

## MYSTERIO: O VILÃO DA COMUNICAÇÃO DE MASSA NO FILME HOMEM ARANHA LONGE DE CASA

JESSICA CRISTINA ALVES<sup>1</sup>; MARISLEI RIBEIRO<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – jessicaalves9715@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como propósito a realização de uma análise acerca da produção audiovisual pertencente ao Universo MarvelComics Homem Aranha – Longe de Casa, dirigido por Jon Watts e lançado em quatro de julho de 2019, com base nas teorias da Comunicação de Massa e princípios da Análise Fílmica, centrando seu tema no surgimento de um novo vilão, *Mysterio*, o qual utiliza os meios de comunicação de massa para produzir e veicular informação, lazer e cultura para uma grande quantidade de consumidores, que pode refletir na sociedade e influenciar nas suas decisões.

Segundo MICHEL MARIE (1993) há uma complexidade no aprendizado da leitura de filmes, visto que é um fenômeno que abrange muitos elementos e pode ser observado sob diferentes aspectos. Desde os primórdios, o cinema tinha a função da descoberta do planeta e das diferentes realidades existentes, por isso a criatividade e o talento utilizados na criação destas obras não estão alheios à atividade analítica.

Na arte da manipulação dos objetos de análise, associação de seus elementos, contemplação, no exame, na comparação com diferentes interpretações e na compreensão do que a obra suscita em nós (JOLY, 2003, p.42) se descobre o planeta transfigurado em um mundo de imaginários e sensações.

A realidade comunicacional atual do planeta se volta quase completamente à comunicação massiva, frente ao grande apogeu da televisão e, mais recente, da internet. Segundo SAMUEL PFROMM NETTO (1972), a comunicação de massa se refere ao poder e influência da mídia sobre seu público. A mídia, em um modelo linear, é a comunicação, ocorrendo quando o poder da informação está nas mãos dos grandes veículos e a mensagem é passada para a sociedade como estes bem entendem e a população, por sua vez, aceita como verdade pois não conhece algo que se mostra o contrário. Assim, as individualidades são ignoradas e cada sujeito é tratado como mais um, reflexo de uma massa controlada pelas grandes empresas.

Durante muito tempo a televisão foi um dos canais de controle das massas mais fortes já existentes, porém com o avanço da era digital a internet também ocupa este papel por ser um meio de comunicação o qual grande parte das pessoas possui acesso. Com reflexo nesse aspecto da realidade, nada mais perspicaz que o universo cinematográfico dos super heróis desse vida a um vilão que usa este poderoso meio como sua arma principal, se tornando com esta característica o personagem antagonista mais próximo de um sujeito real do que todos os outros já existentes.

## 2. METODOLOGIA

O presente trabalho consiste em uma análise filmica de uma obra cinematográfica do mercado de heróis de 2019.

Para VANNOYE e GOLIOT (1994), analisar um material imagético é uma tarefa que tenta estabelecer conexões entre o que se exprime com como isso é expressido, sempre existindo um sentido por trás do sentido, por isso cabe ao analista “fazer os sentidos se agitarem, correndo o risco de neles se perder” (1994, p.67).

JACQUES AUMONT (1993) conta que não existe um método que permita a todos milagrosamente analisar qualquer tipo de filme, é sugerido a que cada pesquisador contribua com seu próprio modelo de análise, de acordo com as especificidades do objeto a que se refere.

Com isso, a análise aqui apresentada decompõe o filme Homem Aranha Longe de Casa em partes que evidenciam o comportamento social frente aos meios de comunicação massiva e relacionam o vilão *Mysteriocom* as grandes empresas comunicacionais, apresentando o modo como este, durante todo o longa, manipula a população com bens simbólicos que se dirigem ao imaginário do receptor, conseguindo que ao final sua imagem passasse a reproduzir ideologias e conceitos, controlando a consciência de massa e fazendo com que o personagem se transformasse de um grande vilão para uma vítima enganada pelo herói.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O filme Homem Aranha Longe de Casa se passa logo após a morte de Tony Stark, o Homem de Ferro. Durante toda a sequência do Universo Marvel Comics em que o Homem Aranha aparece, os dois personagem apresentam uma forte ligação, devido a isto, após a morte do herói, Peter Parker (o Homem Aranha) se vê em luto ao mesmo tempo em que recebe excessiva pressão da mídia por ser o suposto sucessor do Homem de Ferro. Ao mesmo tempo que todos os olhares estão sobre Peter, surge em cena um Ser Elemental vindo de uma realidade paralela à Terra, que só consegue ser combatido por um novo herói, também vindo da realidade paralela, Quentin Beck, o *Mysterio*.

A tecnologia é evidenciada diversas vezes durante a trama com os personagens jogando em seus computadores, utilizando redes sociais e se informando sobre as notícias pela televisão e/ou pela internet. Este último modo merece destaque na análise da obra, uma vez que todas as notícias veiculadas às lutas de Mysterio contra o monstro são exibidas aos personagens principais imediatamente por canais televisivos e por sites informativos em seus celulares, ambos meios de comunicação em massa.

Em um ponto da história, Peter recebe um presente deixado por Tony, um óculos que possui um sistema de inteligência artificial que controla parte dos armamentos Stark, porém o jovem é visto por todos e por si mesmo como não sendo responsável e maduro o suficiente para lidar a responsabilidade conjunta ao equipamento. Vendo uma oportunidade na fragilidade do garoto, Quentin, que, juntamente com ex funcionários das indústrias Stark construíram um plano para controlar a mente da população, tenta se aproveitar da situação, oferecendo amizade e apoio a Peter para ganhar sua confiança. O plano de Quentin obtém sucesso assim que Parker decide o passar a ele a posse do óculos por ver nele um herói mais capacitado. Pouco tempo depois, Peter descobre as armações do

vilão, desenvolvendo o clímax do longa quando tenta o derrotar em uma difícil missão entre o real e a realidade modificada.

Ao final do filme há a derrota de Mysterio, porém a trama se abre novamente com as cenas pós créditos, as quais mostram uma Breaking News televisiva noticiando um vídeo amador, onde Quentin alega que o Homem Aranha o atacou com tecnologia Stark e mostra um vídeo com cenas manipuladas onde o herói admite o feito, manchando sua imagem e assim o tornando um vilão. Mysterio finaliza sua fala revelando a identidade do Homem Aranha e abrindo continuidade para um próximo filme.

A comunicação em massa existe desde os primórdios da sociedade, se estabelecendo desde o momento em que o homem generalizou seu público para assim se comunicar com maior parte dele. Durante as constantes descobertas científicas e tecnológicas, este tipo de comunicação tomou proporções diferenciadas, se fazendo presente nos veículos impressos, na música, no rádio, na televisão, no cinema e, posteriormente, na internet, esta que se estabelece atualmente como um dos principais veículos de propagação massiva.

Segundo SILVA (2012) a mídia, com todas ferramentas que detém, possui o poder de fazer crer e ver, gerando na sociedade mudanças de atitudes e comportamentos, substituindo valores, modificando e influenciando grupos e contextos sociais, estabelecendo arquétipos do imaginário e criando novos sentidos simbólicos como padrões de valores e verdades.

Deste modo, no meio de comunicação massiva, cabe à mídia designar a verdade e guiar o pensamento social, mesmo que este venha a se tendenciar para algum tipo de interesse particular dos que detém este poder.

Voltando a citar a fala de Peter no filme, “O jornal nunca mente”, podemos perceber como o enredo do longa expressa o pensamento massivo de uma sociedade controlada pelos grandes veículos de comunicação e prepara o público espectador para as controvérsias desta fala que acontecerão em seguida.

Mysterio, o vilão da trama, utiliza do poder de persuasão e controle da verdade da mídia para controlar os heróis e a população mundial, criando uma falsa realidade onde ele se torna o centro das atenções, ganhando admiração e confiança daqueles que acompanham seus feitos. “É fácil enganar as pessoas quando elas mesmas já se enganam” (MYSTERIO).

Apresentando um vilão como este, o filme expressa uma crítica à sociedade sem pensamento crítico, que compra a verdade pronta dos canais de comunicação e não expõe de fato um interesse pela veracidade dos fatos. Ao mesmo tempo que a crítica é direcionada à sociedade, ela também atinge os meios de comunicação, que se utilizam desta característica social, assim como Mysterio, para controlar os indivíduos a seu bem entender.

“As pessoas precisam acreditar, e hoje em dia elas acreditam em qualquer coisa” (MYSTERIO).

Com isso, percebe-se que, em sumo, o verdadeiro vilão não somente da ficção, mas também da sociedade moderna é a mídia corrupta e abusiva, que abandona seu compromisso com a verdade em troca de valores monetários. “Eu controlo a verdade, Mysterio é a verdade” (MYSTERIO).

Utilizando da comunicação massiva e controle da sociedade, o desenrolar da trama se torna um espetáculo para aqueles personagens que não conhecem a verdade por trás de Mysterio. Bombardeados por acontecimentos fantásticos, criaturas curiosas e desconhecidas e um herói imbatível, cada personagem que representa a vida social no filme se vê rodeado de falsas verdades, partes aglutinadas de uma realidade líquida, propiciando assim o fenômeno da espetacularização dos fatos.

Segundo DEBORD (1997), o espetáculo é, socialmente falando, a afirmação da aparência e de toda a vida humana resumidamente como aparência. Porém a crítica que atinge o verdadeiro espetáculo o revela como uma “negação visível da vida”, uma “negação da vida que se tornou visível”. Uma das falas do vilão do filme analisado é “Quanto mais morte, mais cobertura”, isto explicita bem o que Debord quis dizer com a negação da vida e a simples aparência, um fato que deveria ser tratado como algo trágico se torna um objeto de consumo, uma mercadoria à venda para aquisição do público.

Ao final, quando a manipulação da verdade a favor da mercantilização da informação se dá por meio de uma vertente da DeepFakeNews, modificação do real e criação de uma notícia falsa profunda por meio de vídeos, a sociedade representada não possui mais a certeza do que é verdadeiro ou falso, se encontrando em um paralelo invertido dos fatos. “No mundo realmente invertido, o verdadeiro é um momento do falso” (DEBORD, 1997).

#### 4. CONCLUSÕES

A partir da análise que este trabalho propõe, podemos concluir que a obra cinematográfica Homem Aranha Longe de Casa possui, além de seu caráter de entretenimento, o objetivo de apresentar uma crítica à comunicação de massa e ao pensamento corrompido da população, mostrando como, na realidade ficcional da trama, isso facilmente se decorreu a partir da manipulação das verdades por intermédio da tecnologia no meio digital informacional.

Ainda que esta análise tenha se dado em uma obra de ficção, as conclusões obtidas se adequam a diversos momentos da realidade, quando as grandes empresas de comunicação manipularam e ainda vêm manipulando o pensamento social a favor de um propósito econômico.

Deste modo, o fruto de um dos principais meios de comunicação de massa, o cinema, se apresenta implicitamente com o objetivo de levar a população ao pensamento crítico a respeito deste tema, usufruindo de sua grande repercussão a favor de um despertar acerca da manipulação que ocorre diariamente dentro da esfera social.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUMONT, J.; MARIE, M. **Análisis del film**. Barcelona: Ediciones Paidós, 2. Ed, 1993.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GOLIOT-LÉTÉ, A.; VANOYE, F. **Ensaio sobre a análise filmica**. Campinas: Papirus, p. 152, 1994.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus, 2003.

PFROMM NETTO, S. **Comunicação de Massa**. São Paulo: Pioneira; Editora da Universidade de São Paulo, p. 32, 1972.

SILVA, E.F.G. **O impacto e a influência da mídia sobre a produção da subjetividade**, 2012. Acessado em nove de set. 2019. Disponível em: [http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais\\_XVENABRAPSO/447.%20%20impacto%20e%20a%20influ%C3%A7a%C3%A3o%20da%20m%C3%A9dia.pdf](http://abrapso.org.br/siteprincipal/images/Anais_XVENABRAPSO/447.%20%20impacto%20e%20a%20influ%C3%A7a%C3%A3o%20da%20m%C3%A9dia.pdf)