os *Seven* se fragmentam.

Um novo elemento importante para o desenrolar da trama da terceira temporada é a inserção do V-24, uma nova versão do Composto V oferecido pela *Vought* às forças armadas,

que concede poderes temporários aos soldados, e que é utilizado por Butcher e Hughie. Em sua busca para derrubar *Homelander*, Butcher investiga a morte de *Soldier Boy*, líder de um antigo grupo de heróis, intitulado *Payback*. Ao descobrir segredos do passado, Butcher e Hughie se unem a *Soldier Boy* para enfrentar o líder dos Sete, enquanto ele caça seus antigos parceiros. A temporada explora relações familiares, destacando dinâmicas entre pais e filhos, como a relação de Butcher com Ryan, filho de Becca, e mais tarde, a descoberta de que *Homelander* nasceu a partir do *Soldier Boy*.

Por ser um herói histórico e reanimado após décadas (pois estava congelado em instalações secretas), *Soldier Boy* traz consigo valores da Segunda Guerra Mundial, com poderes que não controla totalmente e se mostra um aliado instável na luta contra o *Homelander*. A chegada do personagem à história permitiu que a temporada abordasse temas como *fake news* e desestabilização da Vought, como as tentativas da corporação de esconder a volta e ameaça do herói. Além disso, a trama mergulha no passado de personagens como Butcher e *Mother's Milk*, trabalhando a relação de Butcher com seu pai e os traumas de *Mother's Milk* com o *Soldier Boy*.

A narrativa se expande ao explorar diferentes núcleos de personagens, incluindo a busca de *A-Train* por redenção e a exposição da brutalidade policial em um encontro com *Blue Hawk*. Durante a temporada, *Homelander* quer ampliar o seu controle sobre a Vought. Percebendo que parte do público é apoiador de discursos de extrema-direita, ele passa a dar vazão a um comportamento violento em lugares públicos e questiona as instituições, chegando a derrubar o então CEO da corporação, Stan Edgar. Ele passa a liderar a Vought com prepotência, enquanto a co-líder dos *Seven*, *Starlight*, se rebela contra a empresa e utiliza a sua influência nas redes sociais para desmascarar o *Homelander*.

A temporada culmina em confrontos épicos: a descoberta de que o *Homelander* é filho do *Soldier Boy* faz com que o arco do personagem atinja um ponto vulnerável. Na batalha final, Butcher e *Homelander* surpreendentemente se unem para defender Ryan do *Soldier Boy*. A temporada termina de maneira mais esperançosa do que sua antecessora, apontando para um quarto ano que promete desafios para Billy Butcher, que precisa lidar com as consequências do uso exagerado do V-24.

3.4 - Como as mídias aparecem em *The Boys*?

O objetivo deste trabalho é compreender como a cobertura de seus atos, a presença do personagem nos diferentes meios (televisão, cinema, jornais) e a exploração midiática são utilizadas como instâncias para “vender” a imagem do herói *Homelander* às pessoas dentro da

narrativa de *The Boys*. Para isso, é preciso apontar quais são as formas pelas quais as mídias, isto é, os suportes comunicacionais de difusão de informações, construção de conhecimento, formação de opinião e entretenimento, aparecem na série. Ao longo das temporadas, o poder comunicacional e midiático é representado em suas diferentes mídias: jornalismo, publicidade, entretenimento, cinema, principalmente, a partir das ações da *Vought International*.

Na história, a organização nasceu como uma empresa farmacêutica, responsável por criar o composto V (substância que dá poderes aos humanos) e aplicar em bebês para torná-los “supers”, e se transformou numa gigantesca empresa que se expandiu e trabalha em diversos setores (incluindo os midiáticos: jornalismo, publicidade, cinema, entretenimento, etc.) com o intuito de ampliar seu poder. Na série, para conduzir a aparição dos heróis nas mídias, destaca-se o modo com o qual as relações-públicas são representadas. Graças à popularidade dos heróis criados e com suas carreiras conduzidas pela *Vought*, e ao crescimento da empresa, tornou-se necessário existir um gerenciamento de mídia para fortalecer as imagens da organização e de seus “produtos”, organizando e direcionando a presença dos heróis e representantes da empresa nos meios de comunicação. Na série, a atividade de relações-públicas é representada na figura da personagem Ashley Barrett, responsável por coordenar a vida pública dos heróis.

Compondo a representação das mídias tradicionais estão o jornalismo, evidenciado pelos programas jornalísticos e *talk shows*, e as produções de entretenimento, via *reality shows* e cinema. O jornalismo é conduzido e produzido pela *Vought* na sociedade da série televisiva. A série apresenta um modelo de jornalismo declaratório, em que os heróis são, quase sempre, as únicas fontes dos veículos de comunicação, sem ser mostrado nenhuma contestação ou reflexão sobre as informações. A própria organização produz as informações jornalísticas, deturpando as informações a bel-prazer. A empresa possui seu próprio canal de televisão, no qual exibe um programa jornalístico intitulado *Vought News*, no qual a empresa transmite informações e desdobramentos dos atos de *Homelander* e dos *Seven*.

Os heróis de *The Boys*, como verdadeiras celebridades (e em alguns momentos, autoridades), concedem entrevistas sobre os acontecimentos dos Estados Unidos. A *Vought* possui um programa de entrevistas próprio, *The Cameron Coleman Hour*, no qual o apresentador Cameron Coleman entrevista os heróis, com o objetivo de consolidar as narrativas pretendidas pela organização. Além disso, repórteres da empresa e de outros veículos cobrem eventos e tragédias nas quais os “supers” se envolvem, entrevistando-os e

cedendo espaço para que eles transmitam informações sobre sua atuação heroica, tomadas pela imprensa da série como fatos.



Figura 7 - *Homelander* discursa ao longo da cobertura midiática da queda do voo 37 / Fonte: *Prime Video*

Os programas televisivos são vistos na série como ferramentas midiáticas utilizadas pela *Vought* para o controle da construção das narrativas que perpassam a vida e carreira dos heróis criados e administrados por ela. A série mostra a mídia como um conjunto de ferramentas utilizadas instrumentalmente para manipular a opinião pública. Porém, é preciso destacar que essa visão não é, necessariamente, um reflexo do real; trata-se de uma interpretação trazida pela série de como as mídias hegemônicas podem influenciar o direcionamento da sociedade por meio da consolidação de celebridades. Ou seja, a série enfoca o lugar midiático como esse espaço de controle e manipulação e não necessariamente que essa seja a realidade social da mídia.

Há também na série *reality shows* produzidos pela *Vought International*, tal como o *American Hero*, programa apresentado pelos heróis *Starlight* e *Homelander*, que promove uma competição entre jovens “supers” que almejam fazer parte da maior equipe de poderosos do país, os *Seven*. Além dos *reality shows*, há também eventos organizados pela *Vought* que são televisionados, tal como o funeral do *Translucent* ou especial de aniversário do *Homelander*, espaços nos quais os heróis têm a oportunidade de falar ao público.



Figura 8 - *American Hero*, reality show promovido pela *Vought* por meio de seus canais de televisão, para escolher um novo membro para os *Seven* / Fonte: Prime Video

A *Vought* também produz filmes sobre os seus heróis, nos quais cria as narrativas que deseja sobre as origens e ações dos superpoderosos. Na série, o espectador pode ver o lançamento do filme “A Origem dos Sete”, longa-metragem em que a história sobre o passado nazista de *Stormfront* é apresentada de forma a inocentar o *Homelander* e a *Vought* das ações da ex-heroína. Enquanto o espectador do outro lado da tela acompanhou a cumplicidade de *Homelander* e *Stormfront* durante a segunda temporada (período no qual, nos bastidores, ele era consciente da forma como ela pensava), as pessoas comuns do universo de *The Boys* assistiram à narrativa criada pela *Vought*: o *Homelander* se teria se virado contra a companheira ao descobrir sobre o seu passado e se juntado aos outros heróis para derrotá-la. Outro exemplo surge com o personagem apresentado na terceira temporada, *Soldier Boy*. A série mostra que o herói protagonizou inúmeros filmes durante os anos 1970 e 1980, que o colocavam como o “maior herói do mundo” (até o nascimento do *Homelander*). Nessas histórias, o antigo herói era representado como um “salvador do povo americano” e admirado pelos companheiros, porém, com o decorrer dos episódios, descobre-se que o personagem era odiado pelos seus parceiros por conta de seu comportamento autoritário.

Por fim, há a publicidade, espaço no qual os heróis atuam e fazem comerciais para promover produtos, como brinquedos, parques temáticos sobre si. Por exemplo, quando a *Queen Maeve* tem sua sexualidade revelada pelo *Homelander*, a *Vought* passa a vender brinquedos, alimentos tematizados da *Brave Maeve* e *outdoors* sobre a sua sexualidade são vistos durante os episódios.



Figura 9 - Produto tematizado com as cores do arco-íris em referência à comunidade LGBTQIAPN+ e à sexualidade de *Maeve* / Fonte: Prime Video

São mostradas também propagandas do governo norte-americano, que têm o *Homelander* como protagonista e disseminador da informação. Após a aparição do *Soldier Boy*, que assassinou centenas nas ruas de cidades dos Estados Unidos, o líder dos *Seven* aparece ao lado de um general em uma propaganda televisiva, em que diz não haver razões para a população temer; ele não revela o ressurgimento do *Soldier Boy*, e diz serem ações de extremistas, chamados pela *Vought* de “super terroristas”, que estão sendo investigados por ele e os outros heróis.

Como contraponto à mídia tradicional, a série apresenta a força das redes sociais na sociedade contemporânea e a sua capacidade de se opor às informações veiculadas nos meios de comunicação, normalmente, controlados pela *Vought International*. Essa representação das redes sociais se dá, em especial, nas ações da *Starlight*, enquanto se opõe à tirania do *Homelander* e da farmacêutica. As redes sociais são utilizadas pela heroína para expor atos dos outros heróis que a *Vought* se esforça para esconder. Um exemplo ocorre no sexto episódio da terceira temporada, intitulado “*Herogasm*”, quando ela decide abrir uma *live* em seu Instagram e revelar a ameaça do *Soldier Boy*, que a corporação trabalha para ocultar, distorcendo informações, como dizer nos canais de televisão, que eram crimes cometidos por extremistas. Outro momento que envolve a heroína é quando ela está sendo ameaçada pelo *Homelander* na torre dos *Seven*, nesta cena, *Starlight* novamente abre uma *live*, e transmite as ameaças do líder dos heróis, sendo essa atitude, uma forma de apresentar ao público uma face do *Homelander* que não é mostrada pela *Vought*.



Figura 10 - *Live* no *Instagram* na qual a *Starlight* denuncia os assassinatos cometidos pelo *Soldier Boy* e a tentativa da *Vought* de encobri-los / Fonte: *Prime Video*

A série também se preocupa em ilustrar como a *Vought* se atenta ao poder das mídias sociais, mostrando os cuidados da corporação para medir a aprovação dos seus heróis através do *Instagram*, *Facebook* e outras redes. É um termômetro para a empresa planejar suas ações de marketing partindo daquilo que o próprio público fala sobre os heróis. Nos primeiros episódios da temporada, por exemplo, o CEO da empresa, Stan Edgar, alça a *Starlight* a co-capitã dos *Seven* por conta da sua aprovação nas redes sociais.

A narrativa de *The Boys* evidencia a intrínseca relação entre as mídias e a construção de imagens dos super-heróis pela *Vought International*. A empresa, em sua busca pelo controle midiático, utiliza diversas plataformas, desde o jornalismo manipulado, ou produzido por ela, até a produção cinematográfica distorcida, para moldar a percepção pública de seus heróis. As relações-públicas desempenham um papel crucial na condução dessa estratégia,

enquanto os programas televisivos, *reality shows* e eventos organizados pela *Vought* consolidam as narrativas desejadas. Ao revelar os bastidores da *Vought* e suas estratégias de monitoramento nas redes sociais, *The Boys* ilustra a complexidade da interação entre poder, mídia e opinião pública na busca pelo controle de narrativas.

3.5 - *Homelander*: herói-celebridade

Por conta de seus poderes (super-força, capacidade de voar e lançar raios lasers, invulnerabilidade a qualquer arma humana), o *Homelander* é considerado o maior herói da Terra no universo de *The Boys*. O personagem é um símbolo dos ideais norte-americanos, como o patriotismo e o cristianismo, além disso, é o líder dos “*Seven*”, o principal grupo de heróis da *Vought*, e o carro-chefe do marketing da empresa. Ele é o principal antagonista da série e arqui-inimigo declarado de Billy Butcher, sendo o foco das ações dos “*Boys*” nas primeiras três temporadas da série.



Figura 11 - *Homelander* sendo adorado por fãs no primeiro episódio de *The Boys* / Fonte: *Prime Video*

Por *Homelander* ser considerado o ser mais poderoso do mundo, ele se vê como um deus diante do restante dos seres humanos. Além disso, ele se comporta como uma celebridade, participando de entrevistas e estando constantemente presente nas mídias sociais e na imprensa. O *Homelander*, assim como outros heróis da *Vought International*, é assessorado, possui um profissional responsável por gerir suas redes sociais, aparece em propagandas do governo e do exército americano e em publicidades de franquias de produtos

relacionados aos “supers”. Ele estrelou diversos filmes, inclusive, existem cenas na série em que ele precisa estar nos sets de gravação de um filme e ensaiando o texto.

Diante do público e das câmeras, o *Homelander* aparenta ser dócil, modesto e sincero, sempre dizendo para os seus fãs: “os verdadeiros heróis são vocês”. Ele se porta como a representação do idealismo norte-americano: um patriota protetor dos Estados Unidos da América. Porém, fora das câmeras, o herói se comporta de modo completamente diferente, ele é psicologicamente abalado, conforme mostrado em diferentes momentos da série, com necessidade de ser amado pelo público, mas extremamente violento, egocêntrico e descontrolado, tendo assassinado inúmeras pessoas durante as suas ações.



Figura 12 - *Homelander* mostra o quão violento pode ser quando deixa um avião cair no mar para evitar que seus erros no salvamento sejam evidenciados / Fonte: *Prime Video*

O *Homelander* mantém a imagem de uma boa pessoa para a imprensa, mas, por outro lado, ameaça, tortura e mata quem for preciso para proteger sua posição de poder. Ele sente-se superior a todos os humanos e a outros heróis, mas por conta da sua criação (sem pais, em um laboratório e sendo constantemente testado para mensurar seus poderes), tem a necessidade de ser amado. Por não ter uma mãe, durante a primeira temporada mantém uma relação edipiana com Madelyn Stillwell, que muitas vezes exerceu o papel de uma figura materna deturpada, como, por exemplo, quando ele chegou a tomar o leite materno da ex-presidente da *Vought* mesmo após assassiná-la.

Na primeira temporada de *The Boys*, o personagem *Homelander* desempenha um papel central como o líder dos Sete. Nesta temporada, *Homelander* revela para os *Seven* a

identidade dos membros do grupo de vigilantes determinados a expor os segredos sombrios e a corrupção dos super-heróis. Ele acusa *Starlight* de conspiração, mas a heroína é defendida por *Queen Maeve*. Além disso, ao longo dos episódios, é revelado que Billy, líder do grupo, deseja se vingar dos heróis devido ao estupro de sua esposa, Becca Butcher, por parte de *Homelander*, que resultou em sua gravidez.

Homelander é retratado como um personagem complexo e perturbador. Embora ele se apresente como um símbolo da justiça e defensor da pátria, suas ações revelam um lado sombrio, violento e manipulador. Ele usa sua posição de poder para intimidar e controlar os outros membros dos Sete, e não mostra nenhuma consideração pelos danos causados por suas ações.

Em resumo, *Homelander* é retratado como um super-herói carismático e poderoso, mas que oculta sua natureza violenta. Sua presença na primeira temporada de *The Boys* é crucial para a trama, estabelecendo tensões e conflitos entre os protagonistas e explorando temas como corrupção, abuso de poder e a falsa imagem de heróis perfeitos. Ao longo da temporada, o herói é figura central para o desejo da *Vought* de colocar os “supers” no exército, aparecendo em propagandas e utilizando os momentos em que aparece na mídia para defender essa pauta.

Outra trama que envolve o personagem durante a primeira temporada é a descoberta da origem do personagem, sua fragilidade emocional e desejo de um amor materno — o que é representado, como já explicado, em sua relação com Madelyn Stillwell —, além da descoberta do paradeiro de Becca Butcher, que havia dado à luz ao filho do herói.

Na segunda temporada de *The Boys*, o *Homelander* continua desempenhando um papel central e revela ainda mais nuances de sua personalidade complexa. Durante a temporada, a trama que envolve *Homelander* se desenvolve principalmente em torno de suas interações com outros personagens-chave. Uma das principais relações é com *Stormfront*, uma nova super-heroína que se junta aos *Seven* e rapidamente ganha a confiança de *Homelander*. No entanto, à medida que a temporada avança, o passado de *Stormfront* vinculado ao nazismo é revelado, e ela se torna uma ameaça tanto para os outros heróis quanto para a própria imagem de *Homelander*. Outra relação importante é com Ryan Butcher, seu filho, com quem ele tenta desenvolver uma relação ao longo da segunda temporada. Ele deseja que Ryan seja como ele, e desperte seus poderes.

Além dessas relações, *Homelander* também interage com outros membros dos *Seven*, como *Queen Maeve*, *A-Train* e *Black Noir*, enquanto lida com a pressão de sua posição de

líder e as expectativas do público. Sua conduta manipuladora, arrogante e muitas vezes violenta é um fator constante na trama, gerando tensões e conflitos entre os personagens.

A atuação de *Homelander* na segunda temporada de *The Boys* é marcada por uma crescente sensação de instabilidade e perigo, à medida que seu verdadeiro caráter é revelado e suas ações têm consequências cada vez mais impactantes na história. Sua presença imponente e sua habilidade de exercer poder sobre os outros heróis e o público fazem dele um dos personagens mais fascinantes e complexos da série.

Durante a terceira temporada, *Homelander* se envolve em uma trama intensa. Após a revelação de que a *Stormfront*, parceira de equipe, e namorada, era nazista, ele tenta lidar com as repercussões emocionais e políticas dessa revelação, enquanto a opinião pública debate se o *Homelander* seria inocente nesta história. Nesta temporada, o *Homelander* livra-se do antigo CEO da *Vought*, Stan Edgar, e se torna, além de líder dos *Seven*, o mandatário maior da corporação.

Na terceira temporada, o *Homelander* é mostrado como um homem prestes a perder o controle de suas ações, tanto que o faz, durante o seu discurso de aniversário. No terceiro episódio, ele se cansa dos discursos humildes e se autodeclara como “maior, melhor, mais esperto” que os seres humanos comuns, elevando-se diante do público, divergindo da forma como ele se colocava anteriormente. Ele precisa lidar com as consequências dessa ação, pois, uma parte do público o considera perigoso, enquanto uma parte sentiu-se representada por suas falas e passou a adorá-lo ainda mais.

Alguns dos embates e descobertas da temporada estão relacionados a um novo personagem: *Soldier Boy*. Num primeiro momento, o *Homelander* se vê com medo de enfrentá-lo, pois o *Soldier Boy* foi o maior herói do passado americano. Ao longo da temporada, o espectador descobre que o personagem possui uma personalidade alternativa criada durante a sua infância. No final da temporada, há outra descoberta: o *Homelander* descobre ser filho do antigo herói.



Figura 13 - Cena em que a personalidade alternativa do *Homelander* é mostrada ao espectador / Fonte: *Prime Video*

3.5.1 - *Homelander*: Origens

A *Vought International* conta para o público que o *Homelander* teve uma infância normal, tendo sido uma criança com poderes de origem divina. Contudo, John (sua identidade secreta) foi criado em laboratório, sendo “projetado” para ser o maior herói da história do planeta Terra. Na terceira temporada, a série mostra que o *Homelander* foi criado a partir do sêmen do *Soldier Boy*, o primeiro grande super-herói americano, junto a óvulos de uma doadora desconhecida. Durante a sua infância, o personagem foi cercado de médicos em um laboratório que o analisaram e testaram a fim de ter ciência de seus poderes. Seu nome, John, foi dado por um dos médicos que o criou, Jonah Vogelbaum.

Na série, o *Homelander* nasceu na primavera de 1981 e de acordo com Vogelbaum, em seus primeiros 6 anos de vida, ele era uma criança comum, amorosa que adorava ouvir histórias sobre Davy Crockett, Teddy Roosevelt³². Porém, segundo o médico, ele deveria ser criado para ser o maior herói do mundo, por isso era preciso que ele se tornasse violento e agressivo. Para alcançar esse objetivo, John foi submetido a experimentos físicos dolorosos e traumáticos e cirurgias para testar os verdadeiros limites de seus poderes. O personagem também teve sua personalidade moldada para ser um patriota americano. Para isso, foi submetido a um condicionamento mental, no qual foi forçado a assistir imagens tidas como

³² Davy Crockett foi um político, militar, herói nacional estadunidense. Representou o Tennessee na Câmara dos Representantes dos Estados Unidos, serviu durante a Revolução do Texas e morreu na batalha do Álamo.

Teddy Roosevelt foi um estadista, político, militar, conservacionista, naturalista, historiador e escritor norte-americano que serviu como o 26º Presidente dos Estados Unidos de 1901 a 1909.

comuns ao cidadão americano, por exemplo: a bandeira americana, Jesus Cristo, jogos de beisebol.



Figura 14 - Jonah Vogelbaum, médico responsável por criar o *Homelander* em laboratório, em conversa com o “super” (de costas, com a capa simbolizando a bandeira norte-americana) / Fonte: *Prime Video*

Quando criança, *Homelander* tinha comportamentos agressivos, tendo matado tutoras e enfermeiras. Essas ações, muitas vezes, foram motivadas pela indignação, em outras pela depressão induzida pelo seu isolamento. Em algum momento durante este período, ele também desenvolveu uma personalidade alternativa que o auxiliou a “passar pelo quarto ruim”. Essa personalidade é apresentada ao público na terceira temporada, quando ele tem medo de enfrentar o *Soldier Boy* (seu herói favorito na infância, e que descobriria, posteriormente, ser o seu pai biológico), e tem uma conversa consigo mesmo no espelho.

3.6 - Eventos narrativos e eixos de análise

Para dar prosseguimento à análise empreendida neste trabalho, foi necessário pontuar os momentos ao longo de *The Boys* nos quais os meios de comunicação e seus processos são utilizados pelo *Homelander* (e pela *Vought International*) para a construção de narrativas que sejam condizentes com os interesses dos super poderosos da série. Considerando o volume de material já disponível sobre *The Boys* — 24 episódios de aproximadamente 60 minutos cada divididos em três temporadas, além de *spin-offs* —, não seria possível selecionar todo o material para análise; menos proveitoso ainda, apenas selecionar episódios isolados, visto que, a narrativa e as tramas dificilmente se resolvem somente em um episódio, algumas são solucionadas somente com a conclusão da temporada. Assim, para a seleção dos momentos mais adequados para o estudo, foi utilizado o conceito de “eventos narrativos”, sugerido por Simone Rocha (2016).

No caso das narrativas ficcionais, uma das dificuldades em se trabalhar com tais produtos diz respeito ao volume significativo do material em questão. Nesse sentido, as unidades de análise nem sempre são precisas e muitas vezes o que os autores adotam são trechos (como cenas, sequências, capítulos ou episódios) de uma narrativa. Ainda que difícil, temos a convicção de que a visão do conjunto é que seria a mais produtiva para a questão que apontamos neste texto e, portanto, optamos por adotar o que chamamos de “eventos narrativos” como forma de adentrar no material (ROCHA, 2016, p.185-186).

Segundo Rocha (2016), os eventos narrativos compõem uma trama (ou uma sub-trama) de uma produção, que permitem a compreensão dos acontecimentos, o desenvolvimento da história e a articulação das tramas, com cada evento podendo durar um ou mais episódios. A adoção do método sugerido pela autora revela a trajetória dos personagens, e no caso de *The Boys*, as ações do *Homelander*, que levam à construção de narrativas midiáticas em seu entorno.

Para a definição dos eventos narrativos a serem recortados, o primeiro procedimento foi observar em quais momentos a trama é guiada e desenvolvida com participação fundamental da mídia e dos processos comunicacionais. Os eventos ainda deveriam possuir as seguintes características: *Homelander* como personagem chave para o desenvolvimento da trama, presença do herói em entrevistas ou discursos, mobilização do público e/ou veículos de comunicação. Ao fim do procedimento de recorte, foram encontrados três momentos que reúnem as características pretendidas, sendo cada evento com duração, desenvolvimento e consequências para a trama próprios.

Após a definição dos eventos narrativos, o trabalho recorreu ao referencial teórico apresentado para definir os eixos que guiarão a análise em torno da cobertura midiática na série *The Boys*. O primeiro eixo definido é guiado pelo conceito de “sociedade midiaticizada”, buscando problematizar duas questões. A primeira visa entender como as instituições se valem da mídia para pressionar outras organizações. A segunda questão trata de compreender os meios de comunicação como espaço de construção de narrativas hegemônicas pelas instituições e como se valer desse espaço é uma demonstração do poder e do controle dessas organizações sobre a sociedade.

O segundo eixo analítico explora o lugar da visibilidade na sociedade contemporânea, tendo em vista que o *Homelander* pode ser compreendido como uma representação das celebridades do mundo real. Neste eixo, será analisado o processo de celebração do personagem para entender o desejo de “ser celebridade para ser amado”, além de questões relacionadas ao poder midiático que a condição de celebridade lhe proporciona na sociedade

da série, entendendo como a visibilidade se configura como mais um poder que o *Homelander* possui. Nesse contexto, o trabalho aborda a adoração como um objetivo almejado por celebridades ao se inserirem na mídia, o desenvolvimento da imagem pública como um empreendimento estratégico, a função das celebridades como forças de expansão para corporações de mídia e a construção de um poder cultural e econômico associado às figuras célebres.

Por fim, o terceiro eixo de análise é formado pela observação de como a série *The Boys* trata de questões caras à sociedade contemporânea e como a série representa temas discursivos como preconceitos, divisão social (no caso da série, humano *versus* “supers”), polarização política, a presença dos meios de comunicação na vida social e nas instituições, etc. Para tal, o trabalho avalia como as estruturas narrativas empreendidas pelas séries têm evoluído e como *The Boys* representa essa evolução, pontuar quais são os temas trazidos pela série do *Prime Video* e como são representados, tendo como foco a cobertura midiática associada a essas temáticas.

3.5.1 - Evento narrativo 1: A queda do avião 37 e a cobertura midiática

Na temporada inicial de *The Boys*, uma das cenas mais impactantes ocorre no quarto episódio da primeira temporada, quando o *Homelander* e a Maeve falham em resgatar um avião sequestrado em pleno voo, resultando na trágica morte de todos os passageiros a bordo. Um avião é sequestrado por extremistas, e o *Homelander* juntamente com a *Queen Maeve* chegam para intervir. Por conta da brutalidade dos heróis, além de matar os sequestradores, os controles do avião são destruídos, e a aeronave entra em queda livre com os pilotos incapacitados. Após perceber que não poderia resgatar os passageiros a bordo, o *Homelander* opta por abandonar o avião em queda, forçando Maeve a fazer o mesmo, resultando na trágica perda de centenas de vidas, incluindo várias crianças. Ele julga que não seria lógico para os interesses dos *Seven* e da *Vought* salvar alguém, pois um sobrevivente relatar os erros dos heróis durante a tentativa de resgate, demonstrando a frieza do “super”, e como ele sempre pensa em si e na própria imagem em primeiro lugar.

Este evento narrativo tem início ao longo do quarto episódio da primeira temporada de *The Boys*, intitulado “A fêmea da espécie”, sendo uma adaptação da história “*I Tell You No Lie, G.I.*”, na edição n.º 21 dos quadrinhos. A primeira cena do evento narrativo se dá no minuto 17, quando a executiva da *Vought*, Madelyn Stillwell, recebe uma ligação do Comando de Defesa Aeroespacial informando sobre o sequestro do avião. No corte de cena, ela está com os heróis *Homelander* e *Queen Maeve* informando-os da situação, “Há sete

minutos, o voo transoceânico 37, de Paris para Chicago, foi sequestrado em pleno voo”. Ela ainda os informa o número de sequestradores: “Parece que são três”. Stillwell diz que o governo enviou caças para realizar o resgate, mas que os heróis poderiam chegar mais rápido. Na expectativa de que o resgate facilite a aprovação do projeto de inserir os “supers” no exército americano, a executiva envia os heróis para a área onde o avião foi sequestrado. Neste momento, a cena mostra como a personagem encarava o sequestro como uma oportunidade única para a corporação e para os heróis. “É nossa chance. É mais importante que o *Translucent* (herói que havia sido morto por Hughie Campbell). Mais importante que tudo”.



Figura 15 - Stillwell informando *Homelander*, e em Maeve sobre o sequestro do voo 37 nos corredores da *Vought*/ Fonte: *Prime Video*

O evento se desenrola na sequência, com os sequestradores no avião aterrorizando os passageiros e demais presentes no voo. Os heróis entram em cena, interceptando o avião, com o *Homelander* abrindo a porta, e conseqüentemente, arremessando um dos terroristas para fora, em meio à turbulência no voo, *Homelander* e *Maeve* logo assassinam dois dos sequestradores. Fechando a porta, o herói tranquiliza os tripulantes afirmando que “Estão seguros. Todos ficarão bem”, os passageiros aplaudem a ação, que naquele momento, parecia ter sido um sucesso. Porém, a informação de Stillwell sobre o número de sequestradores (3) estava equivocada, havia mais um na cabine com o piloto. O outro sequestrador atira e mata o piloto, e o *Homelander* em resposta utiliza seus raios laser para matá-lo, porém, acerta também o painel de controle, condenando o transoceânico à queda.

Esta é uma cena de total desespero por parte dos passageiros e da Maeve, contudo, o *Homelander* se mantém calmo e diz que o seu trabalho ali estava concluído. A heroína ainda

tenta fazê-lo salvar uma mãe e uma criança que estavam no voo, mas recebe a resposta: “Não, não. Para elas contarem para todos que deixamos o resto morrer?”. Ele ainda ameaça pulverizar os outros passageiros com seu laser e ainda diz a *Maeve* “Não morra com eles”.



Figura 16 - *Homelander* voa junto a Maeve e observa a queda do avião Paris-Chicago com todos os passageiros a bordo/ Fonte: *Prime Video*

O evento em questão recebeu cobertura da mídia, como retratado na série. Quando um repórter no litoral próximo aos destroços diz que todos os passageiros do voo estavam possivelmente mortos, o *Homelander* é entrevistado e está com um discurso preparado. Em uma narrativa que os inocenta, ele diz, demonstrando compaixão e tristeza: “Eles não precisavam morrer. Chegamos três minutos depois do avião cair porque não fazemos parte da hierarquia de comando. Se tivessem nos chamado antes de enviarem os jatos, poderíamos tê-los salvado” (Temporada 1, Episódio 4, 00:52:50). Ele ainda conclui dizendo que caso os “supers” sejam aceitos no exército estadunidense, um caso como este jamais voltaria a acontecer. Após essa fala, o *Homelander* é ovacionado pelos cidadãos presentes no local. Neste evento narrativo, o herói utiliza o espaço concedido pelos meios de comunicação para fazer um discurso benéfico para os objetivos da *Vought*: inserir os heróis nas forças armadas do país.

O *Homelander* manipula essa cobertura para consolidar seu poder, ganhando a aprovação pública e, nesse caso, para inserir os “supers” no exército dos Estados Unidos. Ao invadir o avião e enfrentar os terroristas, ele não demonstra preocupação com a segurança dos civis, presumindo que não estava sendo gravado. Após o desastre, quando os repórteres chegam ao local, ele adota um discurso empático, retratando-se como um “herói” que lutou para salvar vidas, apesar de ter falhado devido à demora na comunicação, que poderia ser evitado caso os heróis fizessem parte das forças armadas.

A mídia representada em *The Boys* tende a favorecer o ponto de vista dos heróis, principalmente, porque não houve sobreviventes para contestar a versão apresentada pelo *Homelander*. Na maioria das vezes, o jornalismo exercido pela imprensa na série é declaratório, no qual os heróis são as principais e, muitas vezes, únicas fontes de informação para os repórteres, sinalizando um caráter privatista dos meios noticiosos controlados pela *Vought*, ou seja, as notícias produzidas e transmitidas por esses veículos são condicionados pelos interesses da corporação. O super mostra uma falsa emoção para persuadir o público de que fez o máximo para evitar as mortes no avião.



Figura 17 - Cena na qual a imprensa relata o incidente com o voo 37 / Fonte: *Prime Video*

Durante esse evento, a série ilustra a dicotomia entre a imagem “real” do herói — brutal e violento — e a persona exibida diante das câmeras — empática, emocional e preocupada com a população. A representação do *Homelander* na mídia e a narrativa que ele promove são habilmente utilizadas para alcançar seus objetivos pessoais e os da *Vought*. A comunicação assume o papel de difundir o discurso dos poderosos, o que, por sua vez, vai de encontro aos interesses daqueles que controlam o sistema midiático. Ele ainda aproveita a oportunidade de discursar durante a cerimônia em homenagem às vítimas do voo 37 para promover seus interesses, como discutido no episódio 5. Mesmo sendo o principal responsável pela tragédia, ele distorce os fatos a seu favor, e a imprensa aceita e divulga sua narrativa junto ao público, repetindo o padrão quando a TV noticia o incidente. Esse momento demonstra o controle que *Vought* e o próprio *Homelander* têm sobre a cobertura midiática.

Esse evento narrativo ainda tem consequências no desenrolar da narrativa ao longo dos episódios e temporadas seguintes. Primeiro, por conta deste incidente, os “supers” estiveram na iminência de entrar no exército norte-americano, objetivo que não foi alcançado

somente por ocorrer o vazamento da verdade sobre o composto V (os heróis não nasceram com poder, receberam injeções ainda quando crianças). Segundo, um vídeo do sequestro do avião foi gravado e ficou nas mãos da Maeve e da *Starlight*, que o utilizaram para chantagear o *Homelander*. Este segundo caso evidencia a fraqueza dos heróis: a reputação e o medo de perder sua posição de poder. Ele teme que caso o vídeo seja exposto, ele perca a sua imagem, seus privilégios e posição de herói, e por consequência, a adoração dos fãs.

3.5.2 - Evento narrativo 2: funeral do *Translucent*

O segundo evento narrativo selecionado aparece no primeiro episódio da segunda temporada de *The Boys*. Trata-se de uma homenagem ao herói *Translucent*. O personagem foi assassinado ainda no primeiro ano da série após ser capturado pelo grupo de vigilantes de Billy Butcher³³ (na ocasião, a *Vought* deturpa as informações relacionadas à morte do super, com o intuito de vinculá-la a um grupo terrorista e, com isso, pressionar para a entrada dos super-heróis no exército). A cerimônia em honra ao herói contou com palavras de seus colegas em um funeral que também teve uma apresentação da heroína *Starlight* e um discurso do líder dos heróis, *Homelander*.

O evento narrativo começa com o *Homelander* discursando sobre um palco em frente a um auditório. Neste discurso, ele conta uma história na qual o *Black Noir* conduziu uma operação em que assassinou um super terrorista conhecido como “Naquib”. Porém, em tom emocionado, afirma que o *Translucent* foi assassinado pelo grupo terrorista. O herói, inclusive, conta uma narrativa — provavelmente pensada pelos executivos da *Vought* — na qual revela as supostas falas do *Translucent* antes da missão: “Antes de partir, *Translucent* me disse, quase como se soubesse que algo iria acontecer, ele disse: ‘Ei, *Homelander*. Diga ao meu filho, Maverick, que eu o amo’. E ele também disse: ‘Encontre esses super terroristas. Encontre-os, *Homelander* e detenha-os’”. O líder dos *Seven* ainda conclui prometendo ao povo norte-americano que irá deter os supostos vilões e salvar a todos, e que fará isso pelos Estados Unidos e pelo companheiro morto. O discurso protetor e patriótico do *Homelander* foi seguido por uma apresentação musical da *Starlight* em que relembra as ações do *Translucent* no passado.

³³ Translúcido era um dos *Seven* e podia se tornar invisível e sua pele era praticamente indestrutível. No segundo episódio da primeira temporada, ele foi capturado por Hughie Campbell e Billy Butcher, sendo assassinado por eles, após Hughie explodir uma bomba dentro do “super”. Durante os episódios finais da primeira temporada, a *Vought* omitiu a morte do personagem, afirmando que ele estaria em uma missão fora dos Estados Unidos. No início da segunda temporada, criou uma narrativa heroica, na qual o herói se sacrificou para deter supostos inimigos da nação — uma versão da história que seria mais benéfica para a imagem dos *Seven* e da corporação.



Figura 18 - *Homelander* discursa durante o funeral do herói Translucent, assassinado por Hughie Campbell /
Fonte: *Prime Video*

Na sequência, na entrada do local onde ocorreu o funeral, fãs e imprensa aguardavam pela saída dos heróis. Junto à *Starlight*, o *Homelander* — de mãos dadas com a heroína, gesto como o objetivo de transmitir a união entre os membros dos *Seven* — concede uma entrevista ao canal fictício *Vought News*, uma paródia da *Fox News*, em que diz que todos os membros do *Seven* sentem a perda do companheiro e que se trata de um momento complicado:

David (repórter): Como está o pessoal lá na torre?

Homelander: Bom, eu não vou mentir. Está difícil... está muito difícil... difícil de processar, sabe?

Starlight: É, mas esse cara aqui (referindo-se ao companheiro de equipe) tem sido a nossa força. Ele sentou com a gente e disse: “nós somos mais do que uma equipe, somos uma família. A nossa união vai fazer a diferença”.

Homelander: Oh, *Starlight*, obrigado pelas palavras.

Starlight: Obrigada. É sério, não sei o que seria da gente sem você

Homelander: Ela é um máximo. Não é um máximo?

David (repórter): Os dois são!.

(*The Boys*, Temporada 2, Episódio 1, 00:10:26)

A cena corta para Hughie assistindo à transmissão da entrevista dos heróis pelo celular. O discurso de união e as palavras de *Starlight* — orientada e com um discurso roteirizado pela *Vought* — ajudam a edificar uma imagem de liderança ao *Homelander*. Nesta ocasião, o *Homelander* se constrói como um líder, que ajuda os outros membros dos *Seven* a superar as adversidades, gerando para o público uma imagem de um líder em quem podem confiar.



Figura 19 - Hughie Campbell assistindo à entrevista de *Starlight* e *Homelander* após a cerimônia de homenagem ao *Translucent* / Fonte: *Prime Video*

O funeral do *Translucent* foi transmitido pelos veículos de imprensa dos Estados Unidos representados na série, transformando-se em um evento midiático e não somente uma homenagem. O *Homelander* utiliza o momento do funeral para fazer um apelo patriótico, argumentando que os super-heróis deveriam se integrar às forças armadas. Ele utilizou um tom nacionalista, criando uma narrativa na qual culpa o grupo terrorista “El Diablo” pelo assassinato de *Translucent* e alegando que ele teria sido morto a sangue-frio por um super-terrorista. Dessa forma, o *Homelander* faz, intencionalmente, um discurso no qual, não apenas buscava reforçar a necessidade de um envolvimento mais ativo dos super-heróis nos assuntos de segurança nacional, mas também procurava solidificar sua própria imagem como o herói que defende incansavelmente os interesses dos Estados Unidos.

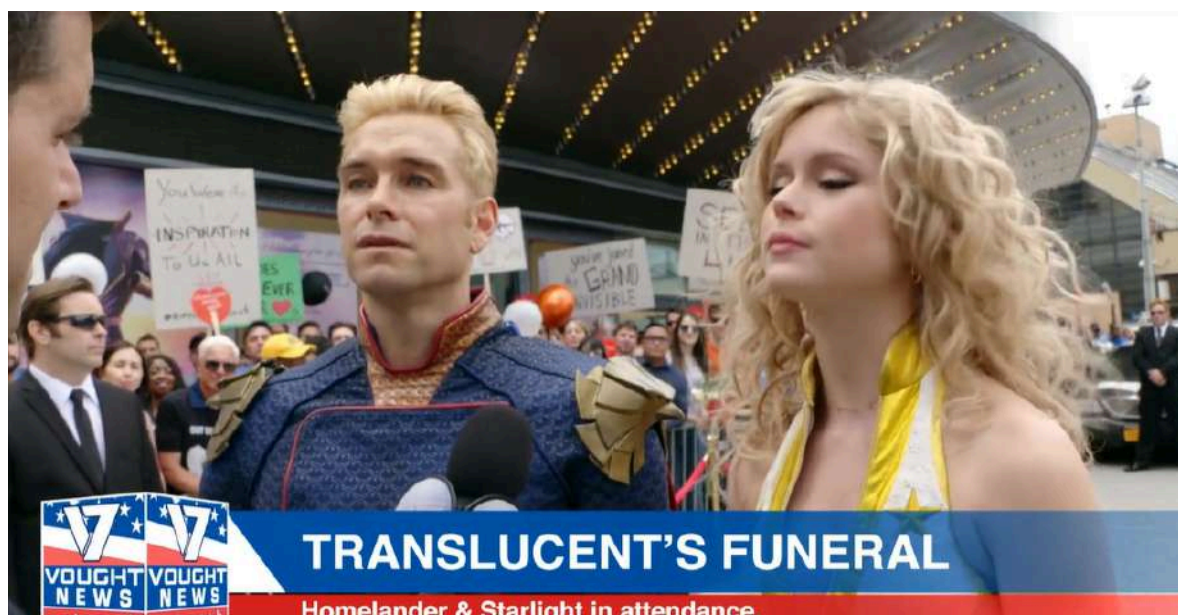


Figura 20 - Entrevista do *Homelander* e da *Starlight* à *Vought News* após o funeral do *Translucent* / Fonte: *Prime Video*

As ações de *Homelander* durante o funeral reverberam intensamente na sociedade da série. A comoção e o patriotismo incitados mobilizaram aqueles que se identificavam com sua visão, estabelecendo-o como um ícone que personifica os valores norte-americanos. A falta de profundidade nas discussões sobre o tema na imprensa contribuiu para a consolidação dessa imagem, criando uma narrativa que reforçava a confiança do público no herói como líder inquestionável. Em resumo, o evento do funeral de *Translucent* foi projetado pela *Vought* para ser midiático, com o objetivo, não apenas, de homenagear o herói morto, mas também ser uma oportunidade para o *Homelander* reforçar sua influência e autoridade sobre os super-heróis e a sociedade em geral. Ao capitalizar o momento com um discurso nacionalista e ao se apresentar como um líder carismático, *Homelander* solidificou sua posição de herói perante a sociedade da série.

3.5.3 - Evento Narrativo 3: A revelação da biografia do *Homelander* na terceira temporada

O terceiro evento narrativo é aquele que se estende por mais episódios, representando a jornada do *Homelander* na terceira temporada em busca do poder máximo dentro da *Vought*. O evento tem início no primeiro episódio do terceiro ano de *The Boys*, quando lidando com as consequências dos acontecimentos da segunda temporada — revelação de que a sua parceira, *Stormfront* é nazista. Num primeiro momento, o herói recebe críticas e questionamentos do público, que o questionavam sobre como não havia percebido o passado vinculado ao

nazismo da ex-parceira. Na realidade, ele sabia e não se preocupava com isso. Em uma estratégia para melhorar a imagem do herói, ocorre o lançamento do filme “Dawn of the Seven”, produzido pela *Vought* com uma narrativa em que o *Homelander* luta contra a *Stormfront* após descobrir a sua origem e intenções.

Após a estreia, em uma entrevista para a *Vought News*, o *Homelander* tenta se eximir da culpa e, ao mesmo tempo, se humanizar. O que pode ser compreendido como uma forma de se aproximar do seu público. Ele faz um discurso em que diz: “eu posso ser a prova de balas por fora, mas isso aqui (apontando para o coração), não é”. Ele utiliza o espaço midiático que lhe foi concedido para limpar sua imagem pública e ainda se apresentar como um bom homem que foi enganado.



Figura 21 - *Homelander* em entrevista ao programa *The Cameron Coleman Hour*, da *Vought* / Fonte: *Prime Video*

Ainda no primeiro capítulo da terceira temporada, o evento narrativo se desenrola quando o herói concede outra entrevista, desta vez para o programa *The Cameron Coleman Hour*, produzido pela própria *Vought*. Neste momento, o *Homelander* repete o mesmo discurso, no qual se humaniza e se exime da culpa. Percebe-se nessa sequência uma tentativa da *Vought* e do próprio herói de desassociar a sua imagem, o maior símbolo dos super-heróis, do nazismo. Esta ação ocorre, pois se trata de uma situação nada benéfica para os interesses da empresa, que tentou esconder o passado da *Stormfront* ao longo de toda a narrativa da segunda temporada.

No segundo episódio da terceira temporada, o evento narrativo segue com o programa especial de aniversário do *Homelander*. No início do episódio, em uma propaganda divulgada

em diversos canais da *Vought*, o herói chama o público para acompanhar o espetáculo, no qual estará acompanhado da agora co-capitã *Starlight* e outros heróis. Ao longo do episódio acontecem alguns momentos, como a morte da *Stormfront*, que levam ao principal ponto de virada na conduta do personagem frente ao público. Antes o personagem era guiado por um discurso humilde de que os cidadãos eram heróis, agora, ele altera seu discurso: “Vocês não são os verdadeiros heróis, eu sou o verdadeiro herói”. O *Homelander* verbaliza sentimentos conhecidos pelo espectador, mas nunca mostrados aos fãs na narrativa: ele se mostra intratável, agressivo e violento. Ele finalmente diz que se sente superior a todos, que é melhor, mais forte, mais esperto que os outros humanos e os outros heróis.

Durante a cerimônia, transmitida como um verdadeiro show em diversos canais de televisão e internet da *Vought*, um personagem na plateia, o provoca dizendo: “Ei, *Homelander*. Sua nazista morreu”, referindo-se à *Stormfront*. Logo depois, *Starlight* faz uma nova provocação ao *Homelander* falando sobre um projeto pessoal intitulado “Casa Luz-Estrela” e que o herói é humano, “ele é como a gente e todos cometemos erros”, ela ainda afirma que ele doaria 10 milhões de dólares para a sua instituição. Essa sequência de eventos faz com que o *Homelander* perca o controle de suas palavras, pela primeira vez em frente ao público e desfaz a imagem humanizada criada para ele.

Starlight: O *Homelander* é humano, ele é como todos nós. E todos nós erramos, certo? Mas, todos merecemos uma segunda chance e nesse espírito, o *Homelander* concordou em doar 10 milhões de dólares para a Casa Luz-Estrela. Vamos lá, palmas para ele.

Homelander: Não, não, não, não, não. A *Starlight* mentiu para vocês. Ela mentiu. Eu não cometo erros. Não sou como todos vocês (...) Eu sou mais forte, mais esperto (...) E eu sou melhor. Eu sou melhor! Eu não sou a porcaria de um garoto chorão que vive pelos cantos, pedindo desculpas o tempo todo e vocês não iriam querer que eu fosse assim.

Temporada 3, Episódio 2, 00:53:50 – 00:54:18

Para o desespero dos executivos e assessores da *Vought*, o *Homelander* apresenta uma nova narrativa ao público. A responsável por coordenar as ações dos heróis e assessorá-los, Ashley Barrett, pede desesperadamente para que a emissora corte a transmissão e vá para os intervalos comerciais. Porém, o *Homelander* os adverte e os ameaça de puni-los caso o desobedeçam.



Figura 22 - Início do espetáculo de aniversário do *Homelander*, ao seu lado, a heroína *Starlight* / Fonte: *Prime Video*

Homelander: A minha vida inteira, as pessoas tentaram me controlar. A vida inteira! Gente rica, gente poderosa. Tentaram me amordaçar, me anular, me manter impotente e obediente. Como se eu fosse um fantoche. E olha só, funcionou. Porque eu deixei que funcionasse e adivinhem, se eles podem me controlar. Então, podem apostar que podem controlar vocês. Estão fazendo isso, só que vocês não percebem. Para mim, chega. Chega de pedir desculpas. Chega de ser perseguido pela minha força. Vocês aí (referindo-se ao público), deveriam agradecer a Cristo por eu ser quem eu sou, porque precisam de mim. Precisam que eu salve vocês. Vocês sabem (...) que eu sou o único que pode salvar. Vocês não são os verdadeiros heróis. Eu sou o verdadeiro herói (...) Eu sou o verdadeiro herói.
Temporada 3, Episódio 2, 00: 54:50

Ao final da cena, a série mostra que esse discurso cativou parte do público, ao mudar o corte para um fã assistindo ao discurso pela TV, admirado com o discurso e a nova postura do herói. Esse discurso muda completamente a narrativa midiática construída em volta do herói até então, dessa vez, mesmo sem ter sido a intenção, a sua ação resulta em um crescimento de sua aprovação frente aos fãs.



Figura 23 - Fã dos *Seven* demonstrando admiração pelas palavras do *Homelander* em seu discurso enquanto assiste pela TV à transmissão do show do aniversário do *Homelander* / Fonte: *Prime Video*

O *Homelander*, após o discurso no show do seu aniversário, ganha ainda mais poder sobre os demais, pois sua popularidade cresceu e nas palavras do próprio herói, “popularidade é poder”. Esse momento da série mostra que o apelo pela figura do *Homelander* vai além da adesão midiática, que se dá pelo fato dele aparecer constantemente nas mídias, ele possui também um apelo carismático, que se soma ao seu poder sobre-humano. Essa adesão é também moral pelos valores que o herói representa.

Por isso, toma decisões arbitrárias, ignorando ideias dos outros personagens, e até mesmo da co-capitã, *Starlight*. Uma dessas decisões é o retorno do *Deep* (que assediou a heroína na primeira temporada) aos *Seven*. Nem mesmo as ameaças da *Starlight* de divulgar o vídeo do voo 37 o abalam, pois ele acredita que não importa o que ele fizer, ainda terá aliados e acrescenta dizendo que se perdesse tudo, dizimaria as cidades dos Estados Unidos: “Eu prefiro ser amado (...) Mas não tenho problema nenhum em ser temido”. Isto é, desde que possa exercer poder sobre os outros, ele estará bem com a situação, mas ainda assim, ressalta a sua fragilidade: ser amado.

Ao longo das temporadas, o *Homelander* necessitou fazer aparições públicas ao lado da *Starlight* em várias ocasiões, principalmente devido à dupla ser composta pelos super-heróis mais populares e bem aceitos pelos fãs. Além disso, a ascensão da heroína ao posto de co-capitã dos *Seven* reforçou essa necessidade. No desfecho do terceiro episódio, ocorreu a gravação do *reality show* “Herói Americano”, que selecionaria um novo integrante para o grupo.

Neste momento, o *Homelander*, consciente da aprovação do público à parceria entre ele e a *Starlight* e movido pelo desejo de aumentar sua popularidade, aproveita o palco para

estabelecer um relacionamento de fachada com a heroína, fazendo um uso estratégico das mídias. Essa estratégia foi arquitetada pelo herói com o intuito de impulsionar, mais uma vez, sua aceitação junto ao público, atendendo à sua constante necessidade de ser admirado. Posteriormente, em outras transmissões, ele reforça essa fachada de relacionamento. Como resultado direto dessa ação, sua popularidade experimentou um aumento significativo de 44%. As ações veiculadas na mídia envolvendo o herói na terceira temporada tiveram um impacto palpável sobre seus apoiadores, levando muitos deles a tomar as ruas em manifestações em seu favor.

No quarto episódio da terceira temporada de *The Boys*, ainda como consequência do discurso de aniversário proferido pelo *Homelander*, a deputada Vitória Newman concordou em conceder uma entrevista para abordar a controvérsia. No entanto, surpreendendo as expectativas geralmente adversas em relação ao herói, a deputada expressou seu apoio a ele, um gesto que teve consequências profundas. Este apoio inesperado resultou na queda do CEO da *Vought*, Stan Edgar, responsável por manter o *Homelander* sob controle.

Do alto da torre dos *Seven*, o *Homelander* observou a entrevista com um sorriso enigmático, como se já tivesse conhecimento prévio do que seria dito (e, de fato, ele estava ciente dos bastidores). Esse momento ilustrou como o *Homelander* estava evoluindo ao longo das temporadas, apesar de ter perdido o controle durante o seu aniversário, ele percebeu que seria possível utilizar outras pessoas — no caso a deputada Vitória Newman — e os meios de comunicação e seus respectivos alcances ainda mais. Isto é, apesar de não ter estado presente fisicamente na coletiva, o *Homelander* utilizou a comunicação como uma ferramenta de influência. A declaração da deputada não apenas repercutiu nos corredores da *Vought*, mas reverberou por toda a estrutura da empresa. A consequência mais imediata foi a destituição de Stan Edgar, proporcionando ao *Homelander* um controle incontestável sobre a *Vought* e sobre os próprios *Seven*, consolidando assim sua posição de poder.

De acordo com os três eventos narrativos apresentados, serão desenvolvidos os seguintes eixos de análise: (a) A midiaticização em *The Boys*, (b) O lugar da visibilidade: O *Homelander* como celebridade e (c) A representação de debates reais em *The Boys*. Esses eixos têm o objetivo de conduzir à compreensão de como a atuação da comunicação e da cobertura midiática das ações do *Homelander* contribuem para a formação da sua imagem de herói perante a sociedade.

a. A midiatização em *The Boys*

Após a definição dos eventos narrativos e dos eixos de análise, o ponto central no objeto a ser estudado neste trabalho é como a atuação da comunicação e da cobertura midiática das ações do *Homelander* contribuem para a formação da sua imagem de herói perante a sociedade, tendo em vista que nos três eventos selecionados: a queda do avião 37 e a cobertura midiática do caso, o evento do funeral do *Translucent* e a história de vida do *Homelander* ao longo da terceira temporada. Para isso, num primeiro momento, este capítulo retoma o referencial teórico já apresentado para analisar como a mídia no universo de *The Boys* afeta a percepção pública dos heróis.

Stig Hjarvard conceituou a midiatização como o fenômeno no qual elementos essenciais de uma atividade social ou cultural, como política, religião e educação, são influenciados e dependem da mídia, sendo a institucionalização da mídia e seus relacionamentos com as outras instituições sociais, uma forma particular de midiatização, na qual a mídia exerce forte influência sobre outras instâncias, como empresas e governos (Hjarvard apud HEPP, 2014, p. 48-50). Tendo em vista a definição de Hjarvard, é possível afirmar que a história da série se passa num mundo no qual a sociedade e as instituições são envolvidas pelos processos midiáticos, por isso, os momentos e as formas como o *Homelander* é mostrado pelos veículos midiáticos são essenciais para a construção da sua imagem pública e para que ele seja adorado.

A sociedade contemporânea, caracterizada pela “mediação de tudo” e pela saturação de mídia em diversas plataformas simultaneamente, reflete a tendência de uma presença crescente da mídia em diversos contextos sociais (Livingstone apud HEPP, 2014, p. 53). É importante destacar que os atores centrais, neste caso *Homelander* e *Vought*, possuem maior capacidade de influenciar a produção midiática, e o discurso dos profissionais de mídia reflete o desses atores e grupos de poder, que buscam influência e interesses próprios. Sendo os veículos de comunicação empresas comerciais, elas podem utilizar seu poder social para exercer influência e pressão política (HABERMAS apud SILVA; FERREIRA; FILHO, 2015, p. 6-7).

A observação de Muniz Sodré (2006, p. 19) sobre a sociedade contemporânea destaca a midiatização como uma virtualização das relações humanas por meio das tecnologias de comunicação. Essa virtualização, além de impactar o jornalismo e torná-lo estratégico para o mercado financeiro, influencia a formação de percepções coletivas (SODRÉ, 2006, p. 20). No âmbito político, a mídia desempenha um papel estruturador ou reestruturador de percepções

individuais e coletivas, transcendendo a influência normativa para atingir aspectos emocionais e sensoriais (SODRÉ, 2006, p. 22-23). A estetização generalizada da vida social pela mídia, conforme argumentado por Sodré, molda identidades pessoais, comportamentos e juízos éticos.

A realidade que a narrativa proposta por Eric Kripke, em *The Boys*, apresenta ao espectador uma sociedade que tem suas relações imersas em processos comunicacionais e midiáticos, na qual a mídia e as informações veiculadas pelos meios de comunicação são elementos estruturadores das ações de empresas, governos, e dos próprios indivíduos em suas relações.

A mídia funciona como uma extensão da corporação e uma forma dela estender o seu poder, ao se infiltrar nas demais instituições por meio das notícias que os envolvem, entrevistas, *reality shows*, filmes e publicidades, buscando impor uma imagem de benfeitores aos heróis, de modo que eles pareçam bons, benéficos e necessários.

Pensando no primeiro evento narrativo selecionado para análise, a cobertura midiática da queda do avião 37, encontram-se elementos que demonstram como a série representa a influência da mídia como uma instituição em outras esferas da sociedade, além de ilustrar os modos como essa influência concede à *Vought* e seus heróis, no caso da série, a possibilidade de moldar histórias e impor narrativas. No caso do avião 37, a série mostra como a *Vought*, representada pelo seu principal símbolo, o *Homelander*, utiliza a mídia para pressionar outras instituições, neste caso, o governo norte-americano a permitir a presença dos heróis nas forças armadas dos Estados Unidos; além de demonstrar como os meios de comunicação são um espaço para a construção de narrativas.

Após a queda do avião, veículos de comunicação foram cobrir a área dos destroços, e como de costume na série, entrevistaram o *Homelander* para entender o ocorrido e transmitir as informações ao público sobre o sequestro do voo. O espectador tem ciência de que o avião caiu por conta da brutalidade do herói, que ao interpelar os sequestradores, atingiu os controles, fazendo com que o avião fosse condenado à queda; por outro lado, não houve sobreviventes, com isso, a única visão dos fatos possível seria a do próprio *Homelander*. Com isso, o líder dos heróis utiliza o espaço midiático para orientar a narrativa de modo que fosse benéfica para si e para a *Vought International*. Ele aproveita para culpar a ausência dos heróis no exército pelo fracasso na operação de salvamento, condicionando a opinião pública para ser a favor das forças armadas terem os heróis na sua formação.

Esse evento narrativo ainda tem consequências no desenrolar da narrativa ao longo dos episódios e temporadas seguintes. Por conta da narrativa criada pelo *Homelander* e

transmitida pela mídia sobre o incidente, a *Vought* esteve muito próxima de atingir um de seus objetivos: incluir os “supers” no exército norte-americano. Objetivo que não foi alcançado somente por ocorrer o vazamento da verdade sobre o composto V (os heróis não nascem com poder, receberam injeções ainda quando crianças).

O segundo evento narrativo escolhido, a cerimônia fúnebre em homenagem ao *Translucent*, também revela como a série representa os meios de comunicação como um espaço de construção de narrativas. A história de morte do personagem sequestrado por Billy Butcher e assassinado por Hughie Campbell, foi alterada pelas palavras do *Homelander* durante o funeral, transmitido pelos veículos de imprensa dos Estados Unidos representados na série. A narrativa criada pelo *Homelander* é um modo do herói utilizar o momento do funeral para fazer um apelo patriótico, argumentando que os super-heróis deveriam se integrar às forças armadas, conta uma história na qual o *Black Noir* conduziu uma operação em que assassinou um “super terrorista” conhecido como “Naquib”. Porém, em tom emocionado, afirma que o *Translucent* foi assassinado pelo grupo extremista, considerado por ele, uma ameaça à segurança dos Estados Unidos:

Homelander: Eu vim informar ao povo americano que o Black Noir conduziu uma operação que matou o super terrorista conhecido como “Naquib”.

(Aplausos)

Homelander: Mas isso não quer dizer que não haverá sacrifícios. A prova disso, infelizmente, está diante de nós. Porque hoje, choramos a morte de um membro dos *Seven* (...) *Translucent*. Assassinado a sangue-frio pelo cartel de “super terroristas” “El Diablo”.

Homelander: Antes de partir, o *Translucent* disse para mim, parecia até que ele sabia que algo iria acontecer. Ele me disse: “*Homelander*, diga para o meu filho Maverick que o amo”; e ele também disse: “Ache esses super terroristas, *Homelander*, e detenha eles”. Eu prometo a você, Maverick e a todos os filhos e filhas desta nação, que eu, os deterei. Salvarei vocês e farei por vocês. Pela América e pelo meu querido e velho amigo. Adeus, irmão. Obrigado.

(Aplausos).

(Temporada 2, Episódio 1, 00:06:11 - 00:08:12)



Figura 24 - *Homelander* discursa durante a cerimônia fúnebre em homenagem ao *Translucent* / Fonte: *Prime Video*

Neste caso, o *Homelander*, novamente, cria uma narrativa condizente com os interesses da *Vought*. Ele faz, intencionalmente, um discurso no qual, não apenas reforça a necessidade de um envolvimento mais ativo dos super-heróis da segurança nacional para evitar tragédias, mas também fortalece sua própria imagem ao público: como um herói que defende incansavelmente os interesses dos Estados Unidos.

Ao analisar o universo de *The Boys* como uma representação de uma sociedade midiaticizada, percebe-se que a série evidencia a influência da mídia, a partir dos meios de comunicação, nas diversas esferas sociais, desempenhando um papel crucial na formação de narrativas que moldam a percepção pública. A série destaca como a mídia, representada pela *Vought International*, atua não apenas como um meio de informação, mas como um mecanismo de controle social por meio da construção de narrativas, que, em muitos casos, tornam-se hegemônicas. Através da narrativa, percebe-se que a sociedade na série é orientada por processos comunicacionais e midiáticos, onde a construção e direcionamento de narrativas são fundamentais para o controle de poder, influenciando a opinião pública e consolidando (ou ampliando) o poder dos poderosos — *Vought* e *Homelander*. A representação da sociedade midiaticizada em *The Boys*, evidencia a interconexão entre a mídia e outras instituições sociais, destacando como a sociedade na série é moldada e influenciada por meio da disseminação de informações e narrativas específicas.

Nesse contexto, surge percebe-se que a série apresenta uma visão muito crua da mídia, como um lugar controlado pelos poderosos e onde só há espaço para a manipulação das informações e da opinião pública, tecendo uma crítica aos sobre os efeitos desse controle de narrativas na sociedade — não se trata de uma realidade social, mas de uma visão da série e uma representação crítica de parte da mídia. Primeiramente, observa-se o controle de parte da

opinião pública, onde as grandes corporações direcionam as narrativas de modo a influenciar a visão das pessoas, muitas vezes distorcendo a realidade em seu favor. Além disso, o controle narrativo contribui para a consolidação de poder, permitindo que essas corporações exerçam influência sobre políticas, leis e decisões governamentais. Outro efeito percebido pela visão que a série traz da mídia, é a supressão de críticas, possibilitando que as corporações evitem a divulgação de informações prejudiciais à sua imagem, criando uma falsa sensação de consenso e positividade em torno de suas ações. Em *The Boys*, o público é direcionado pelas informações trazidas pela *Vought* e pelos heróis, a crítica aos heróis surge somente por aqueles afetados diretamente pelas suas ações, como Billy Butcher e seu grupo; ou pela *Starlight* por meio da sua influência nas redes sociais.

No cenário no qual a série se desenvolve, o controle narrativo é interessante para a *Vought*, que ao ter como um de seus braços, a indústria de mídia, pode moldar as informações de modo que sejam condizentes com seus objetivos, por isso, não apresentará em seus programas, como a *Vought News*, personagens, autoridades e/ou informações que sejam contrárias às suas posições e desejos. Os heróis são fontes que não podem ser ignoradas pelos veículos de comunicação, dada a sua relevância naquela sociedade, porém, eles não podem ser as únicas fontes das outras mídias — que não as da *Vought*.

b. O lugar da visibilidade: O *Homelander* como celebridade

Retomando a ideia de que a realidade onde a narrativa de *The Boys* é desenvolvida trata-se de uma sociedade midiaticizada, tem-se que este contexto é propício para o surgimento das celebridades. Analisando relações com a mídia, outras instituições sociais e público do *Homelander*, é possível compreendê-lo como um herói-celebridade. Segundo Braga (apud apud FRANÇA, SIMÕES, 2014), a presença marcante da mídia na vida social não apenas influencia a construção de celebridades, mas também molda a própria sociedade, com os meios de comunicação de massa têm potencial para configurar um processo de midiaticização da sociedade, onde a mídia passa a ditar os rumos dos processos sociais.

Turner (2013) argumenta que as celebridades atuam como um veículo para transferir produtos de um formato para outro, por exemplo, hoje, há uma crescente importância da celebridade como um mecanismo de marca para produtos midiáticos, facilitando sua fluente tradução entre formatos e sistemas de distribuição. A utilidade das celebridades para a expansão das mídias cruzadas das grandes conglomeradas de mídia e entretenimento resultou em um valor aumentado das celebridades enquanto mercadorias (TURNER, 2013). Os empreendedores de mídia, cientes do apelo que as celebridades exercem sobre o público,

buscam ativamente envolvê-las em seus projetos, por acreditarem que isso contribuirá para atrair e cativar audiências (TURNER, 2013, p. 36). Retornando à série e considerando o contexto atual que envolve as celebridades, é possível afirmar que a construção da identidade célebre dos “supers” ocorre graças à midiatização da sociedade da série, ocorrendo a partir da influência da *Vought*, que utiliza os meios de comunicação, que constroem narrativas para direcionar o público à aceitação de seus heróis, e posteriormente, à adoração pelo público.

Tucherman (2007 apud FRANCO, 2016, p. 298) e Marcello (2004 apud FRANCO, 2016, p. 298) sintetizam o papel da comunicação na consolidação das celebridades na sociedade contemporânea. As celebridades surgem a partir da influência da comunicação midiática, um processo complexo que envolve a produção, circulação e recepção de mensagens por meio de diferentes meios de comunicação, capaz de operar nas instituições, exercendo poder sobre elas e sobre a sociedade. Sendo assim, essa comunicação tem um papel fundamental na sociedade contemporânea, ao ser um dos atores que participam da construção da visão de mundo e das crenças da sociedade, estabelecendo a agenda de temas relevantes, afetando assim a percepção da atualidade.

Dênis de Moraes (2015, p. 16) pontua que a realidade contemporânea é mediada por grandes corporações de mídia, que participam da vida social, mentalidades, processos culturais, arte, padrões de sociabilidade. Sendo assim, o modo como a sociedade contemporânea se constitui, permite que sejam empreendidas narrativas que levem as celebridades a serem adoradas pelo público, havendo nessas figuras a necessidade de buscar, além do sucesso pessoal e profissional, a obtenção de um poder simbólico, que, permite-lhes a adoração. Esse poder sobre o outro (celebridade sobre público) é parte dos processos da midiatização. A partir das constatações desses autores, pode-se pensar na influência das mídias no processo de construção do *Homelander* como um herói-celebridade, sendo o terceiro evento narrativo, que trata da biografia e histórias do passado do herói ao longo da terceira temporada da série, um demonstrativo de que a presença de uma personalidade nos veículos de comunicação é determinante para a consolidação da sua imagem pública e de seu poder de influência.

Este evento narrativo é constituído pela junção de diversos acontecimentos que envolvem o *Homelander* e os meios de comunicação que levaram ao aumento da popularidade do herói, demonstrando o poder da mídia de instituir celebridades e de determinar as agendas que regem a sociedade. Neste caso, a série mostra como o *Homelander*, a partir da participação em eventos midiáticos, como entrevistas para repórteres, cerimônias

com cobertura da imprensa, *talk shows* e *reality shows*, impulsionam a visibilidade do herói, e por consequência, a adoração por parte do público.

Neste evento narrativo, o líder dos super-heróis participa de uma série de entrevistas durante os primeiros episódios. Essas aparições são consequência dos eventos da temporada anterior, quando o passado nazista de *Stormfront* foi revelado, e por conta da sua proximidade com a ex-companheira, o *Homelander* precisava apresentar justificativas ao público, sendo os meios de comunicação, o espaço para isso. Provavelmente, orientado pela *Vought* e buscando dissociar a sua imagem pública do nazismo, o personagem conta histórias nas quais se inocenta, e segue com a narrativa humanizadora da sua imagem, pretendida pela corporação que o financia. Após o lançamento do filme *Dawn of the Seven*, que conta a história de como o grupo de heróis se uniu para derrotar *Stormfront* após descobrirem que a ex-companheira cometeu crimes ligados ao nazismo, o *Homelander* é confrontado por conta da sua relação com a ex-parceira:

Repórter: Como você nem desconfio que a *Stormfront* era nazista?

Homelander: Bom, eu sou só um homem que se apaixonou pela mulher errada. Mas depois da crise, vem a mudança e eu passei o ano passado dando um tempo e me reconectando comigo mesmo. Estou ansioso para que todo mundo conheça o meu verdadeiro eu.

(Temporada 3, Episódio 1, 00:06:35 – 00:06:54).



Figura 25 e 26 - Transmissões em diferentes canais estadunidenses da entrevista nas quais o *Homelander* justifica sua relação com a *Stormfront* / Fonte: *Prime Video*

Na sequência do primeiro episódio da temporada, o *Homelander* precisa conceder outra entrevista sobre o assunto, desta vez ao programa *The Cameron Coleman Hour*. Antes da entrevista, há uma cena que demonstra todo o ego do herói e como é fácil feri-lo. Ele fica insatisfeito e irritado, pois outro membro dos *Seven*, *Deep*, foi entrevistado antes dele. Para o herói, isso seria uma afronta à sua liderança, exigindo que o companheiro se desculpasse. Na entrevista, o *Homelander* é novamente questionado sobre sua relação com a *Stormfront*:

Cameron Coleman: Sei que o assunto é incômodo, mas a mídia não vai te dar sossego. Como você não percebeu que a *Stormfront* era nazista?

Homelander: Olha... bom, eu vou dizer mais uma vez. Eu posso ser um super-herói, mas eu também sou um homem que se apaixonou pela mulher errada. Eu não sou perfeito, Cameron. Longe disso, eu sou a prova de balas por fora, mas aqui (apontando para o coração), isso aqui, não é. Eu sou tão humano quanto vocês.

Cameron Coleman: Mais *Homelander* depois dos comerciais

Câmera: E corta.

Cameron Coleman: (Conversando com o *Homelander*) Ficou muito bom!

Temporada 3, Episódio 2, 00:24:09 - 00:24:55)



Figura 27 - *Homelander* em entrevista ao programa *The Cameron Coleman Hour*, da *Vought*, explicando sua relação com *Stormfront* / Fonte: *Prime Video*

Essas entrevistas servem ao objetivo de inocentá-lo dos acontecimentos relacionados à *Stormfront*, mas também colocá-lo em evidência nos meios de comunicação, apresentando narrativas que contrapõem quaisquer acusações de alinhamento com a antiga companheira, além de se justificar com seus fãs. Nesses casos, ele repete constantemente a narrativa criada para inocentá-lo, a fim de consolidar essa história.

Na sequência do evento narrativo, ocorre o grande ponto de virada da trajetória do herói, que contrasta com o tom humanizado das entrevistas anteriores. Mesmo não tendo sido planejado pela *Vought*, esse momento impulsionou a sua popularidade e mobilizou ainda mais os sentimentos em volta da sua persona célebre, tornando-o mais amado e admirado pelos seus seguidores. A mudança de conduta pública do *Homelander* acontece durante a transmissão de um show especial em comemoração ao seu aniversário. O herói se cansa da narrativa humanizada contada sobre si durante toda a série e se coloca como aquilo que para ele foi criado para ser superior aos humanos e aos outros heróis, dizendo ao público: “Vocês não são os verdadeiros heróis. Eu sou o verdadeiro herói” (Temporada 3, Episódio 2). Ele ainda diz estar cansado do desmando dos poderosos — no caso a *Vought* —, que tinham controle sobre ele e também sobre os cidadãos norte-americanos, pois estes eram enganados.



Figura 28 - Transmissão do discurso do *Homelander* em seu show de aniversário / Fonte: *Prime Video*

Esse discurso muda completamente a narrativa midiática construída em volta do herói, mas também resulta em um crescimento de sua aprovação frente aos fãs. Após esta ação, o *Homelander* ganha ainda mais poder sobre os demais, pois sua popularidade cresceu e nas palavras do próprio herói, “popularidade é poder”. A série mostra que os fãs do herói aprovaram a sua nova conduta e que sua narrativa de denúncia ao controle da *Vought* fez com que ele se livrasse das amarras da corporação, invertendo a ordem de comando e tendo-a sob seu controle.

A trajetória do *Homelander* é um demonstrativo de que as celebridades surgem e se consolidam a partir da influência da comunicação midiática, que exerce poder sobre a sociedade (TUCHERMAN, 2007 apud FRANCO, 2016, p. 298) e (MARCELLO, 2004 apud FRANCO, 2016, p. 298). Neste caso, a presença constante do herói nos meios de comunicação, sem que seus atos e histórias sejam questionados, é o que lhe permite consolidar a sua autoridade, e paralelamente, sua posição como uma celebridade, aumentar a idolatria e a adoração dos fãs à sua figura.

Em suma, a análise apresentada demonstra que o poder das celebridades é construído, em certa medida, graças ao espaço cedido a elas nos meios de comunicação, porém, além da aparição, a celebridade precisa possuir um poder carismático e representar valores que estejam presentes, pelo menos em parte, da sociedade na qual se insere. Isso é evidenciado pelo terceiro evento narrativo selecionado, especificamente no discurso que o *Homelander* dá durante o seu show de aniversário. Quando ele se declara “anti-sistema”, colocando-se como um deus que não vai ficar sob o controle das elites/dos poderosos, ele reafirma o seu poder sobre-humano, e ao obter apoio popular demonstra que a adesão à sua nova postura, está além

da aparição nas mídias. Ele possui uma adesão moral do público, trazida pelos valores que o *Homelander* representa.

Ainda vale destacar que na série *The Boys*, a mídia é fundamental para a construção da imagem do *Homelander* como um herói-celebridade. A presença constante do herói nos meios de comunicação, sem que seus atos e histórias sejam questionados, é o que lhe permite consolidar sua autoridade, e paralelamente, sua posição como uma celebridade, aumentando a idolatria e a adoração dos fãs à sua figura. Assim, a cultura midiática onde o *Homelander* vive alimenta o ego do herói, que deseja ser idolatrado.

Pensando no *Homelander*, a relação do herói com a mídia é uma via de mão dupla. Ou seja, o herói deseja ser visto e amado pelas pessoas. Para isso, ele precisa da mídia que o conecta com o público, para que ele seja visto e adorado. A mídia, por sua vez, utiliza a capacidade de promoção do herói. Vale destacar que o *Homelander* é herói-celebridade criado e controlado (até os acontecimentos da terceira temporada) por uma corporação. Suas ações, discursos e entrevistas são cuidadosamente planejados para promover a imagem do herói. Por fim, a análise se volta para o poder de influência da mídia e dos meios de comunicação a partir da construção de narrativas. A série exemplifica como a presença constante de uma personalidade nos meios de comunicação, sem questionamentos significativos, pode moldar a percepção do público e consolidar a autoridade dessa personalidade. A mídia desempenha um papel fundamental na formação da opinião pública sobre as celebridades. Somado à aparição nas mídias, para se consolidar como uma personalidade imponente frente ao social, a celebridade deve deter carisma e representar valores morais e causar identificação com o público. Na terceira temporada, quando se coloca contra os poderosos e assume uma postura mais violenta, o *Homelander* se aproxima de valores defendidos por parte da sociedade estadunidense contemporânea, tais como a soberania do país e a repulsa ao diferente, como demonstrado pelo discurso anti-imigração como antídoto para a suposta ameaça dos “super terroristas”.

c. As representações de debates reais *The Boys*

Do mesmo modo que a narrativa de *The Boys* se desenvolve em um modelo de sociedade midiaticizada, a produção e reprodução da série acontece em um momento no qual a midiaticização do “mundo fora da tela” permite o acesso do público a narrativas complexas. Conforme Jason Mittell (2006, p. 35-36), o acesso à informação por meio da internet, apesar de não estar diretamente ligado ao surgimento da complexidade narrativa, facilitou e permitiu o sucesso de muitos programas que adotaram essa abordagem. Programas com narrativas

complexas oferecem um modelo diferente para envolver os espectadores, destacando a estética e a construção da história.

Séries que seguem esse modelo e oferecem complexidade narrativa também representam debates reais da sociedade contemporânea, funcionando como um local de encontro para a cultura, debates e demandas da sociedade na qual se insere (Martín-Barbero, 2011, apud ROCHA, SILVEIRA, 2012, p. 6). O cenário das HQs e suas adaptações — como o caso de *The Boys* — também permite o debate de aspectos da realidade na qual as obras são produzidas. A série analisada neste trabalho reflete sobre questões comuns à sociedade contemporânea, trazendo para a tela temas como racismo, intolerância política, a inclusão de pautas sociais pelo mercado e a midiaticização da sociedade.

Os eventos narrativos selecionados para análise evidenciam algumas dessas questões, em especial a influência dos meios de comunicação na sociedade e a tentativa de controle narrativo a partir deles. Simone Rocha e Leticia da Silveira (2012, p. 3) alertam para o papel dos meios de comunicação na sociedade: “os meios exercem um papel importante na sociedade, movimentando as transformações sociais”. Nesse sentido, pode-se pensar na relevância dos meios de comunicação e da mídia para a construção das celebridades, no caso de *The Boys*, essa questão aparece na formação da persona do *Homelander* como um herói-celebridade. O terceiro evento narrativo selecionado — a trajetória do líder dos *Seven* ao longo da terceira temporada — é um demonstrativo dessa influência, onde a sequência de aparições do herói nos meios de comunicação, participando de entrevistas, *talk shows*, *reality shows*, discursos, e até mesmo o lançamento de um filme, fizeram com que a percepção do herói pelo público fosse sendo alterada, ampliando, inclusive, a sua popularidade entre os seus fãs.

O racismo, por exemplo, aparece na relação entre dois “supers” na terceira temporada, o *Blue Hawk* e *A-Train*, único herói negro dos *Seven*. O primeiro se define como um “super policial” que patrulha as ruas, exigindo justiça, porém, ele é um racista que frequentemente tinha como alvo criminosos negros e civis, matando ou ferindo gravemente muitos deles. No quinto episódio da temporada, por conta dos assassinatos de pessoas negras, *Blue Hawk* é levado por *A-Train*, que foi informado que o “super” matou um homem negro voltando do trabalho para casa, a um centro comunitário para pedir desculpas à comunidade negra. O homem era suspeito de assaltar uma mulher branca, e *Blue Hawk* o pisoteou com força suficiente para quebrar a calçada.

Ele lê uma declaração preparada de maneira apressada e entediada, além de afirmar não ser racista porque “não vê cores, só vê crime”. O “super” termina a leitura oferecendo

uma doação de 10 mil dólares ao centro comunitário. Insatisfeita, a multidão o confronta sobre a morte de um homem negro desarmado. A comunidade afirma que ele não tem o direito de usar essa desculpa, pois tem superpoderes, e questiona por que ele só patrulha bairros negros. *A-Train* sugere que *Blue Hawk* vá embora, mas ele insiste gritando “*All Lives Matter*” e “*Super Lives Matter*”. Quando a comunidade começa a gritar “*Black Lives Matter*”³⁴, o “super” se enfurece e ataca as pessoas que estão no centro comunitário, incluindo Nathan Franklin — irmão de *A-Train* —, que fica paraplégico.



Figura 29 - *Blue Hawk* discute com comunidade negra em centro comunitário antes de atacá-los em retaliação aos cantos de “*Black Lives Matter*” / Fonte: *Prime Video*

A intolerância política aparece centralizada na figura do *Homelander*. O ato final da biografia do herói durante a última temporada da série exemplifica a intolerância e o discurso de “nós contra eles”. Nesta cena, o *Homelander* apresenta seu filho Ryan a uma multidão de apoiadores, porém, um homem, em protesto, o chama de “fascista” e atira um objeto contra o garoto, que por ser um “super” não sofreu danos. Em retaliação, o *Homelander* mata o protestante a sangue-frio, utilizando sua visão de calor. Após um momento de silêncio, a multidão aplaude o ato de seu ídolo, surpreendendo até mesmo ao próprio *Homelander*. Esse momento traz ao espectador a sensação de que não importa a barbárie que o herói cometa, aqueles que concordam com os seus valores morais, seguirão o apoiando e que exterminar os adversários políticos é uma ação aceitável. Em entrevista ao *Deadline*³⁵, o produtor de *The*

³⁴Movimento social que surgiu nos Estados Unidos em 2020 e ganhou notoriedade após o assassinato de George Floyd, um homem negro, por um policial branco. O movimento tem o objetivo de denunciar e mostrar a agressividade com que os policiais americanos tratam vidas e corpos negros. As manifestações reivindicavam por justiça.

³⁵‘*The Boys*’ Showrunner Eric Kripke On Parricidal Season 3 Finale, Spinoffs & Crossovers, GOP Anger And The Legacy Of Exploding Organs. *Deadline*. 8 de julho de 2022. Disponível em: <[‘The Boys’: Eric Kripke On Season 4, Crossovers & Gal Gadot – Deadline](#)>. Acesso em: 28 de janeiro de 2024.

Boys, Eric Kripke confirmou que a cena final da temporada foi inspirada num ato político real, ocorrido em 2016, quando o então candidato à presidência dos Estados Unidos, Donald Trump, disse que poderia alvejar alguém na *Fifth Avenue* que não perderia votos. Na série, o Homelander assassinou um homem em praça pública e não perdeu seus apoiadores.



Figuras 30, 31, 32 - Sequência na qual o *Homelander* chega à manifestação de apoiadores, os aplausos dos fãs após assassinar um homem que protestou e a reação do personagem com a postura das pessoas / Fonte: *Prime Video*

Por fim, a inclusão de pautas sociais no mercado. Por exemplo, pautas relacionadas à visibilidade e à luta por direitos da comunidade LGBTQIAPN+ são marcos da sociedade contemporânea, mas também, são utilizadas por grandes corporações como um instrumento

de marketing para a conquista de espaços mercadológicos. Essa temática aparece em diferentes momentos da série, em especial, a partir do quarto episódio da segunda temporada, com a deturpação da sexualidade de *Maeve*, que é bissexual, mas é apresentada pela *Vought* como lésbica para obter mais mercado e apresentar uma suposta diversidade nos *Seven*. Neste caso, é de interesse da *Vought* fomentar a ideia de que o seu principal grupo de heróis é aberto à inclusão e à diversidade.



Figura 33 - Entrevista na qual o Homelander afirma que Maeve é lésbica (contra a vontade da heroína) e revela a sua relação com Elena para mostrar que existe diversidade entre os Seven / Fonte: *Prime Video*

Outra característica das séries que permitem debates da contemporaneidade, percebida em *The Boys*, é a presença de personagens complexos e verossímeis, que apresentam características encontradas em seres humanos comuns do “mundo real”. Segundo Nardi (2017, p. 21), o conceito do anti-herói é responsável pela verossimilhança de muitos personagens. O anti-herói apresenta características menos definidas, até mesmo frágeis, sendo essa característica que os tornam mais críveis que os heróis ou vilões, pois suas características os tornam mais próximos do ser humano comum, aproximando-se, assim, do público espectador e fazendo paralelos com a realidade. Os anti-heróis também são personagens que têm complexidade, possuem passados traumáticos que justificam o seu caráter dúbio.

The Boys é uma série que faz interseções com a realidade contemporânea a partir do arquétipo do anti-herói. O *Homelander* — o grande vilão da série — não tem as características de um vilão clássico ou um personagem sem profundidade. A série mostra ao espectador que o personagem apresenta traumas de infância que o transformaram no ser maléfico que é. Uma característica que guia as ações do personagem e que podem ser vistas ao longo dos eventos

narrativos selecionados é a fragilidade emocional. Por ter sido criado em um laboratório, sem afeto, o *Homelander* apresenta uma forte necessidade de se sentir querido e amado pelas pessoas. O que pode ser percebido pelas suas ações durante a cobertura midiática da queda do avião 37, na primeira temporada, em que oculta conscientemente a verdade sobre o desastre e cria uma narrativa que o inocenta. Outro exemplo, ocorre ao longo da terceira temporada da série, quando, ao ser chantageado por *Starlight* por conta de um vídeo que mostra o que realmente aconteceu no voo 37, ele mostra como prefere ser amado, mas intimida *Starlight* que pode fazer o que bem entender, pois está acima de todos. De certo modo, essas ações indicam o quanto ele precisa se sentir poderoso e ampliar o seu poder para além da sua força sobre-humana.

Starlight: Eu preciso te lembrar do vídeo do voo 37?

Homelander: Mete bronca. Divulga ele (referindo ao vídeo). Bota lenha na fogueira. Tipo, claro, eu vou perder tudo, mas depois (...) eu não vou ter nada a perder. Primeiro, eu destruo os centros nervosos (...) A Casa Branca, o Pentágono (...) depois qualquer capacidade de defesa nacional, e depois infraestrutura crítica como celulares, Internet, esse tipo de coisa (...) e depois, eu acho, que depois eu vou varrer Nova York do mapa. Só de onda. Eu posso acabar com Des Moines e aquela cidadezinha caipira da *Maeve*, também por que não? *Starlight*, eu prefiro ser amado. Prefiro, mas se vocês tirarem isso de mim, bom, ser temido também não tem o menor problema. Então, manda ver, parceira. Divulga. Não? Você não quer divulgar? Então, fique sabendo que você não tem vantagem nenhuma sobre mim, porque eu sou o *Homelander*. E eu posso fazer o que eu quiser (Temporada 3, Episódio 3, 00:25:18 - 00:27:23)

No caso da queda do voo 37, a postura do *Homelander* em criar uma narrativa que o inocente do desastre não é somente para evitar que sua conduta brutal durante o acontecimento fosse exposta, nem mesmo para cumprir o objetivo da *Vought* de inserir os heróis no exército norte-americano; essa ação se dá também pelo medo de que ao ser exposto, ele deixe de ser adorado pelos seus fãs. Esse receio fica evidente ao longo da segunda temporada, quando *Maeve* e *Starlight* o chantageiam, ameaçando publicar um vídeo gravado dentro do avião 37, que mostram que o herói se recusou a tentar salvar as vítimas. Na terceira temporada, ele muda o discurso e afirma que não será mais chantageado por elas, isso ocorre, pois o *Homelander*, percebeu que mesmo que cometa atrocidades, ainda manterá grande parte de seus apoiadores, que concordam com a sua moral.

Apesar de ser a criatura mais poderosa do universo de *The Boys*, durante a terceira temporada, as ações do *Homelander* são direcionadas para ampliar a sua popularidade e atender à sua fragilidade emocional: ser amado e ampliar o seu poder de influência sobre os outros. As suas sequenciais aparições nos meios de comunicação e algumas de suas ações, como forjar um namoro com a *Starlight* por conta da influência da heroína nas redes sociais,

demonstram que ampliar a sua aceitação e o apreço do público pela sua personalidade heroica, é um de seus objetivos. Essas características tornam o *Homelander* um personagem dotado de complexidade, com fragilidades, que apesar de serem exageradas na narrativa da série, também aparecem nos indivíduos do “mundo fora da tela”.



Figura 34 - *Homelander* força a *Starlight* a assumir um relacionamento amoroso com ele durante a transmissão do programa *American Hero* / Fonte: *Prime Video*

Em resumo, *The Boys* se insere em um contexto de sociedade midiaticizada, refletindo e dialogando com questões contemporâneas — a intolerância política, o controle dos meios de comunicação, a apropriação do mercado de pautas sociais como racismo e LGBTQIAPN+fobia. A série não apenas apresenta uma narrativa complexa, mas também se posiciona como um espaço de encontro para a cultura e debates sociais, evidenciando, por exemplo, a influência dos meios de comunicação na sociedade, destacando o papel crucial que desempenham na construção das celebridades ou mesmo as representações das fragilidades humanas nos personagens apresentados por essas tramas. Assim, *The Boys* emerge como uma produção que vai além do entretenimento, sendo um reflexo da sociedade contemporânea ao explorar, debater e representar dinâmicas presentes na sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade contemporânea é mediada pelos meios de comunicação e envolta por processos midiáticos. Essa característica permite que a mídia se infiltre nas vidas dos indivíduos e nas diversas instituições sociais — governo, empresas, família, igreja. A midiaticização da sociedade também está relacionada ao modo com que o espectador consome produtos audiovisuais e midiáticos. Do mesmo modo que o sujeito “fora da tela”, assiste a séries, filmes, programas jornalísticos, *reality shows* de diferentes formas, sendo influenciados por eles, os sujeitos “dentro da tela”, representados na série *The Boys*, também consomem as informações disseminadas pelos meios de comunicação.

A produção do *Prime Video* é uma representação crítica e reflexiva da sociedade contemporânea, profundamente imersa na cultura midiática. As ações que envolvem a *Vought International* e o *Homelander* revelam como a mídia exerce uma influência abrangente, não apenas informando, mas moldando narrativas que, por sua vez, constroem a percepção pública sobre os heróis e suas ações. A abordagem teórica de autores como Stig Hjarvard e Andreas Hepp sobre a midiaticização é percebida de maneira consistente na análise da série, evidenciando como a mídia se torna uma força estruturadora das relações sociais e culturais. A sociedade retratada em *The Boys* é fortemente influenciada pelos processos midiáticos, destacando a importância da construção de narrativas para o controle de poder, seja pela *Vought International* ou pelo próprio *Homelander*.

Os eventos narrativos selecionados para análise, como a cobertura midiática da queda do avião 37, a cerimônia fúnebre em homenagem ao *Translucent* e a biografia do *Homelander* na terceira temporada, procuram mostrar que a mídia pode ser utilizada estrategicamente para manipular a percepção pública. A série ilustra como a construção de narrativas específicas pode direcionar a opinião pública, influenciar políticas e consolidar o poder das grandes corporações, representadas pela *Vought*. Pensando na trajetória do *Homelander* ao longo das três temporadas analisadas, tem-se a representação da visibilidade midiática e a construção da figura do herói-celebridade. A série explora como a constante presença nos meios de comunicação contribui para a consolidação da autoridade e popularidade do herói, evidenciando a interconexão entre a mídia e a formação de celebridades na sociedade contemporânea.

A série mostra como a mídia permite que os “supers” que a *Vought* comanda ampliem seu poder. Para eles, os superpoderes físicos não são suficientes, eles precisam possuir um poder simbólico: político e de influência. E a visibilidade, aliada às personalidades e aos

valores que os heróis representam, permite-lhes esse poder. Nesse sentido, tem-se que parte do argumento da série é que não basta ser poderoso fisicamente, porque a sociedade pode resistir, é preciso conquistar espaços e pessoas; a *Vought* utiliza as mídias como um local para os heróis serem aceitos e admirados pelo público. Em *The Boys*, a *Vought* controla o imaginário popular sobre quem os heróis são — como fez com o Homelander, tornando-o um símbolo dos Estados Unidos —, transformando-os em celebridades, de modo que ser célebre também se configura como um super poder, que lhes concede ascendência sobre os outros.

The Boys também atua como um palco para a realização de debates de questões caras à realidade contemporânea, apresentando personagens complexos e verossímeis, como o próprio *Homelander*, que mesmo sendo uma figura com características que o afastam do mundo real, como os superpoderes, apresenta outros aspectos que refletem fragilidades humanas e tornam as narrativas mais próximas da realidade. *The Boys* se posiciona como um espaço de encontro para a cultura e debates sociais, explorando questões pertinentes como racismo, polarização política e tentativas de controle narrativo pelos meios de comunicação, em concordância com a constatação de Martín-Barbero sobre a capacidade dos gêneros televisuais de trabalhar com questões existentes do momento social em que são produzidos.

A partir dos apontamentos trazidos pela narrativa de *The Boys* se compreende como a sociedade contemporânea está envolvida por processos midiáticos. Na série, a comunicação é representada como um negócio, que se realiza por meio de corporações poderosas coordenando os bastidores. A cobertura de eventos relacionados aos “supers” representados pela série, por exemplo, se resume às declarações dos heróis e de executivos da *Vought International*, havendo, inclusive, supressão de críticas à corporação. Conforme explicitado pela série, a comunicação tem grande poder de influenciar inúmeras questões da sociedade, desde as decisões da vida cotidiana, até decisões governamentais. Por conta disso, é necessário se pensar a comunicação midiática não somente como uma ferramenta, mas também como um processo que envolve produção, circulação e consumo, capaz de direcionar aspectos da realidade, mas que não se trata de um espelho da realidade, havendo interpretações e direcionamentos.

Normas basilares da comunicação podem ser utilizadas para se evitar o direcionamento pretendido por grandes empresas como a *Vought*, como a pluralidade de fontes. Veículos de comunicação e indivíduos seriam beneficiados pela diversificação, gerando novas perspectivas sobre os fatos. A verificação, a promoção da literacia midiática e o questionamento crítico são outras estratégias para se evitar que grandes corporações controlem os meios de comunicação, como ocorre em *The Boys*.

Tanto veículos de comunicação quanto indivíduos podem se beneficiar da diversificação de fontes, elemento basilar do jornalismo, buscando perspectivas de diversas origens para obter uma visão mais completa dos acontecimentos, evitando o direcionamento pretendido pelas grandes corporações. A crítica de fundo que a série apresenta é de que o jornalismo com diversidade de fontes e de perspectivas, menos vinculada aos interesses comerciais, seria mais informativo e menos manipulado e manipulador da opinião pública.

Portanto, a adaptação das histórias em quadrinho de Garth Ennis e Darick Robertson, desenvolvida por Eric Kripke transcende o entretenimento, caracterizando-se como uma obra que não apenas cativa o público, mas como plano de fundo a narrativa de super-heróis, oferece uma análise da sociedade midiaticizada e de suas consequências para a vida cotidiana das pessoas e das instituições. *The Boys* questiona a influência da mídia, a construção de celebridades e a representação de debates sociais, a série se posiciona como um importante meio de reflexão sobre os desafios e complexidades da era contemporânea.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMBRÓSIO, M. C.; GAVIRATI, V. F.; SIQUEIRA, G. S. de. A representação do jornalista em produtos audiovisuais. **TROPOS: Comunicação, Sociedade e Cultura (ISSN: 2358-212X)**, [S. l.], v. 1, n. 3, 2015.
- ANDRADE, Diogo Gonçalves de. **O quarto poder: a mídia como forma de poder e sua regulamentação**. 2015. 67 f. Monografia (Graduação em Direito) – Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.
- ARANHA, G.; MOREIRA, M.; ARAÚJO, P. Adaptações cinematográficas e literatura de entretenimento: um olhar sobre as aventuras de super-heróis. **Intexto**, Porto Alegre, n. 20, p. 84–101, 2009.
- BALOGH, Anna Maria. Sobre o conceito de ficção na TV. In: **XXV Congresso brasileiro de ciências da comunicação**, Salvador, set. 2002.
- BALOGH, Anna Maria. Televisão: ficção seriada e intertextualidade. **Comunicação & Educação**, v. 12, n. 3, p. 43-49, 2007.
- BILL, Bruna Greicy. Catarse midiática: a tragédia no jornalismo pós-moderno. **BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2010.
- CAMPOS, Caroline. Extremismo e populismo andam juntos no segundo ano de The Boys. **Persona - Jornalismo Cultural**, 10 out. 2020. Disponível em: <<https://personaunesp.com.br/the-boys-2a-temporada-critica/>>. Acesso em: 21 maio 2023.
- CARVALHO, Victor. The Boys é mais popular que todas as séries da Marvel na Netflix, revela estudo. **Observatório do Cinema**, 15 set. 2019. Disponível em: <<https://www.google.com/amp/s/observatoriodocinema.uol.com.br/series-e-tv/the-boys-e-mais-popular-que-todas-as-series-da-marvel-na-netflix-revela-estudo%3famp=1?bshh=bshwcqp/>>. Acesso em: 08 maio 2023.
- DE AZEVEDO, Viviane Lopes; SOUSA, Mônica CP. Super-heróis e o enquadramento jornalístico: análise do jornal fictício New York Bulletin em capas dos heróis Demolidor e Justiceiro. In: **Intercom 41**, São Paulo, set. 2018.
- DE MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da comunicação**. Boitempo Editorial, 2015.
- DE SOUZA LIMA, Bárbara Ellen; PINTO, Thadeu Menezes; DE FARIA, Maurício José. Vilão ou mocinho? A concepção do anti-herói em Macunaíma e Wolverine. In: Maurício José de Faria; Patrícia Ferreira Santiago. (Org.). **Língua, Literatura e Identidade**. 1. ed. Belo Horizonte: Editora UEMG, 2020, v. 1, p. 29-54.
- DE TOLEDO QUADROS, Laura Cristina; MUSCO, Leticia de Toledo Quadros. Reflexões acerca da série The Boys: Aproximações entre o bem e o mal. Interseções entre a ficção e a realidade. **Abusões**, v. 16, n. 16, 2021.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Ficção televisual: entre séries e seriados. In: **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2015.

ESMERALDO, Sabryna. The Boys | Os personagens, história, poderes e segredos dos quadrinhos. **Aficionados**, 14 dez. 2020. Disponível em: <<https://www.aficionados.com.br/the-boys-personagens-historia-poderes-quadrinhos/>>. Acesso em: 14 maio 2023.

FRANÇA, Vera Regina Veiga; SIMÕES, Paula Guimarães. Celebidades como ponto de ancoragem na sociedade midiaticizada. **Revista Famecos**, v. 21, n. 3, p. 1062-1081, 2014.

FRANCO, Suélen Matozo; DE SOUZA LEÃO, André Luiz Maranhão. Midiaticização: da disciplina ao controle, um horizonte de reflexão. **Revista Fronteiras**, v. 18, n. 3, 2016.

GLOVER, Jon. How ‘Watchmen’ and ‘The Boys’ deconstruct american fascism. **PopMatters**, 21 out. 2020. Disponível em: <https://www.popmatters.com/watchmen-the-boys-american-fascism-2648414605.html?rebell_titem=5>. Acesso em: 23 maio 2023.

GOMES, Carolina de Oliveira; THEORGA, Fernando Didio Silva; COSTA, Rafael Rodrigues da. A invasão das HQ’s no mundo televisivo e cinematográfico – uma análise culturológica e transmidiática das produções de super-heróis da Marvel e DC. In: **Congresso Brasileiro De Ciência Da Comunicação**, São Paulo, set. 2016.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HJARVARD, Stig. Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 8, n. 1, p. 21-44, 2014.

LIMA, Lucas. ‘The Boys’ para além das telas. Conheça a HQ que originou a série. **LAB Dicas Jornalismo**, 17 set. 2020. Disponível em: <<https://labdicasjornalismo.com/noticia/4562/-the-boys--para-alem-das-telas-conheca-a-hq-qu-e-originou-a-serie/>>. Acesso em: 16 maio 2023.

LUCAS, Elisa; RAMOS, Graziela. The boys apresenta heróis nada perfeitos e lições pertinentes à publicidade. **Escola de Comunicação e Estratégias Digitais - Unoeste**, 28 abr. 2021. Disponível em: <<http://facopp.unoeste.br/facopp/the-boys-apresenta-herois-nada-perfeitos-e-licoes-pertinente-s-a-publicidade/>>. Acesso em: 21 maio 2023.

MALHEIRO, João. ‘The Boys’: Uma reflexão profunda sobre a América dos super-heróis. **Espalha Factos**, 10 ago. 2019. Disponível em: <<https://espalhafactos.com/2019/08/10/the-boys-uma-reflexao-profunda-sobre-a-america-dos-superherois/>>. Acesso em: 21 maio 2023.

MALTA, Ícaro. “Metáfora perfeita”: ‘The Boys’ usa violência e absurdo para discutir o cotidiano. **Terra**, 7 jul. 2022. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/entre-telas/metafora-perfeita-the-boys-usa-violencia-e-abs>>

[urdo-para-discutir-o-cotidiano,10160ccf866bb31e232536c449f1c750ct45v1oi.html](https://doi.org/10.1016/j.ccc.2023.101600)>. Acesso em: 15 maio 2023.

MASSAROLO, João Carlos; MESQUITA, Dario. Novas plataformas audiovisuais de vídeo sob demanda. **Cibertecs. Conceitos, interações, automações, futurasões. S. Luis: LabCom Digital**, p. 107-132, 2016.

MEIMARIDIS, Melina. A Indústria das Séries Televisivas Americanas. **Culturas Midiáticas**, v. 10, n. 1, 2017.

MEIMARIDIS, Melina; CORTEZ LUZ URBANO, Krystal. A jornada do anti-herói: uma análise da complexidade narrativa em Breaking Bad. **Revista Fronteiras**, v. 20, n. 3, 2018.

MITTELL, Jason. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 29-52, 2012.

NARDI, Edson Renato. A saga do anti-herói: uma reflexão sobre as séries de TV. **REVISTA LIVRE DE CINEMA, uma leitura digital sem medida**, v. 4, p. 18-30, 2017.

PATTEN, Dominic. ‘The Boys’ Showrunner Eric Kripke On Parricidal Season 3 Finale, Spinoffs & Crossovers, GOP Anger And The Legacy Of Exploding Organs. **Deadline**, 8 jul. 2022. Disponível em: <<https://deadline.com/2022/07/the-boys-spoilers-season-3-donald-trump-alexandria-ocasio-cortez-eric-kripke-interview-black-noir-1235060686/>>. Acesso em: 28 jan. 2024.

RAWAT, Mohan. The Boys beats Rings of Power to become Amazon’s most-watched 2022 show. **Wionews**, 28 jan. 2023. Disponível em: <<https://www.wionews.com/entertainment/hollywood/news-the-boys-beats-rings-of-power-to-become-amazons-most-watched-2022-show-556827>>. Acesso em: 08 maio 2023.

ROCHA, Simone Maria; DA SILVEIRA, Leticia Lopes. Gênero televisivo como mediação: possibilidades metodológicas para análise cultural da televisão. In: **E-Compós**. 2012.

ROCHA, Simone Maria. Os visual studies e uma proposta de análise para as (tele) visualidades. **Significação: revista de cultura audiovisual**, v. 43, n. 46, p. 179-200, 2016.

ROMANOWSKI, Bruna Milena; DA SILVA, Carlos Antônio; BASSO, Rochana. **Percepções sobre a construção social das histórias de super-heróis nos produtos midiáticos**. 2019.

SALVETI, Tiago. Análise | The Boys. **Proddigital POP**, 09 out. 2020. Disponível em: <<https://pop.proddigital.com.br/analises/analises-de-series/qual-o-segredo-do-grande-sucesso-de-the-boys>>. Acesso em: 08 maio 2023.

SCHEDEEN, Jesse. The Boys: As maiores diferenças da HQ para a série da Amazon. **IGN Brasil**, 31 out. 2020. Disponível em: <<https://br.ign.com/the-boys-26/85104/feature/the-boys-as-maiores-diferencas-da-hq-para-a-serie-da-amazon>>. Acesso em: 16 maio 2023.

SILVA, Ana Eliza Ferreira Alvim; PEREIRA, José Roberto; LOPES FILHO, Boanerges Balbino. Doação de sangue: a cobertura do jornalismo local e sua contribuição para a

formação da opinião pública. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 9, n. 4, 2015.

SILVA, Anderson Lopes da. A prática do binge-watching nas séries exibidas em streaming: sobre os novos modos de consumo da ficção seriada. **Congresso Internacional Comunicação e Consumo**, 2015.

SODRÉ, Muniz et al. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. **Sociedade Midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad**, p. 19-31, 2006.

TOP 10: Descubra o que os americanos estão observando e jogando. Nielsen, 23 abr. 2023. Disponível em: <<https://www.nielsen.com/pt/top-ten/>>. Acesso em: 09 maio 2023.

TORRES, Allan. ‘The Boys’: 3ª temporada vai mostrar como a polarização política afeta as pessoas. **CinePop**, 23 jun. 2021. Disponível em: <<https://cinepop.com.br/the-boys-3a-temporada-vai-mostrar-como-a-polarizacao-politica-afeta-as-pessoas-300754/>>. Acesso em: 15 maio 2023.

TRAQUINA, Nelson. O que é o jornalismo? In: TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, Volume I: Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. p. 19-31.

TURNER, Graeme. Understanding celebrity. **Understanding Celebrity**, p. 1-184, 2013.

VINHOLA, Bruno; BALDISSERA, Rudimar. Midiaticização e organizações: possibilidades de análise. **Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiaticização e Processos Sociais**, v. 1, n. 2, 2019.