

DO LABORATÓRIO PARA O FEED: NOSTALGIA, FAMÍLIA NUCLEAR E MIDIATIZAÇÃO NA DIVULGAÇÃO DE QUARTETO FANTÁSTICO: PRIMEIROS PASSOS NO INSTAGRAM

FROM THE LABORATORY TO THE FEED: NOSTALGIA, NUCLEAR FAMILY, AND MEDIATIZATION IN THE PROMOTION OF FANTASTIC FOUR: FIRST STEPS ON INSTAGRAM

Débora Bruna Félix Gomes ¹

Resumo

O artigo analisa as estratégias de divulgação do filme *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos no Instagram*. A pesquisa parte da compreensão de que a campanha aciona referências associadas ao imaginário estadunidense do pós-guerra e ao modelo de família nuclear tradicional, articulando afeto, consumo e memória cultural. Metodologicamente, o estudo adota a Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011), a partir da observação de postagens publicadas no perfil oficial do filme no Instagram. A análise evidencia o uso estratégico de visualidades retrô, referências ao *american way of life* e narrativas afetivas voltadas à humanização dos personagens. Além disso, observa-se que a campanha mobiliza processos de midiática e convergência midiática para ampliar a circulação simbólica da franquia. Conclui-se que a divulgação do filme ultrapassa a dimensão promocional e atua na produção de vínculos afetivos e identificações culturais mediadas por lógicas contemporâneas de visibilidade digital.

Palavras-chave

Midiatização; Nostalgia; Cultura digital; Família Nuclear; *Marvel*.

Abstract

The article analyzes the promotional strategies employed on *Instagram* for the film *The Fantastic Four: First Steps*. The research is based on the understanding that the campaign activates references associated with the postwar American imaginary and the traditional nuclear family model, articulating affect, consumption, and cultural memory. Methodologically, the study adopts Bardin's (2011) Content Analysis approach through the observation of posts published on the film's official Instagram profile. The analysis highlights the strategic use of retro visualities, references to the *American way of life*, and affective narratives aimed at humanizing the characters. Furthermore, the campaign mobilizes processes of mediaticization and media convergence to expand the symbolic circulation of the franchise. The study concludes that the film's promotional campaign goes beyond a merely advertising function, operating in the production of affective bonds and cultural identifications mediated by contemporary logics of digital visibility.

Keywords

Mediatization; Nostalgia; Digital culture; Nuclear family; *Marvel*.

¹ Mestra em Ciências Sociais e Humanas pela Universidade do Estado do Rio Grande (UERN), Email: brunahgomes20@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0001-2197-1194>, Lattes: https://www.cnpq.br/cvlattesweb/PKG_MENU.menu?f_cod=79A23B4EC19D0C92CBB9205BC8C8A7E4#.

Introdução

"O Quarteto Fantástico nunca foi pensado para ser apenas mais um grupo de super-heróis. Ele foi concebido como uma família, com todos os problemas, conflitos e afetos que caracterizam as relações familiares." (Lee; Mair, 2002).

Criado em 1961, o Quarteto Fantástico introduziu um importante viés de humanização no universo dos super-heróis. Formado por Reed Richards (Sr. Fantástico), Sue Storm (Mulher Invisível), Johnny Storm (Tocha Humana) e Ben Grimm (O Coisa), o grupo foi concebido a partir de uma lógica narrativa que se afasta da idealização de figuras heroicas distantes do cotidiano. Segundo Stan Lee, o criador do referido grupo, a proposta era apresentar personagens atravessados por conflitos comuns a uma família e relações interpessoais complexas, em vez de "endeusar" indivíduos dotados de superpoderes.

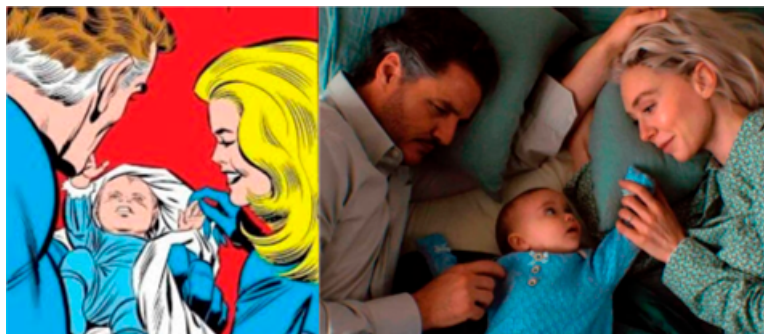
Nesse sentido, o Quarteto Fantástico foi criado sob o emblema de "a primeira família da *Marvel*", o que conferiu maior complexidade às suas narrativas. Além de atuarem juntos, como super-heróis, seus integrantes compartilham laços afetivos e familiares, o que faz com que os conflitos enfrentados pelo grupo vão além de batalhas externas, perpassando, também, no âmbito das relações internas. Essa abordagem contribuiu para aproximar os personagens de experiências afetivas e relacionais mais cotidianas, favorecendo processos de identificação junto a determinados públicos. Entretanto, é importante considerar que a noção de família mobilizada historicamente pelo Quarteto Fantástico está associada, em grande medida, ao modelo nuclear estadunidense do pós-guerra, marcado por valores heteronormativos, patriarcais e de classe média. Assim, a ideia de "família" acionada pela franquia não deve ser compreendida como universal, mas como uma construção cultural e histórica atravessada por disputas de representação, de gênero, de raça e de pertencimento.

Essas características narrativas e simbólicas também atravessam as diferentes adaptações audiovisuais da equipe ao longo das décadas. Na contemporaneidade, as adaptações cinematográficas de histórias em quadrinhos (HQs) consolidaram-se como um importante campo de produção cultural e de investigação acadêmica, articulando debates sobre convergência midiática, franquias transnacionais e circulação transmídia de narrativas (Jenkins, 2009; Burke, 2015).

Para Aumont e Marie (2007), a adaptação consiste na transposição de personagens, temporalidades e estruturas narrativas entre diferentes linguagens, enquanto Field (2001) compreende esse processo como uma adequação entre formas e meios distintos. Nesse contexto, adaptações cinematográficas de super-heróis não operam necessariamente sob a lógica da fidelidade absoluta, mas da reconfiguração narrativa e estética dos personagens em novos ambientes midiáticos (Burke, 2015). No caso do Universo Cinematográfico *Marvel* (MCU), os filmes ultrapassam a lógica de adaptações isoladas e passam a operar como ecossistemas narrativos integrados, nos quais personagens, plataformas e estratégias de comunicação são constantemente reconfigurados para manutenção do engajamento do público.

Nas produções da *Marvel Studios*, observa-se uma lógica de expansão transmidiática na qual personagens e universos ficcionais passam a operar simultaneamente como narrativas audiovisuais, marcas culturais e dispositivos de engajamento digital. Diferentemente de adaptações anteriores da equipe, *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos*² busca recuperar elementos visuais e narrativos mais próximos das representações clássicas dos personagens nas histórias em quadrinhos, retomando características estéticas associadas às primeiras versões da equipe criadas por Stan Lee e Jack Kirby nos anos 1960. Tal movimento pode ser observado na composição visual dos personagens, nos figurinos, na ambientação retrô-futurista e até mesmo na caracterização física do elenco, aproximando-se do imaginário tradicionalmente associado ao grupo nas HQs, conforme ilustrado na figura 1.

Figura 1 – Representação do Quarteto Fantástico nas HQs e na adaptação cinematográfica *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos*



Fonte: Elaborado pela autora, 2026.

Entretanto, não é sobre as primeiras adaptações cinematográficas que este artigo se debruça. O objeto de análise desta pesquisa recai sobre o filme *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos*, escolhido por se tratar da primeira produção da franquia desenvolvida pela *Marvel Studios*, marco significativo no processo de reconfiguração narrativa e estética do grupo.

A divulgação do filme mencionado retoma de forma explícita o conceito de família nuclear que marcou a criação do Quarteto Fantástico, acionando-o como elemento central de sua estratégia comunicacional. Tal abordagem manifesta-se tanto nos cartazes promocionais quanto, de modo mais expressivo, nas postagens publicadas no *Instagram*³ (plataforma assumida como principal ferramenta de divulgação do filme e, consequentemente, como eixo empírico desta pesquisa). Ao mobilizar a ideia de família nuclear em articulação com uma estética visual específica, a campanha atualiza simbolicamente a memória do *Quarteto Fantástico*, estabelecendo um diálogo entre passado e presente que será analisado ao longo deste trabalho.

A estética adotada na divulgação de *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos* recupera visualidades associadas ao imaginário do *american way of life* das décadas de 1950 e 1960, acionando referências ao consumo doméstico, à família nuclear suburbana

2 *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos* (The Fantastic Four: First Steps). Direção: Matt Shakman. Produção: Marvel Studios. Estados Unidos, 2025. Duração aproximada: 130 min. Classificação indicativa no Brasil: 12 anos. Elenco principal: Pedro Pascal, Vanessa Kirby, Joseph Quinn e Ebon Moss-Bachrach. Disponível em: Disney+ Brasil. Acesso em: 25 maio 2026.

3 Link perfil do Quarteto Fantástico no Instagram: <https://www.instagram.com/fantasticfour/?hl=pt-br>. Acesso em: 25 de maio de 2026.

e à idealização da vida cotidiana estadunidense no contexto pós-guerra. Tal mobilização nostálgica não se restringe à recuperação estética do passado, mas reativa valores culturais específicos relacionados à domesticidade, aos papéis tradicionais de gênero e à lógica de consumo característica daquele período histórico.

Diante desse contexto, este artigo parte do seguinte problema de pesquisa: de que modo a nostalgia e a ideia de família são mobilizadas, por meio de estratégias de midiatização, na divulgação do filme *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos* no Instagram? Com base nessa questão, o objetivo geral da pesquisa consiste em analisar como a nostalgia e a noção de família são acionadas na divulgação do referido filme na plataforma Instagram, a partir de estratégias discursivas e estéticas. Como objetivos específicos, busca-se: (i) identificar elementos visuais e textuais que evocam a ideia de família e afeto nas postagens analisadas; (ii) examinar o uso de uma estética nostálgica e retrô na construção da identidade visual da campanha; (iii) compreender como a nostalgia é mobilizada enquanto estratégia discursiva na divulgação do filme; e (iv) discutir o papel do Instagram como ambiente de midiatização na circulação desses sentidos.

Entre o passado e o agora: nostalgia, mídia e afetos

A era digital tem transformado a maneira como a comunicação é organizada, consumida e disseminada. Tais mudanças podem ser estudadas mediante o conceito da Cultura da Convergência. Jenkins (2009) entende que a cultura da convergência é a palavra que define transformações tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam na sociedade. Nesta mesma perspectiva, Santaella (2004) aborda que a convergência dos meios alterou a forma de produzir, veicular e consumir informações, uma vez que, segundo Jenkins (2009), os velhos meios de comunicação são passivos e os novos são interativos.

A presença da mídia na sociedade contemporânea sai de uma posição de mediação para assumir um papel “na cultura e na sociedade, em que os meios de comunicação adquirem maior autoridade para definir os padrões de interações” (Hjarvad, 2014, p. 15), que é possível considerá-la como uma instituição com linguagem que se propaga principalmente no meio digital, articulando interações, discursos e contextos. Hjarvard (2014, p. 16) alega que “a mediação tem seu foco demasiadamente limitado ao processo de comunicação”, enquanto a midiatização “denota uma transformação estrutural de longo prazo e larga escala das relações entre os meios de comunicação, a cultura e a sociedade”.

A nostalgia tem sido compreendida, nas últimas décadas, como uma categoria central para a análise da cultura contemporânea, especialmente no que diz respeito às mediações simbólicas do passado. Boym (2001) define a nostalgia como “um anseio por um lar que já não existe — ou que talvez nunca tenha existido”, caracterizando-a como uma emoção historicamente situada, acionada em contextos de transformação social, cultural e tecnológica. Longe de se restringir a um sentimento individual, a nostalgia opera como uma construção coletiva, atravessada por memórias compartilhadas e por narrativas midiáticas.

Boym (2001) propõe ainda a distinção entre nostalgia restauradora e nostalgia reflexiva: enquanto a primeira busca reconstruir o passado de forma idealizada e totalizante, a nostalgia reflexiva assume a fragmentação e a impossibilidade de retorno, operando a partir da ambiguidade, da ironia e da reinterpretação. No contexto da cultura midiática contemporânea, essa segunda forma revela-se particularmente relevante, uma vez que o passado é constantemente reencenado, atualizado e ressignificado em diálogo com o presente.

A relação entre nostalgia e memória é profundamente mediada pelas mídias, que atuam como dispositivos de preservação, reativação e circulação de lembranças coletivas. Para Pickering e Keightley (2006), a nostalgia não deve ser compreendida apenas como um desejo regressivo, mas como uma prática cultural capaz de produzir sentidos críticos e criativos sobre o passado. Nesse sentido, a nostalgia pode funcionar como uma forma de mediação temporal, articulando experiências pretéritas a demandas contemporâneas.

No âmbito da cultura midiática, a memória deixa de ser apenas um arquivo estático e passa a operar como um repertório constantemente mobilizado por produtos culturais, campanhas publicitárias e estratégias de comunicação. Séries, filmes e franquias de longa duração recorrem a referências do passado como forma de gerar reconhecimento, identificação e engajamento afetivo, uma vez que a nostalgia funciona como um recurso motivacional que fortalece vínculos simbólicos entre indivíduos e objetos culturais (Sedikides; Wildschut, 2020). Assim, a nostalgia atua como um recurso simbólico que conecta públicos a universos ficcionais já conhecidos, ativando memórias culturais compartilhadas.

A materialização da nostalgia nas mídias ocorre, frequentemente, por meio de escolhas estéticas que remetem a estilos, linguagens e visualidades do passado. A chamada estética retrô ou vintage, conforme aponta Guffey (2006), não se limita à simples reprodução de formas antigas, mas envolve uma reapropriação estilizada que combina passado e presente. Trata-se de uma estética que opera na tensão entre memória e atualização, conferindo novos sentidos a referências temporais anteriores.

No contexto da indústria cultural, a estética nostálgica assume também uma dimensão estratégica, associada à produção de valor simbólico e afetivo. Ao acionar visualidades reconhecíveis, a mídia cria pontes emocionais com o público, favorecendo processos de identificação e pertencimento, pois a nostalgia nas mídias opera como um dispositivo que “articula passado e presente para produzir sentido cultural e engajamento emocional no contemporâneo” (Niemeyer, 2020, tradução da autora). Tal dinâmica é especialmente visível em franquias consolidadas, nas quais a memória acumulada ao longo do tempo se converte em capital cultural, constantemente reativado por meio de novas narrativas e suportes midiáticos.

A nostalgia mobilizada contemporaneamente pela indústria cultural não se limita à recuperação estética do passado, mas envolve também a circulação de valores sociais e modelos de organização da vida cotidiana. No caso das representações familiares associadas ao imaginário estadunidense do pós-guerra, observa-se a recorrência

de um ideal de família nuclear branca, heterossexual e patriarcal, amplamente difundido pela publicidade, pelo cinema e pela televisão das décadas de 1950 e 1960.

Esse modelo articulava-se ao chamado *american way of life*, projeto cultural e econômico que associava felicidade, estabilidade e progresso ao consumo doméstico, à suburbanização e à divisão tradicional dos papéis de gênero. A figura da dona de casa idealizada, frequentemente representada como esposa dedicada e responsável pela organização do lar, ocupava posição central nesse imaginário.

Nesse contexto, a nostalgia pode operar não apenas como mecanismo afetivo de reconexão com o passado, mas também como reativação seletiva de valores culturais específicos. Assim, ao mobilizar referências visuais associadas à domesticidade, ao consumo familiar e à estética suburbana do pós-guerra, a campanha de *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos* aciona um repertório simbólico historicamente associado à família nuclear tradicional.

Essas aproximações teóricas permitem compreender a nostalgia não apenas como sentimento individual, mas como um fenômeno mediado, estético e discursivo, fundamental para a análise das estratégias de divulgação do filme *Quarteto Fantástico* no *Instagram*. Ao articular memória, afetos e visualidades do passado, a campanha insere-se em um contexto mais amplo de reconfiguração nostálgica da cultura midiática contemporânea.

O Quarteto Fantástico e a midiatização na divulgação

Desde sua criação, o *Quarteto Fantástico* ocupa um lugar singular no universo narrativo da *Marvel* ao ser constituído não apenas como um grupo de super-heróis, mas como uma família. Essa dimensão familiar, destacada por Stan Lee ao afirmar que o grupo foi concebido a partir de conflitos, afetos e relações cotidianas, tornou-se um dos principais elementos distintivos da franquia. A noção de “primeira família da *Marvel*” não opera apenas como um rótulo promocional, mas como um eixo simbólico que estrutura as narrativas do grupo, atravessando diferentes mídias e temporalidades.

Ao longo de suas reconfigurações, essa identidade familiar foi constantemente atualizada, funcionando como um elemento de continuidade em meio às transformações estéticas e narrativas da franquia. Tal característica busca favorecer processos de identificação por parte do público, uma vez que os conflitos enfrentados pelos personagens extrapolam o âmbito das batalhas heroicas e se inserem no campo das relações interpessoais, do pertencimento e do afeto. Essa construção simbólica torna-se particularmente relevante quando observada no contexto contemporâneo, em que franquias de longa duração mobilizam memórias culturais como estratégia de permanência e renovação.

A divulgação do filme *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos* insere-se em um contexto marcado pela centralidade das redes sociais digitais nas estratégias comunicacionais da indústria cultural. Nesse cenário, o *Instagram* não é utilizado apenas como um meio de divulgação complementar, mas como um ambiente comunicacional no qual os sentidos são produzidos, negociados e circulam de forma contínua. Tal pers-

pectiva aproxima-se da compreensão de mediatização proposta por Hjarvard (2012), segundo a qual a mídia passa a estruturar práticas sociais e culturais, influenciando modos de produção, circulação e recepção dos conteúdos.

Ao adotar o *Instagram* como principal plataforma de divulgação, a *Marvel* demonstra compreender as especificidades da comunicação em rede, adaptando formatos, linguagens e narrativas às dinâmicas próprias da plataforma. A campanha não se limita à simples reprodução de materiais promocionais tradicionais, mas explora recursos visuais, legendas e temporalidades de publicação que favorecem a construção de uma narrativa afetiva e simbólica em torno do filme. Dessa forma, o *Instagram* atua como espaço privilegiado para a mobilização de afetos, memórias e expectativas do público.

Um dos aspectos centrais da divulgação do filme *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos* é a construção de uma identidade visual marcada por referências nostálgicas e por uma estética retrô. Tal escolha dialoga diretamente com a trajetória histórica da franquia e com a memória cultural associada ao grupo, especialmente no que diz respeito à sua origem nos quadrinhos da década de 1960. A utilização de elementos visuais que remetem a temporalidades passadas — como tipografias, paletas de cores e composições específicas — opera como um recurso simbólico capaz de evocar reconhecimento e familiaridade.

Essa estética não se configura como uma simples reprodução do passado, mas como uma reinterpretação que articula memória e atualização, característica daquilo que Boym (2001) denomina nostalgia reflexiva. Ao acionar visualidades nostálgicas em um ambiente digital contemporâneo, a campanha promove um diálogo entre passado e presente, reforçando a ideia de continuidade da franquia e atualizando seus sentidos para novos públicos. Assim, a identidade visual nostálgica funciona como um elo entre a memória do *Quarteto Fantástico* e sua reintrodução no imaginário midiático atual.

Esse contexto — que articula a centralidade da ideia de família, a escolha do *Instagram* como ambiente de divulgação e a adoção de uma estética visual nostálgica — prepara o terreno para a análise empírica das postagens selecionadas, discutidas a seguir a partir das categorias analíticas estabelecidas.

Metodologia

A presente pesquisa adota a Análise de Conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011), por tratar-se de um método que possibilita a descrição sistemática e a interpretação dos sentidos presentes em mensagens midiáticas, considerando tanto seus conteúdos manifestos quanto latentes. Segundo a autora, a Análise de Conteúdo consiste em “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção dessas mensagens” (Bardin, 2011, p. 47).

A operacionalização do método ocorreu em três etapas principais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados e interpretação, conforme sistema-

tização clássica da autora. Na fase de pré-análise, realizou-se a definição do corpus e a leitura flutuante das postagens publicadas no perfil oficial do filme *Quarteto Fantástico* no *Instagram*, no período inicial de divulgação da obra. Essa etapa permitiu um primeiro contato com o material empírico e a identificação de recorrências temáticas relacionadas à família, à nostalgia e à estética visual adotada na campanha.

O corpus foi delimitado a partir da seleção de quatro postagens, consideradas representativas da estratégia de divulgação do filme, contemplando diferentes formatos e momentos da campanha. Essa delimitação atende ao que Bardin (2011) define como critério de pertinência, segundo o qual os documentos analisados devem ser adequados aos objetivos da pesquisa e permitir a exploração aprofundada dos sentidos produzidos.

No que se refere às unidades de registro, foram considerados elementos visuais e textuais presentes nas postagens, tais como imagens, legendas, expressões verbais recorrentes (a exemplo do uso do termo "família"), composição dos personagens, estética visual e articulação entre texto e imagem. Esses elementos constituem os fragmentos significativos do conteúdo a partir dos quais se realizou a codificação. Além dos elementos imagéticos, foram analisadas legendas, chamadas promocionais e expressões verbais recorrentes presentes nas publicações, considerando sua função na construção discursiva dos sentidos de pertencimento, afeto e familiaridade mobilizados pela campanha.

A partir desse procedimento, foram estabelecidas as categorias de análise, definidas de maneira mista, combinando referências teóricas prévias e recorrências empíricas observadas no corpus. As categorias elencadas foram: família e afeto, estética nostálgica, nostalgia e midiaticização da divulgação no *Instagram*. Para Bardin, as categorias devem funcionar como "rubricas ou classes que reúnem um grupo de elementos sob um título genérico, em razão de características comuns" (Bardin, 2011, p. 117), permitindo organizar e interpretar o material analisado.

Para fins analíticos, diferenciou-se "estética nostálgica" de "nostalgia". A primeira refere-se aos elementos visuais e formais que remetem a temporalidades passadas, como paletas cromáticas, tipografias, figurinos e composições inspiradas nas décadas de 1950 e 1960. Já a nostalgia é compreendida como efeito simbólico e afetivo produzido pela articulação desses elementos com memórias culturais e imaginários sociais compartilhados.

Cada categoria foi mobilizada de modo a atender aos objetivos específicos da pesquisa. A identificação de elementos visuais e textuais que evocam a ideia de família e afeto ocorreu por meio da análise das representações afetivas entre os personagens e do uso de expressões que remetem ao pertencimento e à união familiar. Esse procedimento dialoga com a compreensão de que os afetos operam como elementos centrais na cultura midiática contemporânea, sendo mobilizados estrategicamente para engajamento e identificação do público.

O exame da estética nostálgica e retrô na construção da identidade visual da campanha baseou-se na observação de cores, tipografias, enquadramentos e referên-

cias visuais associadas a temporalidades passadas. Tal abordagem fundamenta-se na noção de nostalgia enquanto “uma emoção histórica, uma resposta afetiva a um passado percebido como mais estável ou significativo” (Boym, 2001, p. 16). No caso analisado, a nostalgia não se apresenta como um simples desejo de retorno ao passado, mas como uma reconstrução simbólica que dialoga com o presente, aproximando-se do que Boym (2001) denomina de nostalgia reflexiva.

A compreensão da nostalgia enquanto estratégia discursiva foi alcançada por meio da interpretação dos sentidos explícitos e latentes das postagens, considerando a articulação entre imagem, texto e contexto de circulação. A nostalgia pode operar como um recurso de reinterpretação cultural que reorganiza memórias midiáticas para produzir novos sentidos no presente, especialmente em universos ficcionais serializados que dependem da ativação contínua de seu passado (Hills, 2020). Esse aspecto foi observado na campanha analisada ao atualizar visualmente a ideia de “primeira família” da *Marvel*.

Por fim, a discussão sobre o papel do Instagram como ambiente de midiatização da divulgação considerou não apenas a plataforma como meio de veiculação, mas como um ambiente comunicacional que condiciona formatos, linguagens e estratégias narrativas. Nesse sentido, dialoga-se com Hjarvard (2012), para quem a midiatização diz respeito aos processos pelos quais a mídia passa a estruturar práticas sociais e culturais, influenciando a forma como conteúdos são produzidos e consumidos.

O tratamento e a interpretação dos resultados buscaram, portanto, articular os achados empíricos às referências teóricas mobilizadas, permitindo compreender como a campanha de divulgação do filme *Quarteto Fantástico* no *Instagram* aciona a nostalgia e os afetos familiares como estratégias de comunicação, inseridas em um contexto mais amplo de midiatização da cultura e da indústria do entretenimento. O quadro 1 sintetiza as etapas, o conceito e a aplicação na pesquisa.

Quadro 1 - Etapas, Conceito e aplicação

Etapas	Conceito em Bardin	Aplicação na pesquisa
Pré-análise	Fase de organização do material, leitura flutuante e definição do corpus	Seleção das postagens publicadas no perfil oficial do filme <i>Quarteto Fantástico</i> no <i>Instagram</i> , no período inicial de divulgação. Realizou-se leitura exploratória das imagens, legendas e formatos para identificação de recorrências temáticas.
Definição do corpus	Delimitação dos documentos que serão analisados	Foram selecionadas quatro postagens representativas da campanha de divulgação, considerando diferentes formatos (posts estáticos, reels e postagens em datas comemorativas).

Unidades de registro	Elementos significativos do conteúdo a serem analisados	Imagens, legendas, expressões textuais recorrentes (como “família” e “The First Family”), paletas cromáticas, composição visual dos personagens, referências estéticas retrô e contexto das postagens.
Categorias de análise	Classes que agrupam elementos com características comuns	Família e representações afetivas; Estética nostálgica; Nostalgia e memória cultural; Midiatização e circulação digital.
Codificação	Processo de classificação dos elementos nas categorias	As postagens foram analisadas a partir da identificação de sentidos explícitos e implícitos relacionados às categorias definidas, considerando articulações entre imagem, texto e referências culturais associadas à nostalgia e à representação familiar.
Tratamento e interpretação dos resultados	Análise inferencial e interpretação dos dados	Os resultados foram interpretados à luz dos estudos sobre nostalgia, memória cultural, midiatização e cultura das franquias midiáticas, buscando compreender como a campanha mobiliza afetos, imaginários familiares e referências ao <i>american way of life</i> na divulgação do filme.

Fonte: Elaborado pela autora, 2026.

Elementos Visuais e Processos de Midiatização na Divulgação de Quarteto Fantástico

A escolha do objeto de pesquisa justifica-se por dois motivos principais. O primeiro diz respeito à estratégia de divulgação adotada pela *Marvel*, que se diferencia de campanhas anteriores ao compreender o *Instagram* não apenas como um meio de divulgação, mas como um ambiente comunicacional estruturante. Nesse contexto, a campanha do *Quarteto Fantástico* foi a primeira da *Marvel* a apresentar uma identidade visual própria desde o início da divulgação, marcada por uma estética vintage/ retrô, capaz de mobilizar sentidos nostálgicos. Tal prática foge ao padrão tradicional das campanhas promocionais de filmes de super-heróis, especialmente das produções da *Marvel Studios*.

O segundo motivo refere-se à centralidade da noção de família como eixo narrativo da campanha, que se manifesta tanto nas imagens quanto nas legendas e nas ações promocionais. Ao construir o *Quarteto Fantástico* como uma família, a comunicação ativa memórias afetivas associadas à franquia e reforça estratégias de aproximação com o público, articulando nostalgia, afeto e midiatização nas redes sociais. A asso-

ciação da divulgação do filme a datas comemorativas, como o *Valentine's Day*, reforça a construção da "Primeira Família da *Marvel*" a partir de valores afetivos e cotidianos, mobilizando uma estética nostálgica que remete aos quadrinhos clássicos e aproxima os personagens da experiência emocional do público.

Assim, o primeiro post analisado, representado pela figura 2, traz a peça visual publicada no dia 14 de fevereiro de 2024, no contexto do *Valentine's Day*, a peça foi a primeira postagem no *Instagram* do perfil do *Quarteto Fantástico*, também, foi a apresentação oficial do elenco. A legenda do primeiro post divulgado na campanha do filme traz o título "*A Primeira Família*", expressão que não apenas apresenta o elenco, mas aciona sentidos relacionados ao afeto, à convivência e às relações familiares. Ao nomear o grupo dessa forma, a campanha desloca o foco do heroísmo individual para uma dimensão relacional, aproximando os personagens de valores cotidianos e afetivos.

Embora a expressão "Primeira Família" funcione como estratégia de aproximação afetiva, ela também mobiliza um ideal específico de organização familiar, associado ao imaginário estadunidense branco, heteronormativo e patriarcal das décadas de 1950 e 1960. Assim, a campanha não apenas promove os personagens como figuras próximas do cotidiano, mas reativa simbolicamente valores culturais relacionados à domesticidade, à estabilidade familiar e à idealização da vida suburbana. A campanha recupera visualidades associadas ao modelo de família nuclear tradicional estadunidense, historicamente difundido pelas mídias do pós-guerra e articulado ao imaginário do *american way of life* (Hall, 2006; Jameson, 1996).

Figura 2 - Primeiro post de divulgação do Quarteto Fantástico



Fonte: PrintScreenn elaborado pela autora, 2026.

A ação mobiliza uma estratégia de midiatização afetiva ancorada em escolhas cromáticas e tipográficas que produzem proximidade emocional e enquadram o heroísmo no registro da intimidade. A predominância dos tons pastéis de rosa e vermelho produz associações culturalmente relacionadas ao afeto, ao cuidado e à intimidade. Entretanto, tais escolhas cromáticas também dialogam com convenções de gênero historicamente consolidadas pela publicidade estadunidense do pós-guerra, especialmente no contexto do *american way of life*, no qual cores e visualidades eram frequentemente utilizadas para demarcar simbolicamente feminilidade e masculinidade. Nesse sentido, a oposição entre rosa e azul presente na composição visual reforça um imaginário binário associado aos papéis tradicionais de gênero e à estrutura familiar nuclear mobilizada pela campanha.

A leve dessaturação da paleta e a cenografia doméstica evocam uma atmosfera retrô que aciona a nostalgia como emoção histórica e culturalmente mediada, contribuindo para a domesticação simbólica do extraordinário e para a reconfiguração do espetáculo em experiência afetiva compartilhável (Boym, 2001). No plano tipográfico, a coexistência entre o lettering manuscrito do cumprimento festivo e a tipografia geométrica do logotipo institui um regime comunicacional híbrido, no qual pessoalidade e institucionalidade se articulam para humanizar a marca e favorecer processos de identificação (Lupton, 2010). Tal composição reforça dinâmicas de engajamento próprias da cultura participativa e da circulação emocional nas plataformas digitais, nas quais as audiências coproduzem sentidos e pertencimento em torno de narrativas midiáticas (Jenkins, 2009; Hjarvard, 2013).

Na peça alusiva ao Dia dos Namorados, observa-se um deslocamento significativo dos códigos tradicionais de promoção cinematográfica. A visualidade privilegia gestos de intimidade, convivência e afeto, construindo uma atmosfera que se aproxima mais de uma representação de vida familiar do que de uma estratégia promocional convencional. Nesse enquadramento, o extraordinário é simbolicamente domesticado, e o heroísmo é apresentado sob a lógica da proximidade emocional e do pertencimento. Tal construção reforça a estratégia comunicacional da *Marvel Studios*, na qual a visibilidade midiática se organiza em torno de vínculos afetivos e das identificações cotidianas, contribuindo para a produção de vínculos afetivos junto a determinados públicos.

Observa-se que a noção de família atravessa a comunicação do *Quarteto Fantástico* no *Instagram* como eixo estruturante da narrativa. Em diferentes postagens, os personagens são apresentados não apenas como heróis, mas como um grupo unido por laços afetivos, reforçados tanto pela proximidade visual quanto pela associação a datas comemorativas. Essa construção desloca o imaginário tradicional do super-herói individualizado para uma representação coletiva, aproximando a franquia do cotidiano e da experiência emocional dos fãs.

Em sequência, a figura 3 refere-se ao segundo post analisado, que é a publicação feita em comemoração ao Natal.

Figura 3 - Post de divulgação do Quarteto Fantástico, no Natal



Fonte: PrintScreenn elaborado pela autora, 2026.

Novamente, o post é feito numa data comemorativa, o post apresenta tons frios, foge do padrão de “clima de guerra”. Os cartazes promocionais analisados deslocam o imaginário épico tradicional dos filmes de super-heróis ao priorizar representações de convivência, acolhimento e familiaridade, reforçando a nostalgia como estratégia de mediação afetiva. A associação do grupo ao Natal reforça ainda mais a dimensão doméstica e afetiva da campanha, aproximando os personagens de representações clássicas da família nuclear estadunidense. A atmosfera acolhedora, os tons suaves e a ausência de elementos ligados ao conflito heroico deslocam o foco da ação para a convivência familiar e para o consumo emocional característico das festividades natalinas.

A Figura 4 apresenta a divulgação do primeiro trailer de *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos*, cuja construção comunicacional revela múltiplas camadas de sentido. Em primeiro lugar, o evento de lançamento ocorreu na NASA, escolha simbólica que reforça a identidade científica dos personagens, reposicionando o heroísmo como produto do conhecimento e da experimentação tecnológica. Tal enquadramento contribui para a construção de verossimilhança e de autoridade simbólica, ao associar a narrativa ficcional a uma instituição socialmente legitimada pela ciência. A escolha da NASA como espaço simbólico para o lançamento do trailer também mobiliza referências ao imaginário tecnológico e científico característico da corrida espacial das décadas de 1950 e 1960. Tal estética retrofuturista reforça a proposta visual do filme ao recuperar uma visão otimista do progresso científico típica do contexto histórico que inspira a campanha.

Outro aspecto relevante diz respeito à estratégia transmidiática adotada pela *Marvel Studios*: embora o anúncio tenha sido veiculado no *Instagram*, a transmissão

ocorreu ao vivo no YouTube, evidenciando a articulação entre diferentes plataformas digitais para ampliar o alcance e estimular a participação do público. Essa circulação integrada de conteúdos pode ser compreendida como manifestação de processos de convergência midiática, nos quais narrativas e experiências se expandem por múltiplos meios, incentivando o engajamento ativo das audiências (Jenkins, 2009).

Figura 4 - Post lançamento do trailer



Fonte: PrintScreenn elaborado pela autora, 2026.

Adicionalmente, observa-se que a composição visual do material promocional remete diretamente à estética clássica dos quadrinhos, mobilizando elementos iconográficos e estilísticos que acionam a nostalgia como emoção culturalmente mediada. Ao recuperar referências visuais associadas às origens dos personagens, a peça ativa memórias afetivas e fortalece vínculos simbólicos entre marca e público, operando no campo da midiatização dos afetos e da construção de pertencimento (Boym, 2001; Hjarvard, 2013).

Na sequência, observa-se uma estratégia de divulgação baseada na colaboração entre *Marvel Studios* e a *People*, evidenciada por um post conjunto nas redes sociais que simula a capa de uma revista impressa. Tal recurso demonstra um deslocamento midiático, no qual formatos tradicionalmente associados à cultura editorial são reapropriados e recontextualizados no ambiente digital. Ao incorporar a estética de capa de

revista — com hierarquia tipográfica, enquadramento fotográfico e chamada principal centrada na noção de família — a comunicação promove a circulação simbólica entre mídias distintas, reforçando processos de convergência e hibridização comunicacional (Jenkins, 2009).

Esse movimento torna-se ainda mais evidente quando a capa da *Entertainment Weekly* é apresentada em articulação visual com a da *People*, reunindo, em um mesmo enquadramento, dois regimes editoriais distintos. Enquanto a *People* enfatiza a dimensão afetiva e a cultura de celebridades por meio do enquadramento familiar e da proximidade simbólica dos personagens, a *Entertainment Weekly* mobiliza uma estética tecnológica e orientada à ação, associada ao espetáculo e à expectativa narrativa. A justaposição dessas capas evidencia uma dupla legitimação simbólica — afetiva e espetacular — que amplia a presença cultural dos personagens ao integrá-los simultaneamente à lógica do entretenimento midiático e ao imaginário da vida cotidiana.

A construção visual enfatiza, assim, o enquadramento do grupo como unidade familiar, sintetizado na chamada “Making time for family”, reiterando a estratégia de humanização do heroísmo já observada em outras peças promocionais. Nesse sentido, a visualidade articula afetos, pertencimento e reconhecimento cultural por meio de uma estética que aproxima os personagens de figuras públicas midiáticas, deslocando-os do campo do extraordinário para o da vida cotidiana. Tal operação pode ser compreendida à luz do conceito de midiatização, entendido como o processo pelo qual instituições, práticas e representações sociais passam a ser estruturadas segundo lógicas midiáticas e formatos de visibilidade próprios dos meios de comunicação (Hjarvard, 2013).

Ao simular capas editoriais centradas na intimidade e na convivência familiar, a campanha aproxima os personagens de regimes contemporâneos de celebração, nos quais figuras públicas são constantemente apresentadas sob enquadramentos domésticos e afetivos. Dessa forma, a família deixa de operar apenas como elemento narrativo da franquia e passa a funcionar também como dispositivo de visibilidade midiática e engajamento emocional. Tal dinâmica dialoga com processos de midiatização da cultura e com regimes contemporâneos de celebridade, nos quais a intimidade e a vida cotidiana tornam-se elementos centrais da circulação midiática (Hjarvard, 2013; Turner, 2014).

Além disso, a simulação de capas editoriais mobiliza uma estética de legitimação simbólica ao associar os personagens a regimes de visibilidade característicos da cultura de celebridades e da mídia de entretenimento. Essa estratégia, ilustrada pela figura 5, amplia a circulação narrativa e favorece a construção de vínculos afetivos, ao mesmo tempo em que evidencia a lógica transmidiática de expansão de conteúdos por múltiplos suportes e linguagens (Jenkins, 2009).

Figura 5 - Colaborações



Fonte: PrintScreenn elaborado pela autora, 2026.

A justaposição das capas da *Entertainment Weekly* e da *People*, apresentada em formato de interface de redes sociais, evidencia um movimento estratégico de circulação simbólica entre diferentes regimes midiáticos. Ao reunir, em um mesmo enquadramento visual, duas publicações tradicionalmente associadas à cultura editorial impressa, a comunicação promove a recontextualização de formatos jornalístico-editoriais no ambiente digital, reforçando processos de convergência e hibridização de linguagens (Jenkins, 2009).

A capa da *Entertainment Weekly*, com estética mais tecnológica e orientada à ação, e a capa da *People*, centrada na ideia de família e na cultura de celebridades, operam conjuntamente na construção de uma dupla legitimação simbólica: científica e afetiva. Tal articulação amplia a visibilidade da narrativa e reposiciona os personagens simultaneamente como ícones culturais e figuras de proximidade cotidiana, evidenciando a midiatização como processo estruturante das formas contemporâneas de representação e de circulação cultural (Hjarvard, 2013).

Em síntese, as estratégias de divulgação analisadas evidenciam uma lógica comunicacional integrada, na qual diferentes regimes de visibilidade — institucional, digital e editorial — operam de forma articulada para expandir a presença simbólica da narrativa e intensificar o engajamento do público. Ao mobilizar a autoridade científica, a circulação multiplataforma e a estética da cultura de celebridades, a comunicação desloca o heroísmo do campo do espetáculo para o da intimidade e do pertencimento, promovendo uma humanização dos personagens mediada por afetos e referências culturais compartilhadas. Desse modo, observa-se que a divulgação não apenas informa

sobre o produto audiovisual, mas participa ativamente da construção de sentidos e de vínculos, evidenciando a mediatização como processo estruturante das formas contemporâneas de visibilidade e interação cultural (Jenkins, 2009; Hjarvard, 2013).

Considerações Finais

A análise das estratégias visuais e discursivas evidencia que a divulgação de *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos* ultrapassa a função promocional e configura-se como prática estruturante de produção de sentidos. Observa-se uma comunicação orientada pela integração entre suportes, linguagens e regimes de visibilidade, na qual diferentes formatos — institucionais, editoriais e digitais — operam de maneira articulada para ampliar a presença simbólica da narrativa no ecossistema midiático. Nesse contexto, a atuação de *Marvel Studios* revela um modelo comunicacional baseado na convergência de mídias e na circulação expandida de conteúdos, característico das dinâmicas contemporâneas de comunicação cultural.

Os resultados evidenciam que a divulgação de *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos* mobiliza a nostalgia não apenas como recurso estético, mas também como estratégia simbólica de reativação de imaginários culturais associados ao modelo de família nuclear estadunidense do pós-guerra. Ao articular visualidades retrô, afetos familiares e referências ao cotidiano doméstico, a campanha produz sentidos de proximidade e de pertencimento voltados a determinados repertórios culturais e emocionais.

Entretanto, tais representações não devem ser compreendidas como universais ou neutras. A ideia de família acionada pela campanha está atravessada por valores históricos relacionados à heteronormatividade, aos papéis tradicionais de gênero e ao imaginário do *american way of life*. Nesse sentido, a nostalgia mobilizada pela divulgação opera simultaneamente como estratégia de engajamento afetivo e como reatualização de modelos culturais específicos.

Conclui-se, portanto, que as estratégias de divulgação analisadas evidenciam a centralidade da mediatização nas formas contemporâneas de circulação cultural, demonstrando como franquias midiáticas articulam memória, afetos e plataformas digitais para fortalecer vínculos simbólicos com o público e ampliar sua presença no ecossistema comunicacional contemporâneo.

Referências

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. 3. ed. Campinas: Papirus, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOYM, Svetlana. **The Future of Nostalgia**. New York: Basic Books, 2001.

BURKE, Liam. **The Comic Book Film Adaptation**. Jackson: University Press of Mississippi, 2015.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

GUFFEY, Elizabeth E. Retro: **The Culture of Revival**. London: Reaktion Books, 2006.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

HILLS, Matt. **Fan Cultures**. 2. ed. London: Routledge, 2020.

HJARVARD, Stig. **The Mediatization of Culture and Society**. London: Routledge, 2013.

HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da adaptação**. Florianópolis: UFSC, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEE, Stan; MAIR, George. **Excelsior!**: The Amazing Life of Stan Lee. New York: Fireside, 2002.

LUPTON, Ellen. **Thinking with Type**: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students. 2. ed. New York: Princeton Architectural Press, 2010.

NIEMEYER, Katharina (org.). **Media and Nostalgia**: Yearning for the Past, Present and Future. London: Palgrave Macmillan, 2020.

PLAZA, Julio. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

SEDIKIDES, Constantine; WILDSCHUT, Tim. The motivational power of nostalgia: The future is called yesterday. In: SEDIKIDES, Constantine; WILDSCHUT, Tim (org.). **The Psychology of Nostalgia**. New York: Routledge, 2020. p. 3–18.

MICHAEL PICKERING; Emily Keightley. The modalities of nostalgia. **Current Sociology**, London, v. 54, n. 6, p. 919–941, 2006.

Recebido em: 16 fev. 2026
Aprovado em: 14 mai. 2026