



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Superpoderes, malandros e heróis: o discurso da identidade nacional nos quadrinhos brasileiros de super-heróis

Bruno Fernandes Alves

**Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Comunicação da Universidade
Federal de Pernambuco como
requisito parcial para obtenção do
título de Mestre, sob a orientação**

Recife, setembro de 2003

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**Superpoderes, malandros e heróis: o discurso
da identidade nacional nos quadrinhos
brasileiros de super-heróis**

Bruno Fernandes Alves

BANCA EXAMINADORA

PROFA. DRA. ÂNGELA FREIRE PRYSTHON
Orientadora e membro interno

PROFA. DRA. CRISTINA TEIXEIRA VIEIRA DE MELO
Examinadora Interna

PROF. DR. HENRIQUE PAIVA DE MAGALHÃES
Examinador Externo (UFPB)

DEDICATÓRIA

Para meu pai, por me iniciar nas letras e na arte através dos quadrinhos...

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo roteiro da vida;

Aos meus pais, exemplos de dedicação e amor que vai além dos filhos; à minha irmã, pelo incentivo eterno...

A Tita, Lívy e Júnior, pela paciência, pela força imprescindível nos momentos difíceis: os personagens principais da minha história em quadrinhos da vida real...

A Marinete Barros e família...

A Profa. Ângela Prysthon, orientadora e amiga, acima de tudo, por tudo...

Ao dionisíaco Prof. Dirceu Tavares, pelo entusiasmo do primeiro contato...

A *showwoman* acadêmica Profa. Cristina Teixeira, pela contagiante confiança na qualificação...

Ao Prof. Henrique Magalhães, pelo trabalho apaixonado que dignifica os quadrinhos brasileiros e pelo incentivo...

À Raimunda, Cláudia e José Carlos, da secretaria do PPGCOM, pela eterna força e pela competência que desmentem o discurso neoliberal...

À Ricardo Freire, amigo *severínico*, pela primordial sugestão de olhar criticamente aqueles seres esquisitos com cuecas por fora da calça...

A Romo Oliveira, amigo *trupe-verti-caótico*, pelos papos, pelas idéias em comum e por nossa futura dominação do mercado mundial de quadrinhos...

A todos do CCSA/UFPE que acreditaram: pessoal da Secretaria Geral, Escolaridade, Diretoria, funcionários e professores do DCA, coordenadores da graduação, Profa. Anita Aline.

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo analisar o herói presente na cultura midiática brasileira como uma representação do nosso caráter nacional, com ênfase nos super-heróis brasileiros das histórias em quadrinhos.

A presença massiva da produção do quadrinho norte-americano no mercado de países periféricos como o Brasil criou barreiras que impediram o desenvolvimento de uma produção local; como forma de combater esta invasão, duas estratégias foram utilizadas pelos produtores nacionais: num primeiro momento foram criados personagens que buscavam um discurso de semelhança como modelo original; em seguida foi utilizada a paródia como recurso narrativo com o objetivo de ridicularizar o discurso épico do super-herói americano.

As narrativas midiáticas brasileiras são marcadas pelo enaltecimento do discurso da carnavalização como um paradigma de nossa identidade cultural, conforme tentou-se mostrar neste trabalho.

Em meio a esse discurso surge um personagem que almeja tornar-se um herói brasileiro épico, civilizatório. A estrutura narrativa do super-herói *Solar*, criado pelo quadrinista mineiro Wellington Srbek, é usada neste trabalho como uma metáfora do caminho da nação brasileira rumo à uma modernidade emancipatória que renega a carnavalização como identidade. É esta construção identitária que este trabalho tenta analisar.

ABSTRACT

The aim of this dissertation is the analysis of the hero's presence in Brazilian mass media culture how a representation of the national identity. This analysis is based on the Brazilian super-hero's comic book

The massive presence of the American super-heroes in the peripheral countries create obstacles that blocked the development of the local production; this way, the Brazilian comics producers making use of the carnivalization discourse as a weapon.

The narrative structure of the Brazilian hero is marked by the speech of the carnivalization, building aesthetics of the laughter that becomes, sometimes, a stylistic paradigm.

Sumário

Introdução	01
Capítulo 1 – História em quadrinhos: um acidente estético na geografia da arte	07
1.1. Pequeno percurso histórico dos quadrinhos: da caverna à www	07
1.2. Estética das histórias em quadrinhos	15
1.3. História em quadrinhos: uma arte autônoma	19
Capítulo 2 – Histórias em quadrinhos no Brasil e as estratégias para uma estética nacional	23
2.1. Pequeno percurso histórico	23
2.2. A modernidade do quadrinho brasileiro	26
Capítulo 3 – O herói	43
3.1. O discurso do herói épico	43
3.1.1. O herói na cultura norte-americana	47
3.2. A ideologia dos super-heróis	49
Capítulo 4 – O caráter do herói nacional	56
4.1. A ideologia do caráter brasileiro	56
4.1.1. A carnavalização	63
4.2. Indústria Cultural e identidade	67
4.3. Os discursos do super-herói brasileiro	74
4.3.1. A Intertextualidade: o Outro do discurso	74
4.3.2. O discurso parafrástico	76
4.3.3. O discurso paródico	81
Capítulo 5 – O super-herói Solar: a ruptura do paradigma?	88
5.1. O discurso híbrido	88
5.2. A estrutura narrativa do super-herói Solar	90
5.2.1. Livro I – Asas de Ícaro	90
5.2.2. Livro II – Solo Sagrado	95
Conclusão	100
Bibliografia	104
Anexos	112

INTRODUÇÃO

O Estigma Macunaíma: O herói picaresco como representação do caráter nacional

As discussões sobre identidade têm sido freqüentes na teoria social contemporânea, principalmente em decorrência do processo de globalização que atinge a sociedade. Deste debate algumas questões vêm à tona, como a desintegração das identidades nacionais (para os mais apocalípticos) ou a hibridização das culturas (para os mais integrados), neste último caso gerando novas identidades. Assim, as palavras-chave que podem explicar o final do século 20 e o início do século 21 são *hibridização, fronteiras móveis, multiculturalismo, identidades múltiplas* – para citarmos as definições mais otimistas e celebratórias. Mas o espectro destas palavras-chave pode ser ampliado com a inclusão de outras como *nacionalismo, fundamentalismo, xenofobia* – estas as definições mais realistas e visíveis no cenário sócio-cultural contemporâneo.

Se todo esse embate pode ser visto em comunidades milenares que, apesar de defenderem a tradição e a pureza racial como base para a construção de suas identidades, são comunidades “imaginadas”, no dizer de Benedict Anderson¹, era de se esperar que no Brasil, país da miscigenação racial às claras, este embate fosse muito mais violento e questionador. No entanto, entre nós reina a paz racial, a democracia étnica, a igualdade apesar das diferenças, conforme o discurso neoliberal do Ministro da Cultura do governo FHC: “*Somos um caso notável de diversidade no interior da unidade*” (WEFFORT, 1996:5). Esta apropriação exaltadora da diferença feita pelo neoliberalismo

"Faz parte do próprio princípio de manutenção da hegemonia a apropriação das diferenças. A identidade cultural latino-americana é, portanto, apropriada por um sistema "multiculturalista" por sua "diferença", mas que de fato seria apenas uma "diferença" a mais. Em um certo sentido, o neoliberalismo admite, então, a diferença simplesmente porque estas formam um quadro de igualdade, um sistema de diferenças uniformes." (PRYSTHON, 2002:5)

A busca por uma identidade cultural que explique e defina o que é "ser brasileiro" permeia grande parte da nossa teoria social e tem representantes significativos na literatura sociológica, em obras clássicas que tentam mostrar qual nossa origem e porque somos assim. *Casa Grande & Senzala* (Gilberto Freyre), *Raízes do Brasil* (Sérgio Buarque de Hollanda), *O Processo Civilizatório* (Darcy Ribeiro), *O Caráter Nacional Brasileiro* (Dante Moreira Leite), *Carnavais, Malandros e Heróis* (Roberto DaMatta), citando os mais influentes, mostram os elementos que ajudaram a construir nossos mitos fundadores, alguns deles até hoje cristalizados nessas discussões como *democracia racial, cordialidade, país do futuro, pacificidade, ludicidade, povo alegre e ordeiro* – estes os adjetivos mais "positivos".

O que fica claro nesses discursos explicadores e que é enfatizado com mais veemência por teóricos como Roberto DaMatta é que as narrativas brasileiras são essencialmente *carnealizadas*, segundo o conceito de Mikhail Bakhtin.

Para o teórico russo, as festas carnavalescas eram como uma segunda vida do povo, onde o mundo oficial era desconstruído e as normas quebradas no período em que o ritual durava. Ao transpor este conceito para a literatura, Bakhtin defende que esta se torna paródica, ambivalente e polifônica, onde diversas vozes coexistem num mesmo texto². O conceito de carnavalização é utilizado nesta dissertação para

¹ ANDERSON, Benedict. *Imagined Communities*. Londres: Verso, 1983.

² BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento : o contexto de François Rabelais*. São Paulo : Hucitec, Brasília : EDUNB, 1999.

definir uma estética que permeia a produção midiática brasileira, a ponto de se tornar quase um paradigma para a construção destas narrativas.

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é analisar a carnavalização e o picaresco presentes nas narrativas midiáticas brasileiras como uma representação de nossa identidade cultural. Como objeto de estudo, escolhemos as *histórias em quadrinhos* e, do amplo campo de investigações que esta linguagem pode fornecer para um pesquisador em comunicação, selecionamos a análise do discurso do super-herói brasileiro e como o mesmo pode contribuir para se entender a construção dessa identidade e sua representação na cultura de massa.

A justificativa para a escolha do gênero de super-heróis para se estudar a representação de nossa identidade está no fato de que o mesmo aborda um típico produto cultural dos Estados Unidos, base de toda a indústria dos quadrinhos norte-americanos e que é o elemento chave para a hegemonia desses quadrinhos no mundo. Conforme afirma DaMatta, o mito norte-americano do controle da natureza, da morte, do imprevisto e do próprio Deus termina inventando o Super-Homem, o superdetetive, o supercowboy e similares: aqueles personagens, fictícios ou reais, que lutam sós contra algum ser coletivo, visto como o mal e garantem assim o pleno funcionamento da sociedade. A análise destes heróis nos auxilia a compreender a conformação da identidade cultural norte-americana, o seu culto ao heroísmo e, conseqüentemente, sua postura política diante do mundo.

Kothe (1987) diz que rastrear o percurso e a tipologia do herói é procurar as pegadas do sistema social no sistema das obras. Partindo dessa premissa, seria possível perceber no herói brasileiro elementos que expliquem a construção de nossa identidade, da mesma maneira como a análise do herói norte-americano nos mostra a face da sua cultura?

Se levarmos em consideração os heróis malandros e picarescos que encontramos na maioria das narrativas ficcionais brasileiras,

podemos perceber que nosso conceito de heroísmo passa, inevitavelmente, pelos discursos mais comuns sobre a configuração da alma brasileira. Partindo do nosso mais famoso herói, *Macunaíma*, picaresco por excelência, os representantes maiores do heroísmo brasileiro, independentemente da narrativa em que atuam, têm esta característica do risível, do satírico. De *João Grilo*, na dramaturgia, até o *Capitão Peido*, nos quadrinhos, passando pelo televisivo *Didi*, personagem de Renato Aragão, todos têm suas aventuras resolvidas através do "jeitinho", da esperteza e da malandragem; são heróis baixos, que ridicularizam seus modelos hegemônicos, rebaixando suas mais altas qualidades ao nível do chão, do grotesco.

Neste sentido, o discurso da paródia torna-se uma forma de resistência à penetração dos heróis épicos norte-americanos no mercado brasileiro de quadrinhos. Mas, como alerta Sant'Anna, este discurso pode tornar-se parafrástico, tornando-se um estilo de época, um modelo a ser copiado; assim, torna-se um paradigma e termina por cristalizar essa concepção de identidade nacional, permitindo assim a consolidação da presença da produção cultural norte-americana no mercado.

No entanto, um personagem surgido na segunda metade dos anos 90 vai de encontro à esta estratégia paradigmática do riso. Sendo assim escolhemos o mesmo como objeto de análise: o super-herói *Solar*, criado pelo quadrinista mineiro Wellington Srbek e que foi publicado durante os anos de 1996 e 1998, em duas revistas independentes: *Solar* e *Caliban*. Em *Solar*, todos os arquétipos do herói mitológico e todos os estereótipos do super-herói norte-americano estão presentes, mas o autor tenta seguir por um caminho diferente ao dotá-lo de elementos que lhe conferem uma estética em consonância com os conceitos do herói épico e do simbolismo da nacionalidade, segundo Martin Albrow (1999:27)

"nacionalidade como qualidade é atribuível a uma vasta gama de fenômenos naturais e sociais – como paisagem e clima, animais

e recursos, música e literatura, prédios e organizações, marcas e times, leis e hábitos. Às vezes, dizem que estas são representações simbólicas da nação.(...) Nacionalidade é um significante mutante, indicando 'relação a uma entidade que por sua vez tem relação com uma nação quão fraca ou indireta esta seja' e nada além disso. Nacionalidade tem, às vezes, apenas referência geográfica, tendo relação com nação apenas por mera referência de lugar, como é o caso de 'clima britânico'.

Através desta análise, será possível saber se, além desse reconhecimento, ele também pode ser classificado como uma representação de um conceito de identidade nacional que foge do discurso rebaixador da paródia e instaura um novo discurso de modernidade.

No primeiro capítulo deste trabalho faremos um pequeno percurso pelas origens das histórias em quadrinhos no mundo e apresentaremos os elementos que estruturam a linguagem das mesmas.

No segundo capítulo iremos conhecer a história dos quadrinhos no Brasil através de um resumo de suas fases mais importante; em seguida mostraremos o nascimento da modernidade do quadrinho brasileiro a partir dos anos 60 - com o surgimento do Pererê e da Turma da Mônica - e da sua busca por uma identidade e estética próprias.

O terceiro capítulo trará a definição do que é um *herói*, conceito seminal deste trabalho, e de como o mesmo foi apropriado pela indústria cultural. Para a conceituação do *herói* e análise da atuação dos mesmos nas narrativas, utilizaremos os textos de autores como Joseph Campbell, que nos traça um amplo panorama das origens do herói desde a mitologia até a atualidade e sua função na sociedade contemporânea; Thomas Carlyle, com sua visão conservadora e enaltecida do herói como o "grande homem" ao qual devemos submissão total por ter sido ele o escolhido por Deus para salvar a

humanidade; e os estudos críticos do herói feitos por Flávio Kothe e Martin César Feijó.

Também neste capítulo analisaremos a presença do herói na cultura norte-americana e o posterior surgimento dos super-heróis que definimos serem os melhores representantes do comportamento político dos Estados Unidos perante o resto do mundo.

Após demonstrar que a leitura do herói revela traços da cultura onde o mesmo foi criado, iremos mostrar no capítulo quatro qual a ideologia do caráter do herói brasileiro em nossa cultura midiática. Como aparato teórico para fundamentar a análise desta ideologia utilizaremos o conceito de *carnavalização* desenvolvido por Mikhail Bakhtin; a partir deste ponto, iremos mostrar os discursos do super-herói brasileiro nos quadrinhos e suas relações com os super-heróis norte-americanos através da utilização do conceito de *intertextualidade* definido por Julia Kristeva e Dominique Maingueneau.

No quinto e último capítulo iremos analisar o objeto escolhido - o super-herói brasileiro Solar - como uma representação de identidade nacional ancorada no épico, indo de encontro à carnavalesco predominante em nossa cultura.

Capítulo 1 - Histórias Em Quadrinhos: Um Acidente Estético na Geografia da Arte

1.1 – Pequeno Percurso Histórico dos Quadrinhos: da caverna à www.

A primeira forma de comunicação entre os antepassados do homem, num contexto no qual as linguagens falada e escrita ainda não existiam, se deu através da imagem. Ao representar seu cotidiano através de pinturas nas paredes das cavernas, o homem estabelecia o primeiro passo na construção de um sistema de signos que resultaria na linguagem escrita. E nas primeiras manifestações escritas das antigas civilizações, a imagem marcaria forte presença, como nos hieróglifos egípcios. Essas representações figurativas foram, com o tempo, caminhando para uma abstração, uma simplificação do seus elementos visuais e ao mesmo tempo ampliando seus campos de significação, dando origem ao alfabeto como hoje o conhecemos.

Apesar de não ser possível precisar quando teve início a utilização deliberada de imagens em seqüência para relatar um fato (real ou fictício), as mesmas já podem ser encontradas nas antigas civilizações, como as egípcia e asteca (McCLOUD, 1995:14); LUYTEN (2000:69-73) relata que a China já possuía histórias ilustradas seqüenciais durante a Dinastia Han do Oeste (206 AC – 24 DC); nas Dinastias Sung (960-1279) e Yan (1279-1368) houve um florescimento destas histórias. Podemos ainda citar a Tapeçaria de Bayeux, que em 70 metros relata a conquista da Inglaterra pelos normandos em 1066 com ilustrações demonstrando os fatos e textos explicativos na base de cada uma delas, talvez a primeira junção entre texto e imagem da História.

Na Idade Média a utilização de imagens seriadas (através de cartazes ilustrados) tornou-se constante por facilitar às camadas

populares e iletradas a compreensão das narrativas feitas pelos cantores e contadores de histórias; ainda podemos considerar os vitrais ou pinturas encontradas nas igrejas católicas narrando visualmente a Via Sacra de Cristo.

Todas essas manifestações denotam a importância da imagem na trajetória comunicativa do homem, revelando que não há *um* século da imagem, simplesmente porque *todos* o foram, diferenciando-se apenas na questão do alcance de sua difusão; e mostram também que o germe da linguagem dos quadrinhos já se fazia presente.

Para alguns teóricos, no entanto, a primeira história em quadrinhos moderna é "*M. Vieux-Bois*", escrita e desenhada pelo pedagogo, escritor e ilustrador suíço Rudolph Töpffer, em 1827 – cujos trabalhos foram definidos por Goethe como "romances caricaturados"; para outros, este mérito é do francês Georges (Cristophe) Colomb, criador de "*La Famille Fenouillard*" (1889); nós brasileiros defendemos que o italo-brasileiro Ângelo Agostini, que em 1867 lança no jornal O Cabrião a série ilustrada "*As Cobranças*", foi um dos precursores dos quadrinhos no país e no mundo.

Ao nosso ver, todos estes autores foram precursores da linguagem dos quadrinhos, apesar de ainda não utilizarem balões (e sim textos na base das ilustrações) e/ou onomatopéias, elementos que só viriam a fazer parte do código quadrinístico no século seguinte. O que fica bastante claro nestas datas é que o celebrado surgimento dos quadrinhos em 1896 com o personagem norte-americano *Yellow Kid* (o Garoto Amarelo) foi já uma demonstração de poder dos Estados Unidos. Este mito de fundação ficou tão cristalizado que, mesmo com o conhecimento das manifestações de quadrinhos já citadas anteriormente, em 1996 foi comemorado em todo o mundo o centenário da linguagem. A importância deste personagem reside no fato do mesmo ter sido o primeiro com publicação regular e de ter aberto o caminho, com seu sucesso, para a consolidação da linguagem, que teve início com as *daily strips* (tiras diárias) e as *Sunday pages* (páginas dominicais), culminando no surgimento dos *comic books* (revistas em quadrinhos).

A evolução das técnicas de reprodução em série resultou no surgimento de um veículo de comunicação de massa que foi fundamental para a consolidação dos quadrinhos: o jornal impresso. Essa tecnologia permitiu maiores tiragens e em conseqüência atingir um maior número de leitores, além da criação de revistas ilustradas humorísticas. A competição entre os jornais se torna acirrada e uma briga em particular foi seminal para o início da Era dos Quadrinhos: William Randolph Hearst X Joseph Pulitzer.

Estes dois magnatas da imprensa, em seus respectivos jornais (The New York Journal e New York World) tentavam todas as estratégias para conquistar o maior número de leitores. E assim como na Idade Média, a solução para que o jornal também fosse consumido por pessoas iletradas e pelos imigrantes que ainda não dominavam a língua inglesa foi a utilização das imagens. Ciente da força delas, Pulitzer lança o primeiro suplemento dominical, colorido e fartamente ilustrado. Em 1895, um dos seus desenhistas, Richard Fenton Outcault cria para o suplemento um cartum intitulado *Hogan's Alley* (Beco do Hogan), que tinha entre seus personagens – típicos habitantes de uma favela urbana - um garotinho chinês que logo roubou a cena, o já citado Yellow Kid. Com toda a carga de estereótipos possíveis (um imigrante careca, orelhudo e dentuço) o garoto usava um camisolão a princípio azul aonde geralmente vinham escritos os diálogos ou textos narrativos. A palavra “amarelo” que a princípio era um adjetivo que indicava sua etnia logo em seguida passou a ser associada à cor do seu camisolão, que deixou de ser azul.

É importante assinalar que, no princípio, o *Yellow Kid* não usava balões nem imagens em seqüência, elementos que Outcault só viria a utilizar posteriormente. Era mais um cartum isolado, onde toda a ação acontecia num único quadro. Até a suposta “invenção” do balão por Outcault não procede, sendo mais correto dizer que o mesmo adaptou para os quadrinhos o filatélico, que já existia em algumas gravuras e iluminuras européias do século 13. Sendo assim, diante das demais narrativas em seqüência, o Yellow Kid não poderia, naquele momento, ser considerado uma história em quadrinhos.

A tomada para si do título de “inventores” das hq’s foi o primeiro ato para instituição de uma hegemonia da produção de quadrinhos dos Estados Unidos sobre o resto do mundo; o segundo ato foi a criação dos poderosos *syndicates*, que na verdade não eram sindicatos e sim agências que detinham direitos sobre os personagens e que regulavam a distribuição das histórias dentro dos EUA e no mundo. Essa “proteção” veio acompanhada de uma planejada e agressiva campanha de distribuição, merchandising e preços baixos, o que em alguns países soou como uma barreira para o desenvolvimento da produção local, gerando, em alguns casos³, leis de reserva de mercado (LUYTEN, 1980:230; VERGUEIRO, 1999).

Com o sucesso do *Yellow Kid*, a linguagem dos quadrinhos apresenta uma surpreendente sucessão de criações em todo o mundo. Nos Estados Unidos, já nos primeiros anos do século 20, surgem diversos personagens hoje considerados clássicos fundadores: *The Upside Downs of Little Lady Lovekins and Old Man Muffaroo* (1903), de Gustave Verbeck, uma experiência só possível nos quadrinhos e jamais repetida. Durante dois anos, Verbeck conseguiu narrar a cada domingo duas histórias usando apenas uma página: ao terminar a leitura, era só virar a página de cabeça para baixo e lá estava a continuação da aventura; *Little Nemo in Slumberland* (1905), de Winsor McCay, um verdadeiro clássico na temática e na forma, rica em seu desenho estilo art-déco e no seu texto surrealista; *Krazy Kat* (1913), de George Herriman, citada como a mais poética das criações nos quadrinhos; e *Felix The Cat* (1923), de Pat Sullivan, o primeiro personagem de desenho animado “traduzido” para os quadrinhos e a primeira hq a se utilizar da metalinguagem, onde os balões, letras e demais elementos eram utilizados pelo personagem com outros propósitos – Félix usa o “balão” de fala como um balão para fugir do planeta Marte ou transforma o sinal de exclamação num bastão para se defender.

Todas essas inovações, associadas à atuação dos *syndicates* em seu trabalho agressivo de divulgação conferiram aos Estados Unidos o

³ “Países como Itália e França proibiram a entrada de hq’s norte-americanas em seus mercados, pois, segundo os críticos mais rígidos na época, elas inibiam o crescimento dos artistas locais” (FURLAN, 1989:34)

status de Meca da produção de quadrinhos no mundo, embora criações importantes também despontassem na Europa, como *Tintin* (1929), do belga Hergé (Georges Remi).

Nesta fase inicial, a maior predominância era a de histórias infantis ou de humor, o que levou os americanos a batizarem os quadrinhos de *comics*, termo que até hoje significa "histórias em quadrinhos" nos EUA. Mas a fase mais importante do quadrinho americano (e mundial, consequência da citada hegemonia) aconteceu no final da década de 20, com a criação dos quadrinhos de aventura. Em 1929, surgem as versões em quadrinhos de *Tarzan*, adaptada do romance de Edgar Rice Burroughs pelo desenhista Hal Foster e *Buck Rogers*, de John Dille e Dick Calkins, adaptação de uma novela de ficção científica. Essas duas aventuras foram a ponta de lança da chamada *Era de Ouro dos Quadrinhos*, período que vai até o início dos anos 40 e no qual surgiram criações que se tornaram paradigmáticas para o gênero do quadrinho de aventura em todo o mundo. Personagens como *Dick Tracy*, *Brucutu*, *Flash Gordon*, *Jim das Selvas*, *Agente Secreto X-9* (escrito por Dashiell Hammet, o escritor que renovou o gênero do romance policial), *Terry e os Piratas*, *Mandrake*, *Ferdinando*, *O Fantasma* e *Príncipe Valente* alcançaram grande popularidade e inovaram em vários aspectos a linguagem dos quadrinhos. Em 1938 surge o gênero que iria marcar definitivamente os quadrinhos norte-americanos e que atualmente é a base de sustentação de sua poderosa indústria: os super-heróis. O *Super-Homem*⁴ foi o primeiro de uma casta de seres superpoderosos que em apenas dois anos saltaram de "inocentes" aventuras de combate ao crime para um cenário político-ideológico com o *Capitão América*⁵, criado para combater os nazi-fascistas em 1940.

No final dos anos 40, Charles Schulz lança a série *Peanuts* (1947), uma das grandes criações dos quadrinhos e que imortalizou personagens como Charlie Brown e o cãozinho Snoopy. Por trás da

⁴ Criado por Jerry Siegel e Joe Shuster para a National Periodics, hoje DC Comics, um dos braços da Warner Bros.

⁵ Criado por Joe Simon e Jack Kirby para a Timely Comics, hoje Marvel Comics, que junto com a DC Comics são as duas maiores editoras de quadrinhos dos Estados Unidos no gênero dos super-heróis.

aparência de crianças inocentes, Schulz contava todas as angústias, traumas e problemas do homem na sociedade moderna. A série só foi cancelada quando da morte do seu autor, em fevereiro de 2000.

Os anos 50 ficaram para a história da História em Quadrinhos como o período da caça às bruxas. Em 1954, o psiquiatra Frederic Wertham, que já vinha escrevendo artigos sobre a má influência dos quadrinhos nas crianças e adolescentes lança o livro "*A Sedução dos Inocentes*", onde ataca violentamente os quadrinhos, chegando a culpá-los pela crescente delinqüência juvenil e iniciando uma onda de protestos de associações de pais e educadores contra a indústria. Assustados, os editores criam um Código de Ética, que proíbe violência, terror e sexo. É dessa época a famosa suposta homossexualidade entre Batman e Robin e o lesbianismo da Mulher-Maravilha. No entanto, podemos afirmar que se por um lado a criação do código teve suas conseqüências negativas – e que de certa forma seus ecos ainda hoje são ouvidos- ele também teve, de forma dialética, contribuições positivas como o desenvolvimento do quadrinho underground, não regido pelo código, que revelou autores como Gilbert Shelton e Robert Crumb e contribuiu para novas experimentações gráficas e temáticas. Também não se pode afirmar se apenas as conjecturas do Dr. Wertham teriam sido suficientes para causar todo esse estrago na poderosa indústria de quadrinhos norte-americana. É necessária uma revisão crítica desse período, o que não é objetivo deste trabalho.

Os estudos sobre comunicação de massa desenvolvidos na década de 60 vieram contribuir para uma valorização dos quadrinhos e a posição de intelectuais franceses como o escritor Francis Lacassin e o cineasta Alain Resnais foram fundamentais nesse período, segundo MOYA(1977):

"(...)Funda-se o Club des Bandes Dessinées em 1962. Aparece a primeira revista no mundo especializada no estudo dos quadrinhos, Giff Wiff. (...)Livros,

revistas, artigos, reuniões, conferências, adesões importante, nomes que abriam notícias de jornais no mundo todo como Resnais, Fellini, Zavattini, Lelouch, Eco, McLuhan, Marcuse, Morin, Damiani e o apoio e prestígio da Universidade de Roma. Surgem as manifestações de pop art em 63, com influência (ou ampliação pura e simples) de quadrinhos como Roy Lichtenstein. O Club des Bandes Dessinées transforma-se em Centre d'Étude des Littératures d'Expression Graphique (CELEG). Reeditam-se álbuns luxuosos de histórias antigas, como Flash Gordon, Tarzan, Little Nemo e outros, com estudos sérios e introduções importantes”

Em 1965, realiza-se em Bordighera, Itália, o *Primeiro Congresso sobre Comics* organizado pela Universidade de Roma e o CELEG de Paris. E em 1967, o Museu do Louvre abre as portas para uma exposição intitulada *Bande dessinée et figuration narrative*, organizada pela *Société d'Études et de Recherches des Littératures Dessinées* (SOCERLID), uma dissidência do CELEG.

Os anos 80 são a nova Era de Ouro das hq's, agora de maneira mais globalizada. O primeiro sinal dessa renovação vem de um autor que, 40 anos antes, tinha mostrado todas as possibilidades estético-literárias dos quadrinhos: Will Eisner, que criou o conceito de “graphic novel”. Na realidade, este conceito já poderia ser associado aos álbuns europeus: produções luxuosas, geralmente com histórias fechadas, realizadas por um ou no máximo dois autores. A “novidade” é que esse conceito ganhou um nome e foi um diferencial na produção norte-americana. A primeira graphic novel de Eisner, *Um Contrato com Deus*, foge do lugar comum do universo dos super-heróis e do humor para contar histórias pessoas comuns, na maioria das vezes esmagadas pela sociedade moderna. Outras produções de outros autores vieram contribuir para essa nova abordagem nas hq's.

A década também revela dois fenômenos: a importância do autor e o surgimento do quadrinho adulto. O grande fenômeno comercial da década é a mini-série *“The Dark Knight Returns”* (Batman

- O Cavaleiro das Trevas, no Brasil), escrita e desenhada por Frank Miller. Essa hq tornou-se paradigmática, junto com *Watchmen* (Alan Moore e Dave gibbons) e *Sandman* (Neil Gaiman e diversos artistas) para a reabertura do debate sobre o quadrinho ser uma nova forma de literatura, embora essas obras fossem antagônicas entre si.

Com o sucesso dessas revistas, as editoras criam selos dedicados a leitores adultos, onde violência, sexo e densidade literária convivem lado a lado.

Na última década do século XX, os japoneses invadem o mercado mundial de quadrinhos e nem os Estados Unidos escapam. A estética japonesa influencia diversos artistas americanos, tanto visual como literariamente. Vários são os motivos para essa febre dos mangás. Personagens carismáticos, enredos mágicos que ao mesmo tempo abordam metaforicamente temas contemporâneos e a junção tradição + modernidade, comum na cultura japonesa. O Japão é o maior produtor e consumidor de quadrinhos do mundo, graças à sua estratégia de atingir todos os segmentos da sociedade, com publicações direcionadas a públicos específicos como mulheres (solteiras, casadas, divorciadas, que trabalham fora, que são donas de casa, etc..), homens (executivos, trabalhadores, estudantes...), crianças (uma dezena de subcategorias) e não esquecendo a terceira idade. No final, publicações criadas para um grupo específico terminam sendo lidas por outros grupos e isso amplia o mercado.

Outra renovação foi a introdução de quadrinhos na Internet, primeiro como forma de divulgação de produtos (profissionais e alternativos) e depois com a publicação on-line de tiras e páginas de histórias em quadrinhos. Mas a evolução da tecnologia, com programas de animação como o *Macromedia Flash* veio a gerar uma nova linguagem, um híbrido: quadrinhos com movimento e som. Não são quadrinhos tradicionais e nem são desenhos animados, mas uma nova mídia ainda a ser definida, preche de novas possibilidades estético-narrativas.

Da Dinastia Han à Internet, ou como querem alguns, das cavernas à www, a linguagem dos quadrinhos, diferente das demais

linguagens artísticas, teve um percurso difícil e acidentado até chegar onde hoje está. Influenciando moda, linguagem, outras artes e refletindo o comportamento da sociedade contemporânea, seja através de um anabolizado e raivoso super-herói vestido de colante colorido, de uma menina dentuça e seu coelhinho de pelúcia ou da denúncia do massacre do povo palestino; e mostrando que essas três abordagens (dentre outras) só vêm confirmar a dimensão político-ideológica que ela (e toda arte) possui.

1.2 – Estética das Histórias em Quadrinhos

A gênese da linguagem das histórias em quadrinhos (hq's), como pudemos ver na primeira parte deste capítulo, foi cercada de indefinições com relação a datas fundadoras e artistas/países precursores. Mesmo quando ficaram definidos alguns critérios específicos para a conceituação do que seria uma hq, ampliando assim os horizontes de suas origens para períodos anteriores ao final do século XIX, os Estados Unidos ainda hoje são citados como o país "inventor" dos quadrinhos.

Com a definição do que seria uma hq não poderia ser diferente. Diversos autores, em diversos contextos históricos, contribuíram com sua visão sobre a linguagem dos quadrinhos, mas essa profusão de "visões" veio a transformar a definição num emaranhado de conceitos, às vezes contraditórios e díspares.

Basicamente, uma hq pode ser definida como uma narrativa onde o texto e a imagem atuam em conjunto para contar uma história. Mas uma hq também pode prescindir de texto e ser apenas uma narrativa visual. Uma das primeiras definições do que seria uma história em quadrinhos (décadas antes das mesmas serem chamadas assim) foi dada pelo já citado Rudolph Töpffer em 1837:

"(...) Cada um destes desenhos é acompanhado de uma ou duas linhas de texto. Os desenhos, sem este texto, teriam um significado obscuro, o texto, sem o desenho, nada significaria. O todo, junto, forma uma espécie de romance, um livro que,

falando diretamente aos olhos, se exprime pela representação, não pela narrativa.” (MOYA, 1993:9)

MCCLLOUD (1995;9) as define como *"Imagens pictóricas e outras justapostas em seqüência deliberada destinadas a transmitir informações e/ou a produzir uma resposta no espectador"*. Essa definição torna-se problemática, pois também pode ser aplicada à linguagem cinematográfica e aos desenhos animados. Alguns autores associam a linguagem dos quadrinhos à do cinema, e as analisam utilizando os mesmos recursos metodológicos.

Analisando a maioria das definições, percebemos que o foco central em todas elas é a junção texto/imagem e as diversas possibilidades narrativas que esses dois elementos podem gerar, juntos ou isoladamente. CANCLINI (1999;339) ao comentar sobre o caráter inovador dos quadrinhos, afirma:

"Poderíamos lembrar que as hq's, ao gerar novas ordens e técnicas narrativas, mediante a combinação original de tempo e imagens em um relato de quadros descontínuos, contribuíram para mostrar a potencialidade visual da escrita e o dramatismo que pode ser condensado em imagens estáticas".

Uma definição do quadrinista Alex Raymond associa o criador de uma hq a um cineasta:

"Estou sinceramente convencido de que a arte dos quadrinhos é uma forma de arte autônoma. Reflete sua época e a vida em geral com maior realismo, e, graças a sua natureza essencialmente criativa, e artisticamente mais válida do que a mera ilustração. O ilustrador trabalha com máquina fotográfica e modelos; o artista dos quadrinhos começa com uma folha de papel em branco e inventa sozinho uma história inteira -- é escritor, diretor de cinema, editor e desenhista ao mesmo tempo".

Essa abordagem é retomada atualmente por diversos artistas e autores, como Lailson (2000):

"Considerar a Arte Seqüencial como simplesmente uma história feita em quadrinhos seria como dizer que um filme é apenas uma história apresentada numa série de fotografias. No cinema, a ilusão do movimento faz o espectador sentir-se parte desta ilusão e ele tem que acompanhar a história até o final para saber seu desfecho. Na Arte Seqüencial, a seqüência narrativa estabelece a cumplicidade com o leitor, como num livro, de não olhar a última página. (...) O autor de Arte Seqüencial, no entanto, tem responsabilidade direta sobre todos os elementos de sua obra: atores, cenário, luz, direção. Suas mãos são a câmera, seu texto, vozes e ruídos. Sua direção de cena determina o que o leitor/espectador deverá ver claramente ou apenas perceber os detalhes do texto ou das imagens. Como no teatro, existe a fusão do texto literário com a ilusão da cena pintada. Diferente do teatro, os atores em cena também são parte da obra do autor."

Percebe-se, nesta definição, a expressão *Arte Seqüencial*. Este termo foi criado pelo quadrinista Will Eisner nos anos 80, e tentava estabelecer um novo conceito para a linguagem dos quadrinhos. Foi usada pela primeira vez no seu livro *"Quadrinhos e Arte Seqüencial"*.

Outros artistas, estranhos ao universo dos produtores e críticos de quadrinhos também deram sua definição sobre a linguagem, como o cineasta Federico Fellini:

"Histórias em quadrinhos são a fantasmagórica fascinação daquelas pessoas de papel, paralisadas no tempo, marionetes sem cordões, imóveis, incapazes de serem transpostas para os filmes, cujo encanto está no ritmo e dinamismo. É um meio radicalmente diferente de agradar aos olhos, um modo único de expressão. O mundo dos quadrinhos pode, em sua generosidade, emprestar roteiros, personagens e histórias para o cinema, mas não seu inexprimível poder secreto de sugestão"

que reside na permanência e imobilidade de uma borboleta num alfinete."

A contribuição de Fellini abre espaço para que se perceba na linguagem dos quadrinhos não as semelhanças com outras artes, mas sim as diferenças que lhes são características. Experiências como as feitas por Gustave Verbeck, citadas na primeira parte deste capítulo, são única e exclusivamente possíveis de serem concretizadas através de uma hq. E é através de seus elementos estruturadores característicos que a narrativa dos quadrinhos se diferencia.

O **balão** foi o primeiro elemento visual que veio a caracterizar, definitivamente, a linguagem das hq's. É uma evolução dos *filatélicos*, pequenas e irregulares caixa de texto presente em gravuras da Idade Média. O balão é inserido como uma caixa de texto e a princípio era indeciso e irregular. Com o desenvolvimento da linguagem, os balões, sendo plásticos, começam a ser manipulados e a interagir com a narrativa visual, em alguns casos funcionando como um subtítulo que complementa o discurso do autor. Os exemplos mais significativos são *Pogo*, de Walt Kelly; *Asterix*, de Goscinny e Uderzo e os cartuns metalingüísticos do pernambucano Cristiano Mascaro.

A **onomatopéia** significa etimologicamente "o som das coisas" e não é exclusiva dos quadrinhos, podendo ser encontrada na literatura. No entanto, foi nas hq's que a mesma alcançou um desenvolvimento sem precedentes. Na mão de autores criativos como Frank Miller a onomatopéia torna-se, em alguns casos, indissociável da história, contribuindo na construção da narrativa e praticamente transforma-se numa arte a parte.

O **requadro** é o espaço onde acontece a ação da história e sua utilização atualmente não está limitada apenas às quatro linhas tradicionais e ao formato geométrico. Will Eisner foi um dos inovadores ao dividir as cenas de suas histórias com a interseção de planos e enquadramentos sem usar uma única linha. Através do requadro, o autor dita o ritmo de sua história, promovendo cortes e saltos espaço-temporais e narrativos. O espaço entre um requadro e outro é um texto subliminar cujas lacunas são preenchidas no inconsciente do

leitor. Assim, como demonstra Eisner, entre o primeiro quadro onde um personagem desfere um soco em outro e o último quadro que mostra o personagem agredido caído ao solo, há uma passagem de tempo não representada onde o corpo leva alguns segundos para cair; esta seqüência é composta na mente do leitor.

Este exemplo simples tornou-se mais complexo com a evolução das técnicas narrativas do quadrinho, onde entre um requadro e outro distâncias espaciais e temporais às vezes inverossímeis são projetadas; no contexto histórico no qual foram criados, estes deslocamentos eram explicados através de caixas de texto conhecidas como recordatórios, onde se liam descrições como *"enquanto isso, na Sala de Justiça..."* ou *"enquanto o Fantasma luta desesperadamente para salvar a aldeia, Diana chega à cidade para buscar ajuda.."*; ou com a simples menção de localização, tipo *"China. 1950"* ou *"Recife, centro da cidade. Oito anos atrás"*. Atualmente, este recurso é mais usado nos quadrinhos infantis; nas produções destinadas ao público jovem/adulto, experiências mais ousadas são apresentadas, onde o autor conta com o conhecimento e a experiência prévia de seus leitores. Alan Moore, na graphic novel *A Piada Mortal*, onde conta a origem do vilão Coringa, utiliza a cor como indicação de mudança temporal: nas cenas do passado do personagem, a paleta ganha cores pastéis; em outra obra do autor, *Watchmen*, os cortes temporais são indicados pela mudança no formato dos balões de fala dos personagens.

1.3 – História em Quadrinhos: uma arte autônoma

Uma das grandes dificuldades enfrentadas pela linguagem dos quadrinhos foi o seu reconhecimento como uma forma de arte. Apesar dos inquestionáveis avanços que foram conseguidos devido aos esforços constantes de pesquisadores, artistas e admiradores em geral, os preconceitos ainda existem e não apenas entre pessoas

comuns, que de certa maneira é até compreensível, tendo em vista que o estereótipo de produto cultural destinado à crianças e de conteúdo de baixa qualidade, alienador e incentivador da violência que os quadrinhos adquiriram nos anos 50 deixou marcas profundas também no Brasil. No entanto, estes estereótipos também são aceitos, incredivelmente, por instituições como a SBPC, conforme relatado no fanzine *Quadrinhos Independentes* no. 54 (fevereiro/2002), informativo editado por Edgard Guimarães: a revista *Ciência Hoje das Crianças*, publicada pela SBPC em parceria com a Editora Globo, anunciou seu sistema de assinaturas com a seguinte pergunta: "SINCERIDADE: VOCÊ SABE O QUE O SEU FILHO ANDA LENDO?" e ilustrava logo abaixo a reprodução da capa de duas inexpressivas revistas em quadrinhos norte-americanas da década de 70. O que chama a atenção não é o tipo de revista que foi divulgada (uma de terror e outra do personagem *Conan, o Bárbaro*) e sim o significado do questionamento, denotando um preconceito implícito não ao conteúdo das produções – que com certeza nem foram lidas, apenas tiveram suas capas capturadas eletronicamente – e sim à linguagem dos quadrinhos em geral.

Como já foi citado neste mesmo capítulo, deve-se às universidades italianas e a seus pesquisadores o reconhecimento dos quadrinhos como uma forma de arte e comunicação inovadora e única em suas qualidades; mesmo assim, o reconhecimento das mesmas como objeto válido de pesquisa em alguns centros acadêmicos não apenas brasileiros, mas até mesmo europeus ainda é questionado. Além disso, os quadrinhos raramente são citados como tendo o mesmo grau de importância das demais linguagens artísticas. Um dos melhores sintomas disso é que ainda não foi desenvolvida uma metodologia de análise de histórias em quadrinhos que privilegie suas diferenças estéticas com relação ao cinema e à literatura, duas linguagens cujos métodos analíticos geralmente são adaptados para os quadrinhos, com a alegação que os mesmos trabalham com texto e imagens em seqüência.

O que caracteriza uma história em quadrinhos como uma forma de arte autônoma é justamente sua completa diferença das demais linguagens artísticas. As hq's usam uma combinação de texto e imagem de maneira própria e o grande encantamento que as mesmas causam em seus leitores é obtido pelo perfeito encadeamento entre estes dois elementos, resultando numa composição que se revela na página impressa e provoca em cada espectador uma reação diferente, pois como já dissemos, as lacunas são preenchidas pelo inconsciente. Na busca por um conceito que definisse mais explicitamente a linguagem dos quadrinhos, o quadrinista Abs Moraes (2002) chega à conclusão de que a linguagem que mais se aproxima dos quadrinhos é a poesia concreta, que não só utiliza palavras para comunicar com seus sons e sentidos, mas também com suas formas e disposição no espaço da página.

Como um acidente estético na geografia que incomoda o mapa da arte, os quadrinhos vez por outra passam pelo perigo de serem preenchidas com o asfalto do preconceito, até mesmo por suas irmãs. A não ser quando seus recursos estéticos e narrativos são adaptados com sucesso para o cinema, a televisão, a propaganda, o teatro, as artes plásticas, a literatura...

Assim, experiências como os quadrinhos surrealistas do movimento underground norte-americano e brasileiro, os quadrinhos poéticos de Edgar Franco e as histórias de cabeça para baixo de Gustave Veerbeek (figura 1) são exemplos de narrativas seqüenciais única e exclusivamente possíveis de serem desenvolvidas nas hq's e mostram todo o potencial de uma arte que ainda tem que gritar seu nome em alto e bom som para ser ouvida pelos seus pares.



Figura 1

Um exemplo do quadrinho de Veerbeck. Para ver a continuação é só virar a página de cabeça para baixo.

Capítulo 2 - Histórias em Quadrinhos no Brasil e as estratégias para uma estética nacional

2.1 – pequeno percurso histórico

A história das Histórias em Quadrinhos no Brasil pode ser dividida em quatro fases distintas: a primeira vai de 1867 até meados dos anos 30; a segunda, de 1933 até meados dos anos 60; a terceira dos anos 60 até o início dos anos 80; e a quarta da segunda metade dos anos 80 até a atualidade.

A *primeira fase* tem início quando o italiano Ângelo Agostini, radicado no Brasil, publica aquela que é considerada a primeira hq brasileira: AS COBRANÇAS, no jornal O Cabrião. Em 1905, com o lançamento da revista O TICO-TICO, tem início a publicação sistemática de quadrinhos brasileiros. Embora alguns afirmem, como o jornalista José Menezes (1988:32) que os artistas que produziam a revista "*fizeram d'O Tico-Tico uma publicação nitidamente nacional, sem influência de qualquer corrente estrangeira*", a mesma também publicava material importado, além da curiosa "adaptação" do personagem *Buster Brown* e seu cachorro *Tige*: durante muitos anos, as histórias foram totalmente produzidas (às vezes decalcadas do original) por artistas brasileiros e tornaram-se um sucesso com os nomes de *Chiquinho* e *Jagunço* tendo continuidade mesmo após o cancelamento do personagem nos Estados Unidos.

Apesar desse pioneirismo na publicação de quadrinhos, a produção brasileira começou a ser suplantada já na década de 30, com o início da massificação do quadrinho norte-americano, que veio a se consolidar com o lançamento de duas publicações: o *Suplemento Juvenil*⁶, de Adolfo Aizen e o *Globo Juvenil*, seguido de *O Gibi*⁷, do

⁶ O Suplemento foi, durante um ano, alimentado pelo material cedido gratuitamente pelos *syndicates* americanos à Adolfo Aizen, que em seguida fundaria a poderosa Editora Brasil-América.

jornalista Roberto Marinho, que publicavam vários personagens norte-americanos hoje considerados clássicos. Foi a época da política getulista de boa vizinhança com os EUA, o que rendeu ao Brasil empréstimos, equipamentos, montagem de subsidiárias de empresas americanas e na parte cultural, o aumento da importação de filmes, músicas e hq's. Como prova do bom relacionamento entre os dois países, Walt Disney criou o papagaio *Zé Carioca*, modelo fiel de como os americanos hegemônicos viam seus vizinhos periféricos: um povo alegre, cordial e inofensivo, porém preguiçoso e caloteiro.

Uma grande oportunidade de desenvolvimento dos quadrinhos brasileiros se deu durante a *segunda fase*, quando a produção norte-americana teve uma redução por causa da entrada dos EUA na 2ª Guerra Mundial. No entanto, com receio de perder um público cativo, acostumado a consumir a produção estrangeira, os editores brasileiros preferiram a publicação de personagens com grandes influências de modelos norte-americanos. Ainda nessa fase temos a criação de um projeto que tinha dois objetivos: popularizar clássicos da literatura brasileira adaptando-os para os quadrinhos, e simultaneamente tentar acabar com o preconceito contra estes últimos. Estas adaptações foram importantes dentro de um contexto político de valorização da cultura e do artista brasileiro, embora as mesmas não tivessem a dinâmica de uma história em quadrinhos. Provavelmente foi o enorme respeito às obras literárias que resultou num receio de ousar na adaptação, principalmente para uma linguagem que ainda lutava para ser reconhecida como arte.

A reação contra a hegemonia do quadrinho norte-americano só veio acontecer na *terceira fase*, com manifestações pela valorização do artista brasileiro; movimentos nacionalistas chegaram a propor leis federais impondo cotas progressivas de publicação de hq's brasileiras que deveriam ser seguidas pelas editoras⁸. Mas a influência de 30 anos de publicação da produção norte-americana de quadrinhos já havia se

⁷ Gíria que significava "moleque" e era o nome do mascote da publicação e que veio a se tornar sinônimo de revista em quadrinhos no Brasil.

⁸ Decreto-Lei 52497, de 1963, que previa o seguinte: 30% a partir de janeiro de 1964, mais 30% a partir de janeiro de 1965 e mais 30% um ano depois. Em 1984, foi aprovada outra lei na qual

consolidado, gerando dois fenômenos: no primeiro, o surgimento do gênero de super-heróis, totalmente calcados nos similares americanos; e a produção brasileira de personagens Disney, exportada até para outros países. Os quadrinhos brasileiros mais significativos do período não foram resultado direto dessas reivindicações nacionalistas, mas mostraram que era possível o país ter uma produção nacional de qualidade, embora fossem fortemente antagônicos em suas propostas temáticas: o *Pererê*, de Ziraldo e *A Turma da Mônica*, de Maurício de Sousa. No final dos anos 70 podemos destacar a produção da editora Grafipar, de Curitiba, que se tornou uma verdadeira trincheira de combate ao quadrinho norte-americano (OLIVEIRA, 2002:1).

A *quarta fase* é marcada pelo surgimento dos quadrinhos brasileiros para adultos na segunda metade dos anos 80 quando alguns autores revelados na produção independente dos anos 70 (principalmente nas revistas alternativas *Balão* e *Bicho*) chegaram ao grande público através de revistas⁹ e de tiras humorísticas publicadas nos principais jornais do país. A estabilidade financeira oriunda do Plano Cruzado I teve importante papel nesse período, onde podemos afirmar que a produção brasileira de quadrinhos deu o primeiro passo para sua modernidade. Ao lado do humor ácido da Chiclete e suas filhas, também podemos destacar a editora *D-Arte*, do argentino Rodolfo Zalla, que assim como a *Grafipar* nos anos 70 e meados dos 80 foi um foco de resistência dos quadrinhos brasileiros, publicando exclusivamente histórias de terror. No início dos anos 90, após o fracasso dos planos econômicos Cruzado 1 e Cruzado II, boa parte dessas revistas tinha sido cancelada.

Só com o sucesso do Plano Real, ainda na primeira metade dos anos 90, foi que o quadrinho brasileiro retomou seu caminho na busca de uma estética e de uma identidade própria. Ainda nessa fase verifica-se o ressurgimento dos super-heróis nos moldes norte-americanos, assim como aconteceu nos anos 60 e 70 e a volta dos

uma emenda definia "quadrinho nacional como todo aquele feito no Brasil" – inclusive se fossem de personagens estrangeiros, fato que já acontecia com os personagens Disney.

⁹ Como *Chiclete com Banana*, de Angeli - um dos maiores sucessos editoriais na área de quadrinhos nacionais, depois da Turma da Mônica. Chegou a ter uma tiragem de 110.000

artistas da tv, da música e atletas esportivos em adaptações infantis para os quadrinhos (Xuxa, Gugu, Leandro e Leonardo, Os Trapalhães, Ayrton Senna).

2.2 – A modernidade do quadrinho brasileiro

Apesar do pioneirismo de Ângelo Agostini e da vanguarda estética de autores como J. Carlos e Max Yantok, entre outros, na revista *O Tico-Tico*, o quadrinho brasileiro começa a ter uma repercussão maior em termos de reconhecimento de público e sucesso comercial com o surgimento dos já citados *Turma da Mônica* e *Turma do Pererê*.

No **Pererê**, de Ziraldo, podemos identificar vários elementos de “brasilidade”, a começar pelo personagem principal, inspirado no mito folclórico do Saci Pererê, e nos demais personagens coadjuvantes (animais representantes da fauna brasileira - uma onça, um coelho, um jabuti, uma coruja, um macaco -, habitantes de uma pequena cidade do interior de Minas Gerais, um índio e a própria geografia onde os personagens circulam, a Mata do Fundão). Todos esses aspectos conferem ao Pererê uma forte identificação cultural com o país, tanto que até hoje o personagem é citado quando se fala em “identidade nacional” nas histórias em quadrinhos brasileiras.

Por outro lado, Maurício de Sousa e seus personagens da **Turma da Mônica** seguem pelo caminho oposto, ao abordar temas universais, encontrados em outras publicações estrangeiras, como pré-história (*Piteco*, *Horácio*) e terror (*Turma do Penadinho* - onde aparecem ícones do terror internacional: Drácula, Frankstein, a Múmia). Apenas o indiozinho *Papa-Capim* e o caipira *Chico Bento* representam aspectos “brasileiros”. Não há indícios de que os personagens vivem no Brasil. Essa universalidade facilitou às criações de Maurício o passaporte para serem publicados em diversos países, nas mais diversas línguas. Deve-se registrar também o forte

merchandising associado aos personagens, o que faz com que os mesmos sejam campeões de vendas, superando até os tradicionais super-heróis americanos.

Dentro do contexto político-cultural no qual surgiram – início dos anos 60 – estas duas criações logo se tornaram paradigmáticas para o debate sobre o resgate de uma identidade brasileira que passasse pela temática do nacional-popular, do resgate de nossas raízes culturais como passaporte para a modernidade. Neste sentido, enquanto o Pererê era enaltecido pela esquerda como um quadrinho combativo e engajado, a Mônica e seus amiguinhos eram acusados de serem antinacionalistas pelo simples fato de não estamparem em suas páginas coloridas elementos simbólicos que remetesse ao país em que viviam. Segundo RIDENTI (2001:11):

“Certos partidos e movimentos de esquerda, seus artistas e intelectuais valorizavam a ação para mudar a História e construir o “homem novo”, nos termos de Karl Marx e Che Guevara. Mas o modelo para esse “homem novo” estava no passado, na idealização de um autêntico homem do povo, com raízes rurais, do interior, do “coração do Brasil”.(...) São exemplos nas artes: o indígena exaltado no romance Quarup, de Antonio Callado (1967); a comunidade negra celebrada no filme Ganga Zumba, de Carlos Diegues (1963), e na peça Arena Conta Zumbi, de Augusto Boal e Gianfrancesco Guarnieri (1965), etc.(...)Esse romantismo revolucionário – sem nenhuma conotação pejorativa no uso do termo – recolocava o problema da identidade nacional e política do povo brasileiro, buscava suas “raízes” e a ruptura com o subdesenvolvimento”.

Essa busca pela nacionalização e pela valorização do autor brasileiro de quadrinhos terminou gerando movimentos que propunham uma redução da quantidade de publicações importadas, basicamente norte-americanas, e a implantação de cotas para a produção brasileira. Projetos de lei foram apresentados ao congresso e

dois deles tornaram-se decretos. Um chegou a ser colocado em votação, mas o forte *lobby* de editoras brasileiras conseguiu derrubá-lo. Quase vinte anos depois, outro decreto foi aprovado com várias emendas e uma delas definia quadrinho nacional como todo aquele feito no país. Dentro desta concepção já havia uma grande produção de quadrinhos dos estúdios Disney totalmente produzidos por profissionais brasileiros, que escreviam e desenhavam as aventuras de *Mickey, Pateta, Pato Donald, Tio Patinhas* e outros personagens, embora não fossem creditados. Segundo SANTOS (2002), esta produção durou de 1959 a 2000. Apesar da aculturação, esta prática teve importância por gerar emprego para diversos artistas do meio. A aprovação de uma lei de cotas também poderia ampliar o mercado para o artista brasileiro, mas o quesito “qualidade” poderia ser comprometido.

“O protecionismo de mercado para os quadrinhos brasileiros, que foi praticamente o único objetivo das associações de quadrinhistas no início dos anos 80, a esta altura sofria uma derrota decisiva no Congresso Nacional com emendas à lei impingidas pelas grandes editoras, que consideravam qualquer personagem estrangeiro desenhado no Brasil como personagem nacional(...) O cumprimento da lei dos 50% garantiria um certo mercado de trabalho, mas não a qualidade do material editado. Isto, no final, poderia virar-se contra os próprios quadrinhistas associados, que lutavam pela lei mas também pela melhoria do quadrinhos nacionais.”(MAGALHÃES, 1994:68)

O período que compreende o início dos anos 70 e a primeira metade dos anos 80 foi um dos mais férteis para a renovação das hq's brasileiras. O primeiro sinal dessa renovação veio com a revista alternativa *Balão*, produzida por estudantes universitários.

“(...)surgida em 1972, se auto-rotulava 'contribuição cultural ao panorama universitário estudantil em geral'. Apesar de ter tido

apenas nove edições, ela trouxe uma grande renovação gráfica e temática ao quadrinho brasileiro, além de oferecer, enquanto veículo, o espaço para a publicação dos que não podiam circular em outras revistas por questões políticas ou mesmo por causa de sua ousadia experimental.” (MAGALHÃES, 1994:25)

Diversas publicações alternativas surgiram inspiradas na *Balão*, as quais podemos destacar *O Bicho* (1975), *Grilo*, *A Esperança no Porvir* (1973), *UAI!*, *Risco*, *Ôxente*, *Maturi*; em Pernambuco, tivemos experiências independentes com *Humor Feito por Nós* e *O Outro*.

Pequenas editoras surgidas no início dos anos 80 como a D-Arte (do quadrinista argentino radicado no Brasil Rodolfo Zalla) e a Grafipar tornaram-se dois importantes núcleos de resistência ao quadrinho importado e abrigaram em suas publicações boa parte dos artistas nacionais. A D-Arte ressuscitou o gênero do terror e sua revista “*Calafrio*” tornou-se *cult*; a Grafipar foi a mais prolífica editora do período, publicando desde quadrinhos eróticos até ficção científica; a editora Vecchi publicava hq’s de faroeste e terror. Mesmo quando as histórias publicadas não abordavam temas nitidamente nacionais em seu conteúdo narrativo, estava implícito nelas um discurso ideológico de valorização do quadrinho brasileiro através do fazer; ser quadrinista no contexto político da ditadura política era ser também um guerrilheiro em luta no front contra o regime militar e contra a “invasão norte-americana”. Toda essa produção inovadora tinha uma resposta positiva do público, mas além da concorrência com o quadrinho importado havia a questão financeira e todas essas editoras não resistiram à crise econômica que assolou o país no início dos anos 80. Só a D-Arte resistiu até 1992, quando encerrou suas atividades. No entanto, a semente da modernidade fora plantada e alguns anos depois daria seus frutos. Antes, porém, é necessário dividir o crédito dessa renovação do quadrinho brasileiro com os fanzines.

O termo *fanzine* tem origem na contração das palavras inglesas *fanatic* e *magazine* e que significa “revista de fã”. Sua origem remonta a 1930, com a publicação de *The Comet*, criado pelo norte-americano

Ray Palmer e que tinha como assunto a ficção científica (MAGALHÃES, 1994:75). Mas foi o movimento punk o grande catalisador do crescimento dos fanzines pelo mundo com seu lema *do it yourself* – faça você mesmo, um grito de rebeldia que incentivou a juventude dos anos 70 a ir de encontro ao sistema. No Brasil, o primeiro fanzine publicado foi o *Ficção*, editado por Edson Rontani. Hoje, o Brasil possui uma das maiores produções de fanzines de quadrinhos do mundo; seu desenvolvimento se deu na década de 70 como um desdobramento das lutas revolucionárias que aconteciam no país. A diversidade de temáticas e graus de qualidade estética da produção fanzineira contribuiu para que a linguagem dos quadrinhos nacionais chegasse ao grau de sofisticação literária e gráfica em que hoje se encontra, ao permitir que seus autores experimentem diversas possibilidades narrativas sem se preocuparem com estratégias comerciais e número de vendas. Apenas no universo dos fanzines é que experiências autorais como os quadrinhos poéticos¹⁰ teriam espaço para se desenvolverem. Todos os gêneros narrativos estão representados nos fanzines de quadrinhos: os tradicionais super-heróis, mangá japonês, eróticos e pornográficos, humor e infantil; e todas as temáticas também, como os que representam movimentos sociais como o homossexualismo. Dentre a enorme produção, alguns podem ser destacados: de João Pessoa-PB, temos o *Top Top*, editado por Henrique Magalhães, que além de quadrinhos tem como principal atrativo as entrevistas com os autores independentes brasileiros e o debate sobre a produção nacional através de artigos e resenhas críticas; *Quadrinhos Independentes*, do mineiro Edgard Guimarães, um recordista de prêmios e que é o principal divulgador da produção fanzineira de todo o país, além de trazer excelentes hq's do editor e também promover debates sobre quadrinhos; *Manicomics*, do Ceará, editado por JJ Marreiro e Daniel Brandão, que traz apenas quadrinhos e que já ganhou diversos prêmios. Na internet, podemos citar o sítio da pequena editora *Nona Arte*, do carioca André Diniz, um dos mais premiados roteiristas da hq nacional e que também traz discussões

¹⁰ estilo que mescla a poesia com a narrativa gráfica, não necessariamente seqüenciada como

importantes sobre a linguagem, como se fosse um fanzine eletrônico. A produção fanzineira mantém, com todas as dificuldades inerentes ao gênero, a luta pela valorização do quadrinho brasileiro. E é oportuno citar que todos os grandes autores de quadrinhos contemporâneos começaram no meio alternativo, como Angeli, Laerte, Marcatti, Lourenço Mutarelli, André Diniz e Wellington Srbek.

No final de 1985 chega às bancas de jornal a revista que pode ser considerada o marco fundador de uma modernidade na história dos quadrinhos brasileiros: *Chiclete com Banana*. Ancorada no sucesso da tira homônima produzida por Arnaldo Angeli Filho publicada na Folha de São Paulo, a Editora Circo é criada e após lançar com êxito comercial álbuns com coletâneas de tiras, decide chegar ao grande público com a citada revista. Ao abordar em suas histórias o universo urbano de uma grande metrópole de um país periférico e mostrar que essa urbanidade não era muito diferente das grandes metrópoles de países hegemônicos, tudo visto com um humor ácido, Angeli e seus colaboradores derrubaram por terra todas as alegações de que o quadrinho brasileiro era inferior ao quadrinho importado em termos de representação gráfica e conteúdo narrativo.

“O desenho pesado e personagens malditos como punks, drogados e alcoólatras fizeram o sucesso de Chiclete com Banana. Temas até então tabus como a imbecilidade social e o sexo sem fronteiras e pudores, eram enfocados de forma aberta e irreverente, fazendo a revista despontar como vanguarda de um tipo de quadrinhos absolutamente ignorado pelas grandes editoras.” (MAGALHÃES, 1994: 66)

Com a *Chiclete*, o quadrinho adulto brasileiro passou a ter outro sentido, já que o termo “adulto” era associado ao quadrinho erótico ou pornográfico antes da década de 80 (SILVA, 2002:3) – se bem que podemos incluir nessa classificação a produção de quadrinhos experimentais e poéticos, além daqueles com temática explicitamente

política (CIRNE, 1975). Mas a partir da *Chiclete* este termo passou a designar toda publicação direcionada a um público mais maduro, não importando qual gênero aparecia nas páginas. Sendo assim, a revista abriu o mercado para este tipo de publicação, de certa forma servindo de termômetro para que editoras grandes como Abril e Globo publicassem quadrinhos adultos, incluindo aí até os super-heróis com abordagem mais complexa.

Com o sucesso da *Chiclete* – que chegou a ter uma vendagem de 90.000 cópias de uma tiragem de 100.000 – outras publicações com propostas similares chegaram às bancas como *Porrada!*, *Animal*, *Udigrudi*, *Abutre*. Todas publicavam o quadrinho independente nacional e uma seleção de autores europeus e norte-americanos que fugissem do esquema industrial do super-herói norte-americano. Mas ao lado da *Chiclete*, podemos destacar a revista *Circo*, da mesma editora e que além de publicar autores nacionais, também dava espaço ao quadrinho underground estrangeiro. No editorial da edição 6, os editores alertavam aos nacionalistas que a “*Circo não é uma revista de 'quadrinhos nacionais'. É uma revista 'nacional de quadrinhos'*”. Alguns autores que publicavam na *Chiclete* lançaram revistas próprias, como “desdobramentos” da mesma: *Piratas do Tietê*, de Laerte Coutinho e *Geraldão*, de Glauco – além de publicações dentro do mesmo espírito como *Níquel Náusea*, de Fernando Gonzalez. É sintomático perceber, partindo do citado editorial da revista *Circo*, que não há em nenhum momento na trajetória destas publicações uma busca desenfreada por uma *identidade nacional* a ser representada nas páginas das revistas e, paradoxalmente, era essencialmente nacional em sua representação ao mostrar que uma identificação com elementos da *nacionalidade* não passava necessariamente pela exibição de nossos símbolos identitários mais comuns.

A produção destes autores teve fôlego até o início dos anos 90, quando a crise financeira terminou por cancelar boa parte destas publicações. Ainda na primeira metade dos anos 90, com a implantação do Plano Real, uma nova produção chegava às bancas, com temáticas diversificadas e qualidade gráfica variável. A produção

underground sofreu um *upgrade* por conta do barateamento dos meios de reprodução e as bancas começaram a receber material de pequenas editoras e de fanzineiros com mais recursos financeiros para lutarem por uma fatia do mercado.

" O Plano Real, de certo modo, possibilitou um maior acesso das classes mais baixas ao consumo tanto de produtos culturais (CDs, ingressos de cinema, livros, filmes em vídeo), como dos aparelhos eletrônicos para usufruir destes produtos – sem que isso significasse, contudo, uma melhor distribuição de renda no país. Isso tem reflexos não apenas na esfera do consumo, mas também da produção (grifo nosso).(PRYSTHON,2001a)"

O surgimento e posterior desenvolvimento das leis de incentivo à cultura também neste período possibilitaram a produção de projetos de quadrinhos mais autorais, como é o caso do nosso objeto de estudo. A revista *Solar* foi a primeira história em quadrinhos a ser publicada através de uma lei de incentivo, neste caso a da prefeitura de Belo Horizonte. O que se pode notar nestas publicações é que a liberdade temática que os autores conseguiram só foi possível graças à total independência que os mesmos tiveram para administrar suas criações, tendo em vista que a indústria geralmente adapta/mutila as produções visando alcançar um público mais específico, o que geralmente termina não rendendo bons resultados.

Foi o aconteceu com parte da produção que surgiu neste período. Ao tentar ganhar uma fatia do público consumidor de super-heróis norte-americanos, pequenas e grandes editoras optaram por lançar no mercado um produto similar. A pequena Editora Trama, por exemplo, produziu hq's com títulos como *Capitão Ninja*, *Warbreed*, *Killbite*, *Godless*; a poderosa Abril lançou a série *Terra 1*. O que caracterizava estas produções era a estética adotada, perfeitamente copiada dos modelos norte-americanos. São produtos parafrásticos e que reeditam uma tática que já tinha acontecido nos anos 60: a

criação de super-heróis brasileiros sem nenhuma identificação com nossa realidade.

"Recently, several new comic books bringing different super-heroes have appeared in the brazilian newstands. Those titles, although produced by artists who were born and grown in the Brazilian territory, reproduce the tematics, the view, the anatomy and the idiosyncrasy of the characters, as well as the format of the pages of the North American comics. (...) Generally, the comic artists involved in those publications try to navigate in the same ocean where Marvel's and DC's heroes navigate (...). In fact, the characters of these comic books have names like Mitzrael, Warbreed, Killbite, Blue Fighter and normally live in Manhattan or Los Angeles." (VERGUEIRO, 1999).

Mas ao lado destas produções, outras se destacam por procurarem uma estética nacional, uma linguagem que nos diferenciasses do hegemônico quadrinho importado, agora reforçado pela presença dos japoneses e seus personagens oriundos dos desenhos animados. Podemos afirmar que os quadrinhos brasileiros começam a ter um estilo, uma poética própria, ainda cambaleante e descentrada, mas firmando seus primeiros alicerces.

Nas produções que buscam uma estética nacional, a preocupação com o resgate de uma identidade local/nacional se dá em alguns desses casos na articulação entre o tradicional e o moderno, o centro e a periferia; noutros, na revisitação do passado e do interior do país. Segundo HALL,

"as culturas nacionais são tentadas, algumas vezes, a se voltar para o passado, a recuar defensivamente para aquele "tempo perdido", quando a nação era "grande"; são tentadas a restaurar as identidades passadas. Este constitui o elemento regressivo, anacrônico, da estória da cultura nacional. Mas freqüentemente esse mesmo retorno ao passado oculta uma luta para mobilizar as "pessoas" para que purifiquem suas fileiras, para que

expulsem os "outros" que ameaçam sua identidade e para que se preparem para uma nova marcha para a frente."(1999: 56)

Essa característica de retorno à uma pureza cultural brasileira que foi perdida por ter sido infectada pelo vírus estrangeiro começa a tomar a cena nacional neste período.

"A cultura brasileira da década de 90 vai mostrando uma forte inclinação para o passado, vai se definindo como matéria reciclada não apenas na teoria, mas na sua materialidade cotidiana. Muitas vezes essa rearticulação da tradição pode ser o sinal de uma nostalgia, o sintoma de uma saudade cultural: a afirmação de uma identidade nacional. Como também pode ser a explicitação de um diálogo dessa tradição com a modernidade, pode ser a subversão da idéia de identidade nacional tendo em vista um cosmopolitismo ex-cêntrico. (PRYSTHON, 2001a)"

Algumas publicações da década reforçam essa nostalgia ao abordarem, por exemplo, a temática do cangaço. *"Lampião – Era o cavalo do tempo atrás da besta da vida"*, de Klévisson Viana e *"Mulher-diaba no rastro de Lampião"*, de Ataíde Braz e Flávio Colin retomam o mítico capitão Virgulino Ferreira – ressuscitando o tema que foi muito explorado na década de 70 na fase dos quadrinhos regionais; ou abordam o gênero do terror com os olhos arregalados de brasilidade interiorana como em *"O Olho do Diabo"*, de Mozart Couto; *"O Boi das Aspas de Ouro"* de Flávio Colin pega de empréstimo uma lenda dos pampas gaúchos; Wander Antunes e Mozart Couto tocam no coronelismo do início do século XX em *"Crônicas da Província"*; *"Adeus, Chamigo Brasileiro"*, de André Toral, tese de doutorado em História que virou um belíssimo álbum de quadrinhos sobre a Guerra do Paraguai; André Diniz conta a trajetória do coronel inglês que desapareceu na selva amazônica em *"Fawcett"*, além de revisitar o período da ditadura militar na série *"Subversivos"*. Mas talvez o mais emblemático produto dessa revisitação ao passado seja *"Estórias*

Gerais”, de Wellington Srbek e Flávio Colin, “*assumidamente, e sem vergonha nenhuma, um manifesto político-cultural em forma de declaração de amor ao Brasil*” (SRBEK, 2001: 2).

O álbum é uma verdadeira ode aos valores puros do interior e do imaginário fantástico brasileiro – presente também em outras obras do autor como *Mirabilia* e *Fantasmagoriana*. Em *Estórias Gerais*, passado na década de 20, o personagem Ulisses de Araújo é um repórter de um grande jornal da capital mineira que vai até Buritizal, pequeno município do norte de Minas, para fazer uma reportagem sobre o bandoleiro que aterroriza a região: Antonio Mortalma. No início seu olhar racional enxerga o povo local com diversos pré-conceitos:

“Por não serem agraciados com as luzes da civilização e dos modernos tempos, tais pessoas são ainda vítimas de toda sorte de superstições e atrasos espirituais.” (página 9).

“Não é de se espantar que em meio tão hostil, dominados pelo medo e pela ignorância, os sertanejos venham a idolatrar os piores facínoras, como se fosse, na verdade, corajosos heróis.” (página 17)

“Perdidos no meio do sertão, sem os benefícios da civilização, alheios às leis da república e aos sentimentos patrióticos, estes órfãos cívicos só poderiam seguir os vícios e torpes práticas do banditismo. É nosso dever, enquanto homens de razão e de bons princípios, resgatá-los desta noite de profundas trevas.” (página 19)

Após presenciar diversos fatos inexplicáveis que desafiam sua razão e conhecer a fundo os valores do povo com o qual conviveu durante a aventura, o personagem tem sua visão de mundo modificada, conforme relata ao final da história:

“Certamente, desconhecemos nossa própria nação. Por prepotência olhamos para ela – e para aqueles que vivem em seus campos mais distantes – com um olhar de superioridade, de estrangeiro e colonizador. Mera ilusão de óptica que não nos permite enxergar as nuances mais suaves e os matizes mais fortes que embelezam e tornam únicas nossa terra e nossa gente. Civilizada miopia que nos faz ver o atraso e ignorância onde há, na verdade, a diferença, a originalidade apaixonante do que não é aquilo que somos nós. Diante do mundo pulsante que é o Brasil que desconhecemos, sentimo-nos ameaçados e reagimos erguendo nossa barreira de princípios racionais e valores civilizatórios. Mas, tais escudos de mentira e preconceito se desmancham no ar, como névoa de um sonho, diante da verdade viva e arrebatadora que invade nossos sentidos!”.
(páginas 23/24)

Diante da trajetória errante dos quadrinhos brasileiros desde suas origens é compreensível essa urgência em olhar para trás à procura de uma identificação cultural, como uma busca pelo tempo perdido, pelo quadrinho que não se desenhou, pelo balão que ficou mudo, pela oportunidade de se mostrar o Brasil nas páginas de nossas hq's. Essa “saudade cultural” de que nos fala Angela Prysthon é apenas um dos braços da maturidade estética das hq's brasileiras e instaura um novo campo de batalha contra a massificação cultural sino-americana: a luta agora não é por leis de cotas e não se ouvem mais palavras de ordem como “fora o quadrinho ianque” - é hora de parar de lamentar todos os problemas que a “invasão” norte-americana nos causa e partir para o embate franco e direto com as mesmas armas do inimigo: lápis, nanquim e tintas.

Por outro lado, há uma vertente que não segue esta estética da interiorização e da nostalgia e aposta num nacionalismo que se adapta à inevitável globalização cultural, mas sem ocupar uma posição inferior na estrutura. Já lemos tudo, já copiamos muito, já cumprimos nosso papel de papagaios. A estratégia agora é hibridizar, no melhor estilo

canibal da antropofagia andradiana, devorando o quadrinho estrangeiro no que ele tem de melhor e no processo digestivo misturar com o melhor do quadrinho nacional; no bolo alimentar que se forma, há toda uma nova linhagem de proteínas e vitaminas que fortalecem todo o organismo cultural – como ocorreu na renovadora experiência da *Chiclete com Banana* e seus desdobramentos.

Só que agora esta produção trilha caminhos fora do humor. “*Tempos de Guerra*”, de José Duval (1993), antecipa em anos e acentua a guerrilha urbana que vemos hoje no país, com a classe abastada entrincheirada em torres luxuosas, chamadas de “ilhas” e tribos (*skinheads*, favelados, ladrões) lutando entre si em contendas orquestradas pela “casa grande” com o objetivo de desviar a atenção dessas “minorias” para o fosso social que as separa; “*O Girassol e a Lua*”, de Gabriel Bá e Fábio Moon (2000), uma aventura romântica atemporal e cuja ausência de referências simbólicas ao Brasil não fazem falta em nenhum momento da narrativa; e a obra do maior autor brasileiro de quadrinhos da atualidade, o paulista Lourenço Mutarelli, é totalmente universal em sua temática ao mesmo tempo em que tem o Brasil como pano de fundo de suas histórias.

Outro fenômeno a ser destacado no período é a produção de um quadrinho mais profissional fora do eixo Rio - São Paulo – Minas Gerais. Segundo Muniz Sodré (1972), depois dos anos 40 a diversificação da industrialização brasileira termina por beneficiar a classe média e a classe mais elevada, colocando-as na era do consumo. Este segmento privilegiado, concentrado em sua maior parte no Rio de Janeiro e em São Paulo passou a importar produtos culturais norte-americanos e espalhando essa influência pelo resto do país. Em sua análise crítica dos quadrinhos brasileiros publicada em 1982, Moacyr Cirne se perguntava: “*Será que Rio de Janeiro e São Paulo exercem um certo tipo de imperialismo cultural sobre o resto do país? Historicamente, sim.*”

Principal pólo editorial do país, São Paulo concentra a maior parte das editoras de quadrinhos do Brasil, sejam elas de grande, médio ou pequeno porte. O resultado é a grande quantidade de

publicações com nível gráfico mais desenvolvido. Aliado a essa qualidade, a distribuição nacional desses produtos permite maior visibilidade aos mesmos.

O colapso das produções midiáticas regionais em função de uma “nacionalização” da comunicação, projeto dos militares com objetivo de unificar (e vigiar melhor) a nação desloca o olhar para o centro-sul do país como gerador uno da cultura brasileira, seja ela de “massa” ou “cultura” (conceitos pantanosos e móveis). Algumas “interferências” regionais conseguem contaminar essa homogeneização, como no caso da música baiana classificada de “*axé-music*” e, em menor escala e duração dos efeitos, o *manguebeat* pernambucano. No caso da televisão, do rádio e do teatro esses centros não sofrem essas intervenções. O mesmo acontece com os quadrinhos.

Então, se há uma hegemonia (macro) da produção cultural de países centrais sobre a produção de países periféricos, podemos afirmar que também existe uma hegemonia interna (micro) da produção cultural do centro-sul sobre as demais regiões brasileiras. Essa micro-hegemonia confere uma uniformidade centralizadora na difusão cultural brasileira e com as histórias em quadrinhos não seria diferente. Quais seriam, então, as estratégias que as produções regionais à margem desse centro micro-hegemônico teriam de adotar para expandir sua produção de quadrinhos?

Uma alternativa surgiu com a criação das já citadas Leis de Incentivo à Cultura. Essas leis foram importantes, associadas à estabilidade econômica, para o desenvolvimento de empreendimentos culturais patrocinados por empresas privadas com recursos de impostos que originariamente iriam para os governos (municipal, estadual e federal). Fora do eixo micro-hegemônico citado, a utilização de incentivos na produção de quadrinhos permite a divulgação e a distribuição do produto. Como exemplo, podemos citar a experiência da revista pernambucana *Ragú*. A partir da primeira metade dos anos 90, o estado de Pernambuco vive uma efervescência cultural sem precedentes, onde linguagens como cinema e música ganham a mídia nacional através de produtos como o filme “*O Baile Perfumado*” e a

música do Movimento Manguebeat, representado por nomes como *Chico Science e Nação Zumbi, mundo livre s/a* e *Mestre Ambrósio*. Festivais de cinema, de teatro, de quadrinhos e de dança; feira de livros, congresso de escritores; fora do movimento mangue, a "revelação" de artistas como Lenine e Antônio Carlos Nóbrega. É nesse contexto cultural que surge a revista *Ragú*, primeira publicação a se valer de uma lei de incentivo fora desses centros. Editada por João Monteiro e Cristiano Mascaró, podemos dizer que a mesma é filha direta dessa efervescência e que inaugurou um novo patamar estético na produção pernambucana de quadrinhos dentro da já citada universalização.

Apesar de ter crescido consideravelmente a partir da década de 90, tanto em termos qualitativo como quantitativo, a produção brasileira de quadrinhos ainda é paradoxalmente irregular. Das 13 editoras (entre grande e médio porte) atuando no mercado, apenas seis publicam quadrinhos nacionais: a Globo mantém a tradicional *Turma da Mônica*, dos estúdios Maurício de Sousa; a Escala tem uma produção irregular, mas vez por outra publica coletâneas de autores brasileiros iniciantes; a Devir se concentra na obra de Lourenço Mutarelli; a italiana Panini, apesar de ter 99% de suas publicações voltadas para o quadrinho norte-americano de super-herói, aposta no infante-juvenil *Combo Rangers*, de Fábio Yabu; a Trama publica com grande sucesso o híbrido mangá-RPG¹¹ *Holy Avenger*; a Via Lettera investe em álbuns de luxo nacionais e na revista-mix *Front*; e a Opera Graphica tem se destacado por resgatar a memória do quadrinho brasileiro ao republicar grandes autores do passado e apostar em novos talentos. As demais editoras dedicam-se aos quadrinhos importados, sendo a maioria de produção norte-americana (dos super-heróis a publicações mais adultas como *Palestina*, uma contundente denúncia do massacre do povo palestino narrada pelo jornalista Joe Sacco) e japonesa (dos sucessos da televisão como *Dragon Ball* a

¹¹ RPG: role-playing games, ou seja, *jogo de interpretação de papéis*, uma das mais populares formas de diversão da atualidade cujos jogadores literalmente interpretam seus personagens em aventuras passadas geralmente em universos míticos repletos de dragões, feiticeiros e guerreiros bárbaros; com seu desenvolvimento, outros gêneros foram sendo incorporados, como ficção-científica, terror e até temáticas nacionais, como a saga dos Bandeirantes.

obras mais densas, como *Gen – Pés Descalços* que narra todo o horror da vida pós-Hiroshima e Nagasaki), com um espaço para o quadrinho italiano da Bonelli Comics, que produz um grande sucesso comercial: o cowboy *Tex*.

A receptividade do público consumidor ao produto nacional é positiva, embora seja abalada pela questão econômica, já que os álbuns de luxo da Via Lettera chegam a custar mais de 10% do salário mínimo atual (R\$ 200,00). Como sempre ocorreu desde o início da chegada dos quadrinhos norte-americanos no país, é mais viável para algumas editoras publicar o produto importado do que investir no produto local. Além disso, há a associação dos personagens importados com outras mídias (games, cinema, desenhos animados) que terminam por atrair o leitor para as revistas. Esta é uma prática que se perpetuou no mercado brasileiro e que dificilmente será suplantada em sua totalidade pela produção nacional. As editoras publicam personagens reconhecidos em todo o mundo mesmo por aquele público que não é leitor de quadrinhos – graças à divulgação através das outras mídias já citadas – e que têm grande aceitação entre os leitores habituais; e elas praticamente não correm riscos comerciais tendo em vista que o produto é testado antes no país de origem. Sendo assim, todo quadrinho de sucesso comercial no exterior inevitavelmente será publicado no Brasil, onde se espera que o mesmo repita o êxito – o que algumas vezes não acontece.

Para investir em novos personagens nacionais as editoras de quadrinhos teriam, além de um acréscimo nos custos de produção (pois toda uma equipe criativa teria de ser contratada - roteiristas, desenhistas, coloristas, redatores, etc.), de arcar com os inevitáveis prejuízos iniciais até que os mesmos ganhassem a simpatia dos leitores e só a partir daí começassem a gerar algum lucro. Nesse cenário econômico instável, com um produto barato nas mãos e um público consumidor fiel, qual empresa correria tantos riscos?

Diante desta concorrência desigual, que é um fenômeno comum desde os anos 30 do século passado, algumas estratégias foram adotadas pelos produtores de quadrinhos brasileiros: desde a tática da

“trincheira” do quadrinho *underground* até a atual opção de produzir álbuns de luxo com baixas tiragens e preços mais elevados, com poucos riscos de prejuízo – esta última com objetivos mais práticos do que ideológicos. Mas ante os poderosos super-heróis estadunidenses, duas ações devem ser destacadas: a criação de simulacros dos personagens norte-americanos com o intuito de criar no leitor uma identificação e assim tentar concorrer com o produto importado; e a tentativa de desmistificar os épicos super-heróis, criando versões paródicas dos mesmos, rebaixando suas características mais elevadas – e que aliadas à tradição do quadrinho de humor brasileiro tornaram-se, em alguns casos, sucessos de aceitação pelo público.

Capítulo 3 – O herói

3.1 - o discurso do herói épico

Segundo a definição do dicionário *Aurélio*¹², o herói é um homem extraordinário que se destaca por seus feitos guerreiros, por seu valor ou magnanimidade. O herói também é a denominação dada ao protagonista de toda narrativa, seja ela real ou fictícia. O herói, segundo o conceito grego (era pré-homérica) é o descendente da relação entre uma divindade e um ser humano, um semideus. Na classificação aristotélica dos gêneros literários, encontramos a definição clássica dos dois tipos de heróis mais comuns. Nos gêneros *maiores* (a epopéia e a tragédia, que tratam de aristocratas e das classes abastadas) estão os **heróis altos**, enquanto que nos gêneros *menores* (a comédia e a sátira menipéia, que abordam as pessoas do povo) atuam os **heróis baixos**. Paul Radin, citado em FEIJÓ (1984), define quatro tipos de heróis: *trapaceiro*, *fundador*, *guerreiro* (ou *homem-deus*) e *gêmeos*.

No primeiro caso podem ser classificados os heróis picarescos e que têm como exemplos personagens como o deus grego Dionísio, o nosso *Macunaíma* e nos quadrinhos o *Amigo da Onça*, de Péricles Cavalcanti e até o *Zé Carioca*. São aqueles heróis que conseguem superar as adversidades se valendo do riso, da trapaça, da malandragem. O herói *fundador* é aquele que, após viver diversas aventuras num mundo que lhe é estranho retorna ao seu lugar de origem trazendo um bem (o *elixir*, segundo a estrutura clássica da jornada do herói relatada por CAMPBELL) que dividirá com seu povo, instaurando uma nova era de prosperidade. *Prometeus* é o modelo clássico: o deus que roubou o fogo dos deuses e o deu aos homens e foi punido por isso.. O *guerreiro* é o tipo mais comum nas narrativas.

¹² FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

Geralmente, ele é o homem-deus, o ser dotado de poderes sobre-humanos que luta pelo seu povo. Ele é o produto, mais ou menos remoto, do acasalamento entre um ser humano e uma divindade. O semideus Hércules é o fiel representante desta linhagem e tem como descendentes na cultura moderna os super-heróis. Por fim, os *gêmeos* são os heróis arruaceiros por excelência, que atormentam seus adversários se utilizando do rebaixamento, do escárnio, da ironia. *Max und Moritz*, *Os Sobrinhos do Capitão* e *Os Skrotinhos* são típicos exemplos desta tipologia nos quadrinhos. Esta divisão não é estanque e podemos identificar heróis híbridos como o guerreiro-fundador.

O conceito de herói também foi utilizado com frequência para classificar personagens reais que em contextos sócio-históricos específicos “fundaram” nações e/ou “libertaram” povos do cativo¹³. A presença de “heróis” como fundadores de nações tem relação com o que HALL chama de “discurso da cultura nacional”; eles fazem parte da narrativa de origem dos povos, com a finalidade de construir sentidos sobre a nação, de formar identidades.

“As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre ‘a nação’, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. Como argumentou Benedict Anderson, a identidade nacional é uma “comunidade imaginada”. (HALL, 1999:50)

Na construção das narrativas de fundação de quase todas as nações geralmente encontramos a figura do herói redentor, unificador e dono de um caráter reto e idoneidade moral inquestionáveis, que guia seu povo para a libertação da barbárie e instaura um novo mundo de modernidade e progresso. Dentre os cinco elementos principais que

¹³Simón Bolívar, Dom Pedro I e Fidel Castro seriam exemplos da transposição desses conceitos para a realidade. No caso do herói híbrido (guerreiro-fundador), um bom exemplo seria o já citado Fidel Castro, o guerrilheiro que trouxe a liberdade (o elixir) para seu povo libertando-o da dominação estrangeira.

contribuem para o processo de construção da narrativa da nação identificados por HALL (1999:47-56), dois podem ser associados ao mito do herói: a "narrativa da nação"¹⁴ e os "mitos fundacionais"¹⁵. Os heróis seriam, então, mitos fundacionais presentes nestas narrativas. Podemos perceber o quanto é ambíguo o discurso da identidade nacional, pois ao mesmo tempo em que celebra o passado glorioso busca incessantemente inserir a nação num presente moderno e emancipatório. Por fim, estes heróis salvadores têm características que os identificam com os heróis altos (ou épicos):

"Homem ou mulher que conseguiu vencer suas limitações históricas pessoais e locais e alcançou formas normalmente válidas, humanas. (...) Sua segunda e solene tarefa e façanha é, por conseguinte (como o declara Toynbee e como o indicam todas as mitologias da humanidade), retornar ao nosso meio, transfigurado, e ensinar a lição de vida renovada que aprendeu. (...) O herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes". (CAMPBELL, 1997: 28-36)

A figura polêmica do herói sempre esteve envolvida em acalorados debates. Thomas Carlyle, sociólogo inglês, enalteceu o herói afirmando que o mesmo tem um papel estabilizador e uma *Heroarquia* (governo de heróis) evitaria as transformações revolucionárias e seria uma garantia contra a anarquia. Ainda segundo ele, nada mais pernicioso ao "culto dos heróis" do que a democracia: esta coloca em risco a crença nos grandes indivíduos e *"leva ao naufrágio a civilização humana"*. Ao afirmar que *"o verdadeiro herói é filho da ordem; sua missão é garanti-la; e seu culto é a garantia das tradições, dos credos e das sociedades instituídas"*, Carlyle adota uma visão conservadora e reacionária, retirando dos indivíduos a

¹⁴ "Estórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à nação"

possibilidade de transformar a sociedade em detrimento da ação de um único homem, um salvador. É sua a concepção da História como o palco exclusivo da ação do herói, do grande homem, que num só gesto ou ato altera o destino de milhões:

“Porque, conforme eu a considero, a história universal, a história daquilo que o homem tem realizado neste mundo, é no fundo a história dos grandes homens que aqui tem laborado. Eles foram os condutores de homens, estes grandes homens, os modeladores padrões e, em sentido amplo, criadores de tudo o que a massa geral dos homens imaginou fazer ou atingir; (...) a alma de toda a história universal, pode justamente considerar-se, seria a história destes grandes homens.” (CARLYLE, 1980: 9)

O foco das mudanças da sociedade centrado num único indivíduo ou em “grandes homens” tem como objetivo ocultar a presença das camadas subalternas na construção da história e o conflito de classes que a permeia. Segundo Hegel, “as transformações históricas não são consequência da ação de heróis, mas das necessidades de um tempo”. Feijó (1984) afirma que a crença na capacidade do herói em fazer a história é sempre a desconfiança com relação à capacidade dos indivíduos de se organizarem para atingir seus fins. A espera do herói é sempre a espera de que “outro” faça por nós o que nos consideramos incapazes de realizar. E esta é uma estratégia discursiva da classe hegemônica. Seja na ficção ou na vida real, a figura nuclear do herói e suas ações descritas nestas narrativas podem servir de esteio para descobirmos as características do sistema social em que ele atua.

“Narrativas são sistemas cujas dominantes¹⁶ geralmente têm sido algum tipo de herói. Na dominante está a classe do sistema (...). Se obras literárias são sistemas que reproduzem

¹⁵ “uma história que localiza a origem da nação, do povo e de seu caráter nacional num passado tão distante que eles se perdem na brumas do tempo, não do tempo ‘real’, mas de um tempo ‘mítico’”

em miniatura o sistema social, o herói é a dominante que ilumina estrategicamente a identidade de tal sistema.” (KOTHE, 1987)

Uma das sociedades que melhor incorporou este “culto ao herói” nos moldes propostos por Carlyle foi a norte-americana. Seja nas narrativas ficcionais, seja na vida cotidiana, a busca pelo “heroísmo épico” é uma constante e pode ser identificado com facilidade na cultura dos Estados Unidos.

3.1.1 O herói na cultura norte-americana

Atores carismáticos, astros do *rock* e da música *pop teen*, militares vitoriosos em campanhas de guerra, prefeitos que diante da adversidade demonstram espírito de luta mesmo sofrendo de uma doença mortal, generais do velho oeste, colonos desbravadores; não importando se, por trás destas máscaras, estão apenas homens comuns com suas fraquezas e ambições humanas – e em consequência revelando militares sanguinários e desbravadores genocidas. O herói americano é aquele homem escolhido por Deus para salvar o homem comum e mostrar-lhe o caminho da salvação. Ou, nas palavras de Carlyle: “*O culto dos heróis, admiração cordial e prostrada, submissão ardente e ilimitada a uma mais nobre e divina forma do homem, não é o grande germe do próprio cristianismo?*”(1980:18)

Esta “indicação divina” pode ser associada ao dogma calvinista da predestinação, segundo a qual apenas alguns homens são eleitos para a vida eterna e cujos motivos para esta escolha apenas a divindade conhece (WEBER, 1987:69). Ainda segundo Weber, a predestinação calvinista abre um fosso intransponível entre Deus e os homens e isto causa intensa solidão (p. 72); esta solidão é uma das características mais fortes presente na tipologia do herói dos EUA: o

¹⁶ Dominante é a diretriz política do sistema (Kothe, 1987)

herói solitário, durão, racional e ao mesmo tempo humano, que luta pela democracia, pela propriedade privada e pelo capitalismo.

Heróis maiores da humanidade, os norte-americanos sentem-se predestinados a salvaguardar o mundo dos perigos que o cercam – terrorismo islâmico, socialismo cubano ou outro inimigo que venha a desafiar a soberania do ocidente. Ou, nas palavras de Thomas Paine: “*nós temos o poder de refazer o mundo*” (in SOUZA, 1999:37). A ficção norte-americana está repleta destes personagens – embora, claro, narrativas desmistificadoras do herói também se façam presentes. DAMATTA (1991:138) demonstra isso ao classificar o romance *Moby Dick* como um paradigma dos valores norte-americanos:

“O livro é uma epopéia da culpabilidade que leva à impossibilidade de usufruir a felicidade na terra e conduz à sua busca no trabalho. No controle da natureza, diria eu, e complementarmente chamando atenção para Moby Dick como a narrativa da obsessão do controle da natureza, do ser englobador (a morte), do imprevisto e do próprio Deus. Esse é o mito norte-americano que acaba também inventando o Super-Homem, o superdetetive, o supercowboy e o supermilitar, aqueles que lutam sós contra algum ser coletivo, englobador, visto como o mal.”

A indústria cultural renovou a aventura mitológica do herói e o mesmo retornou triunfante. O cinema, pelo enorme poder de alcance e sedução que possui, talvez seja a mídia que mais contribui para a difusão da ideologia destes heróis pelo mundo. Mas a melhor representação destes valores está na figura do *super-herói* das histórias em quadrinhos. Estes personagens são os filhos da ordem carlyliana e suas ações têm como objetivo – além da derrota do supervilão - a defesa e o respeito aos símbolos maiores da grande nação americana.

3.2 – A ideologia dos super-heróis

O surgimento do gênero de aventura nas histórias em quadrinhos no final dos anos 20 alcançou grande popularidade e inovou em vários aspectos a linguagem dos quadrinhos, tornando-se fundamental para a cristalização da tipologia do herói apolíneo, branco, anglo-saxão e viril que iria marcar a narrativa quadrinística por décadas. Apesar dos feitos mirabolantes, os heróis dominantes nestas narrativas ainda eram *humanos*, possuindo habilidades possíveis de serem reproduzidas na realidade, causando assim uma forte identificação com os seus leitores. Os personagens clássicos deste período trazem em suas aventuras os discursos da superioridade racial anglo-saxã (*Terry e os Piratas, Flash Gordon, Tarzan*), do colonialismo (*Jim das Selvas, O Fantasma*) e do racismo (*Mandrake*), denotando que a ação do herói é sempre sublinhada pela sua ideologia, como nos lembra BAKHTIN (1990:137).

O primeiro super-herói tornou-se um ícone da cultura de massa mundial e persiste até hoje: o alienígena *Kal-El*, o *Super-Homem*. Criado em 1938 pelos adolescentes Jerome Siegel e Joseph Shuster, o personagem apareceu pela primeira vez na revista *Action Comics* e logo se tornou um grande sucesso. O que diferenciava este dos heróis dos quadrinhos de aventura era que agora ele era *além do humano*, ele era *super*. Isto é, tal qual o herói trágico grego, ele era um híbrido, um semideus caminhando entre os homens. Embora esteticamente o herói que mais simbolize a ideologia política norte-americana seja o *Capitão América*¹⁷, o Super-Homem encarna como nenhum outro a identidade dos Estados Unidos¹⁸, tanto pelo seu comportamento como agente das instituições oficiais, quanto pela sua origem “divina” – o redentor que veio dos céus para resgatar a humanidade do mal.

¹⁷ Criado em 1940 por Joe Simon e Jack Kirby para “combater” o nazismo. Porém, talvez por essa explícita defesa dos valores imperialistas dos EUA - presente até no seu uniforme vermelho, azul e branco listrado e com estrelas - o mesmo não alcançou a repercussão cultural que o Super-Homem causou quando de sua criação e que exerce até hoje na cultura *pop* mundial.

Nascido em Krypton, planeta onde todos os males sociais foram extintos e seus habitantes viviam em perfeita harmonia, Kal-El foi enviado ainda bebê para a Terra por seu pai Jor-El para escapar da iminente destruição do seu mundo por causas naturais.

"Kal-El veio de um mundo edênico, veio do Céu, Cristo às avessas.(...) Seu foguete aterrisou na América, mais precisamente no meio-oeste – em Smallville – região de onde emana o ethos nacional, ancoradouro definitivo do Mayflower, a reserva moral do american way of life. Kal-El, o deus-menino, é acolhido e adotado por um casal de velhos, típicos representantes da mentalidade bem-pensante, conservadora, do middle-west. São os Kent mas os prenomes é que dão a pista: Jonathan e Martha. Vale a pena especular. Jonathan era filho de Saul e amigo de Davi. Martha era irmã de Lázaro e Maria, e amiga de Jesus. O éternel retour – sempre a sombra de Nietzsche! – dá mais uma volta. Mas Kal-El não morrerá na cruz e será conhecido pelo nome de Super-Homem." (AUGUSTO, 1971: 29-30)

Após a tomada para si de "inventores" da linguagem dos quadrinhos e da criação dos poderosos *syndicates*, este foi o terceiro e definitivo ato para a consolidação da hegemonia norte-americana no mercado mundial de quadrinhos. Com o êxito comercial, era de se esperar que logo em seguida outros personagens similares fossem criados. Cirne (1982) afirma que entre 1938 e 1945, cerca de 400 super-heróis povoaram o mundo das hq's, sempre variações sobre o mesmo tema.

"O mito universal do herói refere-se sempre a um homem ou a um homem-deus todo-poderoso e possante que vence o mal, apresentado na forma de dragões, serpentes, monstros, demônios, etc., e que sempre livra seu povo da destruição e da morte. A narração ou recitação ritual da cerimônia e dos textos sagrados e o culto da figura do herói, compreendendo danças,

¹⁸ Foi o Super-Homem, e não o Capitão América, que causou uma reação do ministro da

música, hinos, orações e sacrifícios, prendem a audiência num clima de emoções, exaltando o indivíduo até sua identificação com o herói". (Carl Gustav Jung in FEIJÓ, 1995)

O sucesso desses personagens na sociedade da cultura de massa é, segundo ELIADE (1972:159), uma projeção do ideal do homem moderno. Assim, o mito do Super-Homem "*satisfaz às nostalgias secretas do homem moderno que, sabendo-se decaído e limitado, sonha revelar-se um dia um 'personagem excepcional', um 'herói' "*".

As características principais que definiam a tipologia do super-herói em sua fase inicial eram:

- a) *a ocultação da identidade*: no início da Era de Ouro, os heróis dos quadrinhos estavam diretamente ligados às instituições que combatiam o crime. Sendo agentes "voluntários" destas instituições, não precisavam se ocultar atrás de máscaras, que eram um elemento geralmente associado ao banditismo. Embora a máscara como acessório básico na vestimenta do herói tenha surgido com *O Fantasma*, a mítica da identidade secreta só se tornou um paradigma com o Super-Homem, que mesmo identificado como um agente "voluntário" das instituições decide agir secretamente no combate ao crime, criando o alter-ego humano Clark Kent. A máscara, a partir daí, torna-se um elemento que é utilizado para que o herói possa ter mais liberdade de ação e assim proteger amigos e familiares;
- b) *capacidade física sobre-humana*: O Super-Homem é o primeiro a apresentar poderes além do normal, como capacidade de vôo, superforça, supervelocidade, superaudição, visão de raio-X, visão telescópica, visão de calor. Embora personagens como *Batman* não os possuam, os mesmos são classificados como super-heróis por apresentarem aptidões físicas e dedutivas muito acima do homem

médio comum e/ou por utilizarem acessórios como armaduras tecnológicas - vide o *Homem de Ferro*.

- c) *Integridade moral*: o super-herói original possuía uma retidão de caráter e conduta moral que o impedia de utilizar seus poderes para realizar ações proibidas pela sociedade. Sendo assim, embora tenha visão de raios-X que o permite ver através de qualquer material (com exceção do chumbo), o Super-Homem nunca a utilizou para visualizar a intimidade de qualquer pessoa, seja homem ou mulher e nem usou sua superforça para matar ninguém, nem mesmo o mais terrível dos vilões;
- d) *Uniforme colante*: a roupa do super-herói devia ser de material colante e geralmente adornado com cores primárias (com exceção do sombrio Batman), que dava liberdade de movimentos para o combate físico e ao mesmo tempo exibia seu porte físico musculoso (no caso masculino) ou curvilíneo (no caso feminino);
- e) *Nomes de guerra*: o super-herói devia escolher um nome que o identificasse perante a sociedade e entre seus pares. Geralmente esse nome estava associado à figura simbólica que o caracterizava, como Hawkman (Homem-Gavião), Batman (Homem-Morcego), Plastic Man (Homem-Borracha).

Após um período de grande sucesso, os super-heróis começaram a perder sua força a partir dos anos 50. No início da década de 60, a editora DC Comics decidiu reunir seus maiores super-heróis num grupo chamado *Liga da Justiça da América*, que logo reacendeu o interesse pelos superseres. Diante disso, o roteirista Stan Lee foi incumbido pelo seu chefe na Marvel Comics (concorrente da DC) a criar algo semelhante. Em 1961, surge então *The Fantastic Four* (Quarteto Fantástico, no Brasil), escrito por ele e desenhado por Jack Kirby. Só que Lee renovou o gênero: os personagens eram pessoas comuns, uma família, que por um acidente tiveram suas vidas transformadas ao adquirirem estranhos poderes. A estrutura da construção do super-herói é padrão, mas Lee inseriu nos personagens conflitos psicológicos contemporâneos e dramas familiares. Foram os

primeiros de uma série que subvertiam o paradigma do herói apolíneo, inabalável em sua convicção heróica e infalível no combate ao inimigo; ao dotá-los de problemas comuns ao homem na vida real, os autores os tornaram mais humanos e mais sintonizados com o contexto histórico, época de uma revolução cultural sem precedentes. Assim, Peter Parker vive os dramas psicológicos de ser um adolescente tímido, franzino e inteligente demais para seus colegas de escola, além do fato de ser um órfão adotado por seus tios. Cheio de inseguranças e incertezas típicas da idade, ganha autoconfiança ao tornar-se o *Homem-Aranha*. Em suas aventuras, referências à agitação estudantil da época, ao consumo de drogas e à Guerra do Vietnã.

O conceito do herói belo foi subvertido com *O Coisa*, integrante do Quarteto Fantástico, um gigante de pedra, alaranjado e grotesco, cheio de um humor que na verdade tenta esconder sua amargura; e também com o *Incrível Hulk*, monstro verde e irracional que é o Dr. Bruce Banner metamorfoseado, o lado animal do homem vindo à tona, literalmente. E na década de 70, vemos um revivido Capitão América questionando sua utilidade na sociedade:

“Estou ficando anacrônico, totalmente fora desta época! Estamos na era da rebelião, e do desentendimento! Não é moderno defender o Governo... apenas dilapidá-lo! E, num mundo cheio de injustiça, fome e guerras sem fim, quem poderá dizer que os rebeldes estão errados? Mas não fui ensinado a aceitar as regras de hoje em dia! Passei a minha vida lutando pela lei! Talvez fosse melhor eu ter lutado menos... e perguntado mais!(grifo nosso)”¹⁹

Embora seja uma evolução, a estrutura destes personagens denota uma estratégia de mercado de Stan Lee, que deu ao leitor o que ele queria (ou esperava) ver: um pequeno reflexo da sua sociedade. Na verdade, as hq's nunca estiveram dissociadas do contexto histórico-social de sua época.

¹⁹ “O Ferrão do Escorpião”, 1970. Editora Ebal.

“(...) Decerto, esta história não está fora de um contexto político e social: a recessão e a depressão da economia americana gerou o ciclo da ficção científica (Buck Rogers, Flash Gordon, Brick Bradford...); o apogeu do nazismo e a Segunda Guerra Mundial concorrem para o desenvolvimento da saga dos super-heróis; a política colonialista na África abre espaço para as aventuras de Tarzan e Fantasma; a contracultura e os protestos sociais dos anos 60 influenciam de forma decisiva o novo quadrinho europeu e os comix underground. (CIRNE, 1982: 15)”.

Apesar desses avanços conceituais e estéticos, a estrutura narrativa dos super-heróis vem confirmar a tese dos autores citados no início deste capítulo: ao partir para sua aventura e em seguida derrotar o “vilão”, eles restabelecem a ordem (uma ordem que ninguém questiona), mas não interferem no *status quo*, não provocam mudanças sociais substanciais, e assim preservam as diferenças. Verdadeiros mitos modernos, esses novos deuses representam mais do que qualquer outro produto midiático o espírito heróico norte-americano e trazem no seu discurso a luta pela democracia e pela liberdade. A atuação paternalista do super-herói termina por instaurar uma relação de dependência dos homens comuns, que diante de alguma situação de perigo recorrem ao herói, denotando uma superposição do individual sobre o coletivo. A hegemonia norte-americana no mercado de quadrinhos, fruto de estratégias agressivas de marketing, logo cuidou de espalhar esses semideuses pelo mundo.

É oportuno citar que os japoneses – maiores produtores e consumidores mundiais de histórias em quadrinhos, com tiragens mensais que alcançam 8 milhões de exemplares – também têm seus super-heróis, com outras instâncias estéticas e narrativas totalmente diversas do similar norte-americano, mas a análise dos mesmos também revela traços da singularidade cultural nipônica.

“A maneira de agir dos heróis e heroínas do mangá²⁰ revela também alguns traços comuns do povo japonês. Conformismo e auto-sacrifício são atitudes freqüentes no desenrolar das histórias e no cotidiano real. Autodisciplina e rigidez moral emergem de características profundamente enraizadas no que se costuma chamar de “yamato damashii”, ou seja, o espírito japonês, como uma herança medieval”. (LUYTEN, 2000: 222)

Como podemos perceber, estes personagens vêm confirmar a presença de representações do caráter nacional destes dois povos, algumas vezes de maneira clara, outras subliminarmente. Não seria diferente com os heróis brasileiros.

²⁰ *Mangá* significa histórias em quadrinhos em japonês.

Capítulo 4 – O caráter do herói nacional

4.1 – A Ideologia do Caráter Brasileiro

No atual cenário sócio-político mundial onde questões como globalização e multiculturalismo vêm acompanhadas de outras como fundamentalismo, terrorismo e um novo imperialismo saber quem é e onde se localiza no tecido social torna-se primordial para a permanência da unidade identitária do sujeito. No discurso celebratório pós-moderno da fragmentação das identidades coletivas algumas questões históricas permanecem inalteradas, como as relações entre classes sociais e a manutenção da política de dominação das camadas subalternas. Saber quem você é e em que sociedade vive por si só não traz as soluções para estes problemas; mas a partir do momento em que o sujeito amplia este leque de reconhecimentos com base na interpretação da ideologia que mantém essas relações ele dá um importante passo para, se não a superação, pelo menos participar desse conflito hegemonia/subalternidade com mais consciência de seu papel para o fim dessa política.

Saber quem você é implica em perceber as estratégias discursivas que estruturam sua identidade e como ela é representada na sociedade, cuja influência na construção do homem vem desde o seu nascimento:

“O ser humano em desenvolvimento não somente se correlaciona com um ambiente natural particular, mas também com uma ordem cultural e social específica, que é mediatizada para ele pelos outros significativos que o têm a seu cargo. (...) Desde o momento do nascimento, o desenvolvimento orgânico do homem, e na verdade uma grande parte de seu ser biológico

enquanto tal está submetido a uma contínua interferência socialmente determinada". (BERGER & LUCKMAN, :71)

Não estando impressa em nossos genes, a identidade coletiva se fundamenta e se legitima com sua anexação à um universo simbólico. Segundo Berger e Luckman, o universo simbólico fornece uma integração unificadora de todos os processos institucionais separadas. No caso específico do caráter coletivo de um povo, esse universo simbólico é constituído pelo conjunto de discursos que podemos classificar como explicadores, isto é, aqueles que mostram de onde viemos e porque somos assim (MIOTELLO, 2001).

Uma das características dos países que foram colonizados é a busca incessante por uma identidade própria, autóctone, que seria um passaporte para a construção de uma nação moderna e diferenciada do colonizador, apagando as marcas deixadas por este. Essa relação colonizado/colonizador é o alvo principal da teoria pós-colonialista, que surgiu no final dos anos 80 e que tem como prerrogativa revisar a história cultural dos povos oprimidos, analisando as relações entre "império" e "ex-colônias" e redimensionando o papel do periférico na História e a própria História periférica²¹.

"A perspectiva pós-colonial abandona as tradições da sociologia do subdesenvolvimento ou a teoria da 'dependência'. Como modo de análise, ela tenta revisar aquelas pedagogias nacionalistas ou 'nativistas' que estabelecem a relação do Terceiro Mundo com o Primeiro Mundo em uma estrutura binária de oposição". (BHABHA, 1998:241)

Mas não só do passado relacional se ocupa a Teoria Pós-Colonial; as relações "neocoloniais" também são objeto de investigação, visto que resquícios de dominação dos centros sobre as

²¹ PRYTHON, Ângela. **Cosmopolitismos Periféricos: ensaios sobre modernidade, pós-modernidade e estudos culturais na América Latina**. Recife: Edições Bagaço, 2002 (pg. 133-134)

periferias ainda são visíveis – e parecem estar se expandindo no cenário da globalização econômico-cultural. Essa relação EU/OUTRO é fundamental para se entender a construção dos discursos identitários e a crítica pós-colonial não recusa ou nega este embate da alteridade.

O impasse que surge em países como o Brasil é: como construir uma identidade brasileira única diante da pluralidade de uma cultura mestiça, híbrida? Que características definiriam o caráter nacional diante dessa imensa gama de contribuições identitárias que se entrecruzaram desde o nosso “descobrimento”?

As tentativas de responder a estas questões estão presentes em ensaios de diversos pensadores brasileiros, como Gilberto Freyre e Sérgio Buarque de Holanda, apenas para citar os mais influentes. Em sua análise da construção da ideologia do caráter nacional brasileiro, Dante Moreira Leite nos desvela todas as nuances deste edifício ainda por ser concluído; desta análise, podemos perceber algumas confluências nos discursos explicadores destes autores e de outros como Fernando Azevedo, Cassiano Ricardo, Viana Moog e Paulo Prado, conforme descrição a seguir:

Quadro comparativo de elementos formadores do caráter nacional brasileiro*

Fernando Azevedo	Cassiano Ricardo	Gilberto Freyre	Sérgio Buarque	Viana Moog	Paulo Prado
Sensibilidade	emotivo	-	-	imaturidade emocional	Romantismo
dócil, pacífico	detesta violência	-	-	-	-
Religiosidade, misticismo	-	crença no sobrenatural	-	-	Religiosidade profunda
Individualismo	individualismo	individualismo	Individualismo	-	Individualismo
Submisso	-	masoquismo nos dominados	Cordialidade	-	-
Bondade, generoso, altruísmo	bondade	-	-	-	-
-	-	ostentação	Riqueza fácil	riqueza rápida pedantismo	cobiça
-	-	-	Desordem	ausência de organização	-

*elaborado conforme Dante Moreira Leite em *O Caráter Nacional Brasileiro. História de uma ideologia*²²

Este pequeno resumo nos mostra que ser brasileiro é estar na fronteira entre o arcaico e o moderno, nunca um ou outro conjunto de características, mas sempre o interstício, o entre-lugar; porque nossa constituição identitária passa, inexoravelmente, pela ambigüidade e pelo paradoxo de mesclar estes dois mundos. A caracterização do brasileiro como o "homem cordial", feita por Sérgio Buarque de Holanda é fundamental para se entender essa dualidade, como afirma Souza:

"O 'homem cordial' seria o contrário perfeito do protestante nórdico, pois como observa Holanda, falta ao homem cordial até mesmo o dado ritualístico das boas maneiras. (...) Apenas o

²² LEITE, Dante Moreira. **O Caráter Nacional Brasileiro. História de uma ideologia.**

homem cordial é concebido como negatividade pura, entidade amorfa dominada pelo conteúdo emotivo e pela necessidade desmedida de reconhecimento alheio. (...) Isso não significa que para Holanda o homem cordial não tenha qualidades".(p. 35)

Articular nossa herança ibérica com o modelo protestante idealizado seria, segundo Souza, o ponto para a construção da modernidade no Brasil. Esta consciência de nosso caráter ambíguo é aprofundada com Roberto DaMatta, que classifica a sociedade brasileira como relacional, onde a ordem e a desordem são celebradas, *"um sistema no qual o básico, o valor fundamental, é relacionar, misturar, juntar, confundir, conciliar. Ficar no meio, descobrir a mediação e estabelecer a gradação, incluir – jamais excluir"* (1991:114)

Diante desta realidade, como as camadas subalternas se movem nesta sociedade relacional? Não podemos esquecer que nesta ambigüidade acontecem ritos como o *"você sabe com quem está falando?"* e as relações sociais ainda são ancoradas em distinções entre classes sociais. Para se relacionar com o poder hegemônico – seja interno ou externo -, o subalterno fala através do riso. Como estratégia discursiva, o riso é ambíguo: de acordo com o conceito bakhtiniano de carnavalização, ele é uma celebração da vida, uma visão do mundo do oprimido e poderosa arma de destruição e rebaixamento do opressor; por outro lado, o riso pode perder sua força ao se tornar um vício discursivo e diluir-se diante do objeto a ser destruído.

Este discurso da carnavalização – com todas as suas implicações - pode ser percebido como uma dominante nas narrativas brasileiras. E é uma constante na construção da identidade do herói brasileiro. Personagens do cinema e da televisão, imortalizados por atores e comediantes como Zé Trindade, Mazaroppi, Renato Aragão e Chico Anísio são os exemplos mais representativos da tipologia do nosso heroísmo midiático. Heróis do jeitinho, da vitória parcial sobre os poderosos, que se utilizam da esperteza, da malícia e da

malandragem como armas contra-hegemônicas. Nos quadrinhos, um personagem da “família Disney” se tornou um símbolo de “brasilidade”: o papagaio *Zé Carioca*. Criado pelo produtor de desenhos animados Walt Disney e sua equipe quando da sua visita à América Latina durante a Segunda Guerra Mundial, o personagem é o modelo fiel de como os americanos hegemônicos viam seus vizinhos periféricos: um povo alegre, cordial e inofensivo, porém preguiçoso e caloteiro.

“Em sua gênese, Zé Carioca (da mesma forma que o galo mexicano Panchito, o pássaro Aracuan, entre outros personagens) cumpria uma função política: integrar os países da América Latina ao esforço dos aliados. Assim é que Zé Carioca tem sua criação marcada por interesses geopolíticos, econômicos e culturais, mas pode-se também perceber a preocupação dos artistas do Estúdio Disney de captar e usar como estofa dos personagens características reais dos brasileiros” (SANTOS, 2002)

Decerto na configuração do personagem pode-se perceber toda uma carga de estereótipos, comum na visão que se têm dos latino-americanos. Mas se no princípio esta representação era feita exclusivamente pelos artistas norte-americanos, a partir do final dos anos 50 as histórias do personagem começam a ser produzidas por artistas brasileiros e *Zé Carioca* é incorporado de vez à realidade brasileira.

*“No final dos anos 1950 tem início a **Fase de Adaptação** de Zé Carioca à realidade brasileira em histórias escritas por Alberto Maduar e Cláudio de Souza e ilustradas por Jorge Kato e, depois, por Waldyr Igayara. Este momento estendeu-se pela década de 60 e tem como característica envolver o personagem no cotidiano brasileiro e também cercá-lo de elementos típicos da cultura nacional, ao mesmo tempo em que ele continua a*

contracenar com os outros personagens Disney". (SANTOS, 2002: 9).

No início dos anos 70, essa imersão de *Zé Carioca* na brasilidade torna-se mais profunda:

*"A partir de 1971, porém, Renato Canini (artista gaúcho que havia participado, no início da década de 60 da CEPTA – Cooperativa Editora e de Trabalho, que tinha por objetivo ampliar o espaço do quadrinho nacional) inicia a **Fase da Assimilação**, na qual o papagaio está imerso na realidade brasileira e tem exacerbadas suas principais características, como aversão ao trabalho, a preguiça e a malandragem. (...) No trabalho de Canini, Zé Carioca volta a habitar o morro (como nas páginas dominicais criadas por quadrinhistas americanos nos anos 40), onde mulheres esfarrapadas arrastam seus filhos, levando à cabeça a trouxa de roupa lavada. Na ambientação, há sempre ônibus lotados e no casebre do papagaio falta água – como em "Quanto mais quente, pior", editada em 1972 –, o que contrastava com a idéia de "país em desenvolvimento" propagada pelos governos militares."* (SANTOS, 2002:10)

Desde então, artistas brasileiros têm dado sua contribuição para que o personagem se transformasse num herói nacional profundamente identificado com a definição do "malandro" conforme a classificação feita por DAMATTA (1979:) e incorporado de vez ao imaginário cultural nacional. E neste caso, a construção de um caráter ancorado na *diferença* do caráter do Outro hegemônico torna-se uma estratégia discursiva que tem como objetivo afirmar uma superioridade baseada não na força, no poder e sim em táticas de guerrilha. Segundo SANTIAGO (2000: 23) este seria *"o papel do escritor latino-americano, vivendo entre a assimilação do modelo original, isto é, entre o amor e o respeito pelo já-escrito, e a necessidade de produzir um novo texto que afronte o primeiro e muitas vezes o negue."* Essa relação Eu/Outro é fundamental para se entender a construção de identidades.

4.1.1 – A Carnavalização

Uma das condições básicas para a vida do homem e que define a sua humanidade é a relação com o Outro. Seja num nível mais direto, de ligações sociais e afetivas; seja num nível antagônico, onde a *diferença* e o *estranhamento* dão o tom das relações. A *alteridade*, aquilo que é relativo ao Outro, pode ser definida como uma das peças fundamentais que movem a engrenagem das relações sociais, se levarmos em consideração que o homem só toma consciência de si ao relacionar-se com o outro; ou, nas palavras de Hall, “*eu sei quem eu sou em relação com o outro que eu não posso ser*”. Essa relação eu/outro é um dos pontos fundamentais do pensamento teórico de Mikhail Bakhtin, a qual ele define como *dialogismo*. O dialogismo, para Bakhtin, é “*o princípio constitutivo da linguagem e a condição do sentido do discurso*” (BARROS, 1999:1). Sendo assim, “*toda a vida da linguagem, seja qual for seu campo de emprego (a cotidiana, a prática, a científica, etc.), está impregnada de relações dialógicas*” (BAKHTIN, 1970:240; citado em BARROS, 1999:50).

De acordo com este conceito, todo e qualquer discurso não está isento da “contaminação” de outros discursos, que se entrelaçam e se fazem ouvir, mesmo que aparentemente soem como uma única voz.

“Em todos os domínios da vida e da criação ideológica, nossa fala contém em abundância palavras de outrem, transmitidas com todos os graus variáveis de precisão e imparcialidade. Quanto mais intensa, diferenciada e elevada for a vida social de uma coletividade falante, tanto mais a palavra do outro, o enunciado do outro, como objeto de uma comunicação interessada, de uma exegese, de uma discussão, de uma apreciação, de uma refutação, de um reforço, de um desenvolvimento posterior, etc., tem peso específico maior em todos os objetos do discurso” (BAKHTIN, 1990:138).

Do conceito seminal de dialogismo, outros derivados vêm à tona, como intertextualidade (a presença de um texto em outro texto) e polifonia (texto no qual diversas vozes se deixam mostrar). Essa multiplicidade de vozes que constituem um texto vão se unir para dar vida ao conceito de *carnavalização*, que tem origem na análise que Bakhtin fez da obra de Rabelais e da cultura popular no contexto histórico-cultural da Idade Média. Ao estudar o surgimento da literatura popular e relacioná-la com as festividades carnavalescas, Bakhtin cria uma concepção de mundo onde as relações sociais, no curto espaço do carnaval, são colocadas ao avesso e onde a ordem e o respeito às instituições perdem sua razão de ser; nesse aparente caos, reina uma ordem "oficializada", onde o Poder permitia que um novo mundo viesse à tona; um mundo onde as regras são quebradas, contraditoriamente, com bastante respeito.

Essa ambigüidade nas relações sociais dá a Bakhtin um aparato para que ele venha a definir o carnaval como uma segunda vida do povo,

"pois ofereciam uma visão do mundo, do homem e das relações humanas totalmente diferente, deliberadamente não-oficial, exterior à Igreja e ao Estado; parecia terem construído ao lado do mundo oficial, um segundo mundo e uma segunda vida, a que os homens da idade Média pertenciam em maior ou menor proporção e em que viviam em datas determinadas. Isso criava uma espécie de dualidade do mundo"(BAKHTIN, 1974: 11).

Com este conceito, Bakhtin dá grande importância aos gêneros literários cômicos, até então considerados menores, como a comédia e a sátira menipéia, onde podemos incluir a *paródia*.

A relação eu/outro é uma ação ideológica, na qual "eu" me identifico em comparação com o "outro", o diferente.

"O gesto fundamental de toda ideologia é exatamente essa rígida oposição binária entre o eu (conhecido) que é positivamente valorizado, e o não-eu (estranho). O código ético do bem versus o mal é o modelo mais exemplar desse princípio" (JAMESON in ZÎZÊK, 1996.).

A superioridade do eu sobre o outro têm diversas maneiras de ser representada; quando eu sou o lado hegemônico da disputa, esse poder vem na forma conhecida do imperialismo, da superioridade econômica, do discurso de cultura superior; quando eu sou o lado subalterno, esta superioridade surge na forma do rebaixamento dos altos valores do outro hegemônico, conforme nos diz Bakhtin.

Sendo a identidade um conceito móvel, aberto e em processo, ela depende de condições sócio-históricas para sua estruturação.

"As identidades culturais provém de alguma parte, têm histórias. Mas, como tudo que é histórico, sofrem transformação constante".(HALL, 1996:68)

No caso brasileiro, diversos intérpretes em contextos históricos diferentes teorizaram sobre nossa formação identitária a partir da hibridização de três culturas: a portuguesa, a índia e a negra. Dessa conjunção de culturas tão díspares entre si formou-se uma nação nos trópicos e um povo que não possui paralelo em nenhuma outra nação do mundo. Longe de ser celebratória – e ambigualmente sendo – esta afirmação vem confirmar que nosso *ethos* passa pela eterna luta entre ser razão e emoção; e confirma o dizer de Silviano Santiago na sua concepção da cultura latino-americana ser um *entrelugar*, o meio-termo, o estar dentro e fora simultaneamente, gerando outras instâncias discursivas. Nossa identidade passa pelo lúdico, pela plasticidade – embora esses elementos ao mesmo tempo gerem um discurso do grotesco. Essa estética discursiva pode ser percebida sem muitos esforços na produção midiática brasileira, a ponto de tornar-se um paradigma: mini-séries, publicidade, programas de tv.

Nas recentes produções midiáticas nacionais, esta carnavalização pode ser percebida como dominante. Como exemplos, podemos citar o recente e estrondoso sucesso da mini-série “*O Quinto dos Infernos*”, na qual a chegada da Família Real Portuguesa ao Brasil e da independência do país são narrados através de um humor corrosivo e que “carnavaliza” a História oficial, exagerando e distorcendo alguns fatos e personalidades históricas²³; as propagandas de cerveja durante a Copa do Mundo de 2002 mostraram alguns países que disputam o campeonato mundial de futebol ridicularizados em sua forma de comemoração, onde são vencidos pelas improváveis esperteza e agilidade de uma tartaruga trajando uma camiseta oficial da seleção brasileira; “*reality shows*” como *A Casa dos Artistas* e *Big Brother Brasil*, quadros como o *Teste de Fidelidade*, do apresentador João Kleber e o realismo grotesco dos testes de DNA e do desfile de problemas íntimos e familiares ao vivo nos programas vespertinos denotam a estratégia comercial dos meios de comunicação em alcançar índices satisfatórios no Ibope atingindo todas as classes sociais, estipulando horários nobres e, podemos assim definir, horários pobres; no entanto, esta classificação intencionalmente simplória não quer dizer que o discurso midiático presente no horário nobre seja superior em termos estético-narrativos, significando apenas valores mais elevados das cotas publicitárias. A indústria cultural torna-se o palco onde a identidade cultural da nação é representada, disseminada e cristalizada.

²³ A exibição da mini-série em Portugal causou uma reação negativa de intelectuais portugueses à

4.2 – Indústria Cultural e Identidade

O conceito de *indústria cultural* surgiu em 1947, com a publicação do livro *Dialética do Esclarecimento*²⁴, de Theodor Adorno e Max Horkheimer. Os dois filósofos, auto-exilados nos Estados Unidos após o fechamento do Instituto de Pesquisas Sociais (Escola de Frankfurt) pelos nazistas, em 1933, analisam o surgimento de uma cultura fortemente marcada pela comercialização, que descaracteriza a obra de arte e tem como objetivo, além do lucro, dominar as massas. Neste sentido, ao cunharem o termo estavam querendo dizer que a nascente *cultura de massa*, como a denominação parece supor, não é feita pelo povo; *cultura de massas* significa uma estética construída especificamente para as camadas mais populares – mas que depois se expande para todas as classes sociais -, e cujos objetos artísticos resultantes dessa construção não teriam a preocupação de emanciparem o homem e sim transformá-lo em marionete do sistema político e econômico. Diante dessa constatação, explanada nos primeiros ensaios do livro²⁵, Adorno e Horkheimer iniciam um virulento ataque às formas de arte que começavam a ganhar forma naquele contexto histórico. O ensaio *A Indústria Cultural: O Esclarecimento Como Mistificação das Massas* analisa criticamente meios de comunicação como o rádio, o cinema, a televisão, a música popular, as revistas e os jornais, e também o jazz e a arte de vanguarda.

Para se entender a contundência do ataque, devemos levar em consideração o contexto no qual os filósofos escreveram sua obra. Os Estados Unidos, apesar de estarem participando de uma guerra mundial, começavam a dar os primeiros passos para se tornarem a grande potência que são hoje; vindos de uma brutal recessão uma década antes, os norte-americanos, ao fim da Segunda Guerra e com a

representação grotesca com que figuras históricas como Dom João VI foram retratadas.

²⁴ *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*, foi escrito em 1944 e publicado em 1947, nos Estados Unidos. Além da crítica à reificação da cultura, analisa as origens do anti-semitismo e a transformação do iluminismo em mistificação das massas.

²⁵ "O Conceito de Esclarecimento" e "Excurso I: Ulisses ou Mito e Esclarecimento"

divisão do mundo em dois blocos políticos antagônicos, se estabeleceram como centro hegemônico do ocidente. Para enfrentar o fantasma do comunismo soviético e evitar que o mesmo se espalhasse pelos continentes, ameaçando o "mundo livre", os norte-americanos empreenderam uma verdadeira batalha sem armas tradicionais para tentar vencer a guerra fria; as suas armas foram o poder econômico e a expansão da cultura capitalista. Ao chegarem da Alemanha na Meca do capitalismo, da arte pop, do consumismo desenfreado e da prepotência americana, Adorno e Horkheimer encontraram as bases que necessitavam para analisar as conseqüências do Iluminismo na sociedade.

Algumas colocações contidas no ensaio citado chegam a ser agressivas:

"Se a maior parte das rádios e dos cinemas fosse fechados, provavelmente os consumidores não sentiriam tanta falta assim" (1985:130)

"'Ninguém deve sentir fome e frio: quem sentir vai para o campo de concentração' – essa pilhéria da Alemanha hitlerista poderia esta a brilhar como uma máxima sobre todos os portais da indústria cultural" (1985:140) .

Dez anos antes da *Dialética do Esclarecimento*, Walter Benjamin, grande amigo de Adorno e nessa época já um intelectual conceituado, escreveu aquele que se tornaria um dos textos mais famosos sobre o avanço tecnológico do homem e sua influência na maneira do mesmo fazer arte: *A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica*. O que torna esse ensaio tão importante é que, diferente de Adorno, Benjamin vê com bons olhos essa facilidade de reprodução da obra de arte; ao afirmar que com a reprodução técnica a obra de arte ganha em acessibilidade às massas, Benjamin falava de uma época na qual a indústria do cinema ainda engatinhava e a fotografia ainda não era considerada arte.

Benjamim classifica dois tipos de valor para a obra de arte: o *valor de culto* e o *valor de exposição*. Com o valor de culto, a obra de arte está distante do espectador, ele sabe que ela existe, acredita nela, mas não a vê. A fruição é virtual, abstrata. Com o valor de exposição, a obra de arte alcança a massa, se expande pela sociedade e desenvolve uma troca entre ela e o espectador. Técnicas manuais como a xilogravura e a litografia aceleraram o processo de tornar a fruição da obra artística mais concreta, palpável. Com a prensa de Gutemberg, essa expansão deu um gigantesco salto. Segundo Benjamim, *"com a fotografia, o valor de culto começa a recuar, em todas as frentes, diante do valor de exposição (1990:174)"*. Com a evolução das técnicas de reprodução surge a discussão entre o valor do original e o valor da cópia, que seria inferior. O original está carregado de tradição e a cópia vem destruí-la. *"A autenticidade de uma coisa é a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico (Benjamin, 1990:168)"*. Porém, com o crescimento das técnicas de reprodução, e mesmo reconhecendo que há uma perda importante, Benjamin constata que isso é um processo dialético, pois *"na medida em que ela (a técnica) multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência serial. E, na medida em que essa técnica permite à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, ela atualiza o objeto reproduzido (1990: 168-169)"*.

Em suma, Benjamin vê uma emancipação nas técnicas de reprodução da obra de arte, e deixa dois postulados que viriam a se concretizar algumas décadas depois: que a arte contemporânea será mais eficaz quanto menos colocar em seu centro a obra original e que cada pessoa pode reivindicar o direito a ser filmado. A partir da arte do pós-guerra, eles viriam a se confirmar. A validade da autenticidade da obra de arte chega ao extremo da arte computadorizada, cujos materiais, processo de execução e o suporte são virtuais; e a profecia de Benjamin ganha reforço com Andy Warhol, quando ele afirma que *"um dia todo mundo será famoso por 15 minutos"*, fato facilmente

percebido no cenário midiático mundial, com celebridades relâmpago de qualidade questionável tendo seu espaço garantido através de ações como aparecer nú diante das câmeras ao vivo da tv.

O que Benjamin não previu foi a monstruosidade do capitalismo. Toda a emancipação conseguida através da reprodutibilidade técnica teve como conseqüência, sob o peso da reificação da cultura, na mercantilização da arte; no uso da máquina para subjugar as massas.

“A máquina expeliu o maquinista: está correndo cegamente no espaço”, alerta Horkheimer²⁶.

O termo “comercial” assombra aqueles que querem fazer da sua arte um caminho para o desenvolvimento de uma consciência crítica nas massas, ou seja, arte com responsabilidade político-social. No entanto, a circulação de bens culturais está ligada numa teia pegajosa, cuja aranha que a teceu, monstruosa, observa a tudo com seus múltiplos olhos e suas quelíceras sedentas. Ao menor sinal de desvio daquele objeto da trilha da emancipação em direção à teia da lógica da circulação de mercadorias, ela rapidamente a envolve. Aqueles que conseguem se manter firmes, sem ceder ao sistema, amargam o acostamento da trilha, abandonados numa eterna luta contra o monstro.

Podemos identificar essa estratégia com facilidade no cenário cultural brasileiro. No caso da música, por exemplo, a utilização de melodias facilmente assimiláveis, de letras quase semelhantes entre si, de expressões onomatopaicas e de fácil assimilação em conjunto com ritmos sincopados e percussivos conferem à música “popular” brasileira um retrato claro do que se propõe a indústria cultural. Além disso – e em conseqüência disso – a exploração da intimidade dos astros da música e da televisão, a elevação dos mesmos à condição de quase deuses, a erotização sempre crescente da propaganda, a banalização da violência, a estetização da política e da religião como espetáculo ; a quantidade de informação supérflua na internet; a falta de estilo – pelo fato de todos os estilos estarem em voga -, a eterna volta do passado como salvador da arte, a mistura de tendências

²⁶ Max Horkheimer. *Eclipse da Razão*. Rio de Janeiro: Editorial Labor do Brasil, 1976.

estéticas conflitantes e o elogio da tecnologia demonstram quais os alvos escolhidos pela indústria da cultura de massa.

No acelerado mundo do comércio eletrônico da internet, cultura virtual, meios de comunicação interagindo em tempo real com os espectadores, gerando uma compressão do espaço-tempo, seria mais adequado atualizar o conceito para *e-commerce cultural*, o que deixaria claras as intenções mercadológicas na elaboração da cultura pós-moderna.

É necessário reconhecer, no entanto, a dialética da cultura de massa.

"A cultura serve contraditoriamente a dois senhores: à consciência e à alienação; ao conhecimento e à fetichização da realidade; ela é criativa e também paralisadora. É nessa dialética que se debate e cresce a cultura de massas." (KLAWA e COHEN, 1977; 105)

No caso da linguagem da qual nosso objeto de estudo faz parte, algumas criações vêm confirmar essa ambigüidade da cultura de massa, como os já citados *Charlie Brown*, de Charles Schulz; no universo dos quadrinhos cartunísticos podemos ainda acrescentar *Mafalda*, do argentino Quino, personagem que por trás de um discurso aparentemente infantil toca em questões como colonialismo, feminismo e política local; e no gênero dos super-heróis, os *X-Men*, criados por Stan Lee e Jack Kirby em 1963 são um grupo de mutantes que sofrem preconceito do resto da humanidade, tornando-se uma metáfora para todo o tipo de discriminação. Outros diversos exemplos podem ser apontados e não só nos quadrinhos. Na década de 70, Armand Mattelart, Ariel Dorfman e Manuel Jofré levantaram - nos ensaios clássicos *Para ler o Pato Donald* (1977) e *Super-homem e seus amigos do peito* (1978) - a tese de que a simples leitura de uma história em quadrinhos nada tinha de inocente e que as mesmas confirmam os valores da classe dominante, escamoteiam os conflitos e levam à passividade política. Embora tenham aplicado estes

argumentos aos super-heróis e aos personagens Disney, é oportuno lembrar que a utilização dos quadrinhos com fins ideológicos não é prerrogativa apenas dos norte-americanos:

“As histórias em quadrinhos também tiveram papel importantíssimo na formação da República Popular da China, sob a liderança de Mao Tse Tung. Em 1949, foi adotado um programa dedicado à política cultural e educativa a serviço do povo; e os lianhuanhua²⁷ foram, mais uma vez, usados para a os ideais revolucionários. (...) Os quadrinhos de Mao, como ficaram conhecidos, tinham como características o seu formato pequeno, de 12,5 x 10 cm, em papel jornal, e uma temática incrivelmente variada. Foram primeiramente adaptadas em forma quadrinizada, as obras clássicas da literatura chinesa, como A história dos três reis, para reforçar os aspectos educativos da revolução, dando ênfase à tática e à estratégia militar, além do patriotismo”.(LUYTEN, 2002)

CALAZANS (2001), em artigo onde aplica as Teorias da Comunicação às histórias em quadrinhos, também ressalta a utilização desta linguagem com propósitos que vão além das teses de Mattelart e Dorfman e alerta para a necessidade de atualização de algumas teorias.

“Autores como Alan Moore produzindo obras anarquistas como “V de Vingança” ou engajadas na causa ecológica de movimentos como o “Greenpeace” ou o Partido Verde põe em cheque ou falseiam tais classificações. (...) Ora, se Mao Tse Tung emprega quadrinhos para difundir a Revolução Cultural, e universitários de Moscou criam Oktobriana na revista Myrsty para atacar o stalinismo, até mesmo os refugiados de Timor Leste também fazem uso da HQ para denunciar o genocídio da Indonésia, como lembra Chomsky, com resultados imprevisíveis que parecem falsear tais paradigmas simplistas, reducionistas

²⁷ Significa “imagens que se encadeiam umas às outras”, ou seja, histórias em quadrinhos em chinês. segundo Sônia Luyten (2001)

ou generalizadores, que desconsideram as "N" variáveis dos processos de Comunicação de Massa."

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa no Brasil serviu para reduzir as distâncias num país de dimensões continentais ao mesmo tempo em que contribuiu para uma aproximação entre as culturas regionais nacionais. Num período inicial o rádio e o cinema ocuparam este papel. Com o surgimento da televisão nos anos 50 essa relação entre micro-culturas torna-se mais forte e os núcleos regionais de produção televisiva constroem um importante intercâmbio cultural; alguns pólos de produção se solidificam, como São Paulo e Rio de Janeiro, embora alguns centros periféricos também atuem como produtores - vide o caso de Recife onde telenovelas foram produzidas²⁸ além de programas infantis e de auditório.

Em 1951 estreou na Tv Tupi a primeira novela brasileira, *Sua Vida me Pertence*, de Walter Foster. E foi na telenovela que as "identidades" brasileiras começaram a ser representadas, principalmente a partir de 1969 com a estréia de *Beto Rockfeller*, escrita por Bráulio Pedroso e que viria a revolucionar o gênero ao se tornar um espelho da realidade cotidiana deixando de lado o tom de romance folhetinesco de sucessos como *O Direito de Nascer*. Em seguida outras regiões do país começaram a ser focalizadas pelos autores como o Nordeste em novelas como *Gabriela* e *O Bem-Amado* (anos 70). No entanto, essa produção midiática regional sofreu um colapso em função de uma "nacionalização" da comunicação, projeto dos militares com objetivo de unificar (e vigiar melhor) o país. Neste sentido, a mídia eletrônica é uma das mais importantes criadoras e reprodutoras da identidade de um povo, unindo o sertão à capital.

"Essa desconexão entre os habitantes de zonas afastadas por duas ou três horas de viagem é "compensada" pelas conexões

²⁸ A *Moça do Sobrado Grande*, que foi ao ar em 1968, totalmente produzida em Recife.

dos meios de comunicação de massa. (...) Rádio, televisão e vídeo, novos vínculos eletrônicos invisíveis, que reconstruem de modo mais abstrato e despersonalizado os nexos entre os habitantes, ao mesmo tempo em que nos conectam com a simbologia transnacional.”(CANCLINI, 1999: 136-137

CANCLINI (1999:148) nos lembra que “os referentes de identidade se formam, agora, mais do que nas artes, na literatura e no folclore em relação com os repertórios textuais e iconográficos gerados pelos meios eletrônicos de comunicação e com a globalização da vida urbana”. A indústria cultural reforça alguns mitos identitários – como a malandragem brasileira e a ignorância portuguesa – pois os mesmos resultam em retorno financeiros garantidos ao serem representados nos seus produtos midiáticos, o que explicaria o interesse das poderosas indústrias cinematográfica e fonográfica em filmes estrangeiros e músicas “locais”, respectivamente. O exótico, o desconhecido e o “diferente” vendem bem e com isso o *e-commerce* cultural sonda novos mercados e amplia sua rede de lucros.

az

4.3 Os discursos do super-herói brasileiro

4.3.1. A intertextualidade: o Outro do discurso

Conforme foi visto no início deste capítulo o dialogismo é o princípio constitutivo de toda linguagem, segundo o conceito instituído por Bakhtin. No final dos anos 60 Julia Kristeva²⁹ partiu do dialogismo e desenvolveu o conceito de intertextualidade. Segundo ela, o dialogismo de Bakhtin determina a escritura como subjetividade e comunicatividade onde a “pessoa-sujeito da escritura” cede lugar à

²⁹ KRISTEVA, Julia. 1969. *Semeiotike: recherches pour une sémanalyse*. Paris: Points-Essai, Éditions du Seuil.

“ambivalência da escritura”. Assim, todo texto está entrelaçado com outros textos, estabelecendo um diálogo:

“Le langage poétique apparait comme un dialogue de textes: toute séquence se fait par rapport à une autre provenant d’un autre corpus, de sorte que toute séquence est doublement orientée: vers l’acte de la reminiscence (évocation d’une autre écriture) et vers l’acte de la sommation (la transformation de cette écriture).” (KRISTEVA, 1969: 180)

São essas relações entre textos que compõem a intertextualidade, que BRANDÃO define como o diálogo que uma formação discursiva mantém com outras formações discursivas. Uma formação discursiva (daqui em diante FD) é formada por enunciados que têm marcas regulares, que têm a mesma formação ideológica. Uma *“FD determina ‘o que pode e deve ser dito’ a partir de um lugar social historicamente determinado”*. (BRANDÃO, 2002: 91).

Os enunciados dos quadrinhos de super-heróis constituem uma FD que contém referências sem fim de um texto primeiro: o primeiro super-herói, o Super-Homem (que na verdade tem origem na mitologia e que foi atualizado pela indústria cultural). O Super-Homem instituiu um discurso de origem que serviu como base para todos os super-heróis que vieram em seguida. Esse conjunto de regras de formação pode ser percebido ora de modo amigável, ora de modo destrutivo.

No campo discursivo dos super-heróis (que é uma dos diversos campos que constituem o universo discursivo das histórias em quadrinhos) identificamos a presença de uma intertextualidade interna *“que se define pela sua relação com discurso(s) do mesmo campo podendo divergir ou apresentar enunciados semanticamente vizinhos aos que autoriza sua formação discursiva”* (BRANDÃO, 2002: 76). No caso específico do contexto local norte-americano, essa relação intertextual interna é de conformidade: do modelo seminal do Super-Homem surgem outros super-heróis que divergem em pequenos

detalhes, necessários para a construção de personagens diferenciados, mas que em essência não alteram o *corpus* discursivo do espírito heróico norte-americano, como já descrito no capítulo 3 deste trabalho.

No caso do nosso recorte específico de análise, essa relação é de mão dupla. As hq's brasileiras de super-heróis constituem-se de intertextos que, de acordo com o contexto histórico, variam de discursos que vão da semelhança à diferença. Quando o texto repete a linha discursiva do texto primeiro com a intenção de confirmá-la configura-se aí o que MAINGUENEAU (1997: 102) chama de *valor de captação*; o oposto seria o *valor de subversão*, quando o texto primeiro é assimilado com a intenção de rebaixamento e/ou questionamento.

Utilizando os conceitos visto até aqui iremos analisar o percurso dos super-heróis brasileiros dentro destes dois campos de valor, culminando na constituição discursiva do personagem Solar.

4.3.2. O discurso parafrástico

A repercussão comercial dos super-heróis norte-americanos no mercado brasileiro resultou na criação de versões brasileiras como estratégia de sobrevivência num mercado cada vez mais competitivo. Com exceção do obscuro e breve super-herói curitibano *O Galha*, que data dos anos 40, estes personagens apareceram entre as décadas de 60-70 e o que os caracterizava era o fato de serem cópias exatas de seus modelos hegemônicos, com algumas pequenas alterações sem grandes mudanças em sua estrutura básica.

"This model of production has appeared at different moments within the Brazilian comics environment. Sometimes, they present a better artistic quality; in others, they are little less than sad pastiches of alien productions. Older Brazilian readers can still remember the so-called "Brazilian super-heroes" published in the 60s and 70s with titles such as Escorpião

(Scorpion), Targo, Hur, Fikon, Super-Herós, Raio Negro (Black Ray), etc., which tried to situate in Brazilian territory characters with strange powers and facing villains of very poor imagination.(VERGUEIRO. 1999)"

A duplicação da forma sem uma elaboração crítica do conteúdo, num ato passivo de ceder sua voz à voz do outro caracteriza essas narrativas como paráfrases. SANT'ANNA (1988) define a *paráfrase* como a intertextualidade das semelhanças, uma continuidade e uma celebração do discurso do outro. Mesmo que em alguns momentos esses personagens parafrásticos revelem algum elemento de qualidade (roteiro, arte ou narrativa visual), os mesmos constroem uma estética da acomodação, do conformismo, reafirmando os elementos do texto original, neste caso, o discurso hegemônico do quadrinho norte-americano. Implica também numa não-identidade, num abandono das referências de localização, de identificação com sua realidade cultural.

É a cultura do *simulacro*, umas das estratégias estético-discursivas da pós-modernidade. O simulacro é uma imitação, uma vã representação enganadora.

"Em toda forma de representação, alguma coisa se encontra no lugar de outra coisa: representar significa ser o outro do outro, que vem simultaneamente evocado e cancelado pela representação."(MELO, 1988:30)

Simular, segundo Baudrillard é fingir ter aquilo que não se tem (citado em MELO, pg 59). O super-herói brasileiro da segunda metade da década de 60 surge para combater com as mesmas armas o super-herói norte-americano e tentar ganhar uma fatia do mercado editorial. As origens destes simulacros vêm da estratégia dos editores que convocavam desenhistas e escritores para, baseando-se nos modelos originais, criarem personagens similares com pequenas variações. Foi assim que surgiram personagens como *O Escorpião*, totalmente

(de)calcado no *Fantasma* de Lee Falk, o que provocou protestos da editora norte-americana que distribuía o personagem pelo mundo.

Segundo ORLANDI (2000:36) “os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer já sempre algo se mantém, isto é, o dizível, a memória. A paráfrase representa assim o retorno aos mesmos espaços do dizer. (...) A paráfrase produz a variedade do mesmo”.

Alguns destes personagens chegaram a fazer um relativo sucesso durante os anos 60. Os mais importantes foram o *Capitão 7* e o *Raio Negro*. O primeiro foi criado pelo ator Aires Campos para um programa de televisão, que durou um ano (1958-1959); neste período, o personagem foi patenteado e conseguiu o patrocínio do Leite Vigor. Com o sucesso do programa do personagem, Aires Campos licenciou-o para os quadrinhos, onde o mesmo se tornou uma espécie de Super-Homem – diferente de sua versão televisiva, onde assemelhava-se mais à ficção científica. Sua revista durou cinco anos.

Já o *Raio Negro* surgiu diretamente nos quadrinhos e é uma cópia do norte-americano *Lanterna Verde*. Foi criado por Gedeone Malagola, por sugestão do seu editor depois que outro personagem criado por ele - Homem-Lua – foi rejeitado. O personagem teve 24 edições lançadas.

Apesar da predominância de personagens parafrásticos havia espaço para a experiência de personagens originais, como o *Golden Guitar*, que apesar do nome em inglês não era baseado em nenhum similar norte-americano e teve como inspiração o movimento musical da Jovem Guarda – o herói era um músico de sucesso chamado Renato Fortuna, líder de uma banda de rock chamada Os Taiobas. Todos estes super-heróis tiveram vida curta – com exceção do *Capitão 7* - e não conseguiram vencer seus inimigos norte-americanos.

Mesmo sendo personagens que podem ser classificados como heróis épicos, verificamos com facilidade nos casos citados (*Capitão 7*, *Raio Negro*, *Escorpião*) – também percebidos na maioria das criações da época – a presença do valor de captação definido por MAINGUENEAU: a orientação argumentativa é seguida pelos produtos

brasileiros sem questionamentos, com pequenas variações sobre o mesmo tema. A seguir, exemplificamos alguns destes casos:

TEXTO	ARGUMENTAÇÃO	INTERTEXTO	ARGUMENTAÇÃO
Fantasma (EUA)	Justiceiro das selvas africanas que defende a fauna e a flora; comanda os nativos, que acreditam ser ele imortal. Tem um anel que deixa uma marca de caveira gravada na pele dos inimigos quando estes são socados	Escorpião (Brasil)	Justiceiro da selva amazônica que defende a fauna e a flora; comanda os índios. Tem um anel que deixa uma marca de escorpião gravada na pele ao socar os inimigos
		Homem-Lua (Brasil)	Comanda os nativos de diversas tribos do mundo, que acreditam ser ele imortal.
Lanterna Verde (EUA)	Piloto de jatos; encontra um alienígena moribundo que lhe dá um anel de energia verde, com o qual pode realizar qualquer coisa com a força de vontade. Começa a combater o crime	Raio Negro (Brasil)	Piloto de jatos da FAB; encontra um alienígena que lhe dá um anel de energia negra, com o qual começa a combater o crime
Super-Homem(EUA)	Possui super-força e poder de vôo, além de outros poderes.	Capitão 7 (Brasil)	Possui super-força e poder de vôo.

Flash (EUA)	Guarda seu uniforme comprimido em um anel	Capitão 7 (Brasil)	Guarda seu uniforme comprimido numa caixa de fósforos
-------------	---	--------------------	---



Figura 2 - O Fantasma e o seu simulacro, o Escorpião.



Figura 3 - O Lanterna Verde e a sua versão brasileira, o Raio Negro.

Segundo BRANDÃO (2002:70) é a *memória discursiva que torna possível a toda FD fazer circular formulações anteriores já enunciadas*, resultando numa eficácia discursiva que cria um efeito de evidência que suscita a adesão de seu auditório. Essa estratégia retornou nos anos 90, conforme vimos no capítulo 2 deste trabalho, reafirmando a apropriação do discurso dos super-heróis norte-americanos sem uma postura crítica por parte dos autores nacionais.

Com o surgimento das lutas nacionalistas nos anos 60 esse discurso parafrástico começa a ser atacado através da paródia.

4.3.3. O discurso paródico

A paródia é a imitação cômica ou burlesca de um texto literário, segundo a definição mais comum. Em sua significação etimológica, paródia quer dizer *contracanto* (*ode-* canto e *para-* contra). Embora esta seja a concepção mais utilizada da paródia e a que nos interessa neste trabalho, nunca é demais citar que o prefixo *para* - encerra outros significados que ficaram esquecidos e que foram resgatados com o pós-modernismo. Moser (1992:133/134) cita os outros dois conceitos originais do prefixo: cantar **ao lado** (deslocamento) e cantar **a mais** (adição). Resgatando os mesmos, Linda Hutcheon propõe um alargamento do conceito de paródia, fazendo que seu ethos percorra uma escala que vai do ridicularizante ao respeitoso, desde que neste caso exista uma certa distância crítica:

“Para - em grego também pode significar “ao longo de”, e sugere um acordo ou intimidade, em vez de um contraste. É esse segundo sentido esquecido do prefixo que alarga o escopo pragmático da paródia para as discussões das formas de arte moderna.” (...) “a paródia é, pois, na sua irônica ‘transcontextualização’ e inversão, repetição com diferença. Está implícita uma distanciação crítica entre o texto de fundo a ser parodiado e a nova obra que incorpora, distância crítica assinalada pela ironia. Mas essa ironia tanto pode

ser apenas bem humorada, como pode ser depreciativa, tanto pode ser criticamente construtiva, como pode ser destrutiva”(grifos nossos).

A definição da paródia como um contra-canto e um ato questionador é o conceito moderno, onde a crítica ao texto original surge na forma de uma ridicularização de seus elementos, resultando num riso contestador. Dentro desta concepção, Sant’Anna (1988) define a paródia como um efeito *contra-estilo*, onde há a deformação do texto original, subvertendo sua estrutura ou sentido; e onde se busca a fala recalcada do outro. Neste caso, o Outro usa o discurso parodístico como uma forma de luta, de embate ideológico contra o discurso hegemônico.

“Num outro tipo de aclaramento recíproco internamente dialógico das linguagens, as intenções do discurso que representa não estão de acordo com as do discurso representado, resistem a elas, representam o mundo real objetivo, não com o auxílio da língua representada, do ponto de vista produtivo, mas por meio de sua destruição desmascaradora. Assim é a estilização paródica”.(BAKHTIN, 1990:160)

Nesse embate, o discurso se converte em palco de luta entre duas vozes discordantes, ainda conforme Bakhtin: uma voz séria, oficial e hegemônica e uma voz humorística, rebelde e subalterna, que utiliza o riso de forma destrutiva e contestadora. *“A utilização do humor, se por um lado muitas vezes é o único modo dessa crítica aflorar, pode resultar numa dissolução do problemático no riso. O riso acaba fazendo de conta que a negatividade social não é tão problemática assim” (KOTHE, 1987: 48-49).*

Como forma de resistência à esta ocupação de mão dupla (uma externa através do produto importado e outra interna através dos simulacros), a reação foi a de desmistificar esses personagens

hegemônicos, desconstruindo suas estruturas e reorganizando as mesmas através da *paródia*.

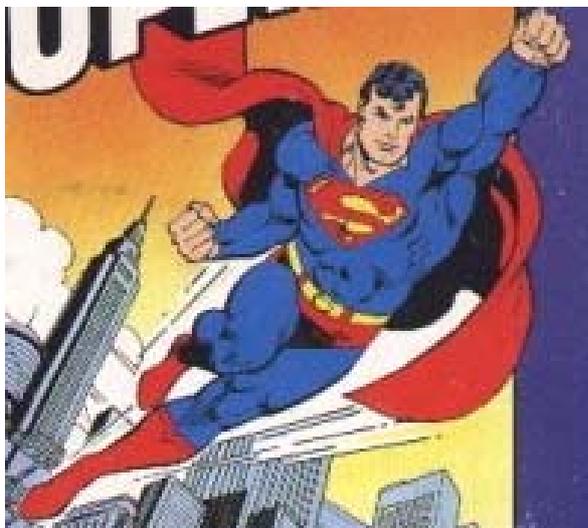
Ao utilizar a concepção moderna da paródia (que já definimos anteriormente), os super-heróis brasileiros vão atacar todas as características e clichês da mitologia dos super-heróis norte-americanos como *Overman*, de Laerte Coutinho, um dos grandes sucessos no gênero, brinca com a mítica da ocultação da identidade: ele é tão ocupado em seu trabalho de herói que não tem tempo de descobrir sua própria identidade secreta, além de ridicularizar as utilidades do uniforme colante e da capa, acessórios básicos de todo super-herói da era clássica.

Neste e em outros casos identificamos o valor de subversão, onde o texto é incorporado para ser ridicularizado ou questionado.

TEXTO	ARGUMENTAÇÃO	INTERTEXTO	ARGUMENTAÇÃO
Capitão Marvel (EUA)	O jovem Billy Batson transforma-se em super-herói ao pronunciar a palavra SHAZAM. Voa por causa de seus poderes, originários da magia	Capitão Peido	Homem comum transforma-se em super-herói ao pronunciar a palavra BATATA-DOCE. Voa impulsionado por gases flatulentos
Super-Homem (EUA)	Sua fonte de energia é o sol, que o alimenta como uma bateria viva	Capitão Rapadura	Sua fonte de energia é o consumo de rapadura

Além disso, podemos notificar a ridicularização dos nobres títulos dos super-heróis: Capitão Marvel; Capitão América = Capitão Rapadura, Capitão Cipó, Capitão Peido, etc. Aliados à tradição do quadrinho cartunístico brasileiro, os mesmos são eficientes no trabalho de desmistificar a superioridade dos seus modelos hegemônicos. Estas

desmistificações só têm êxito se os receptores conhecerem o discurso já-dito sobre os modelos parodiados e através desta memória conseguem estabelecer relações que levam ao riso.



Superman, o primeiro super-herói



*o super-herói cearense
Capitão Rapadura.*



Overman, de Laerte

Estes e outros personagens do mesmo tipo são os heróis picarescos, associados aos gêneros literários menores da comédia e da sátira menipéia, segundo a classificação aristotélica; são os heróis baixos, donos das seguintes características:

- *"extração social baixa*
- *comportamento de modo pouco elevado*
- *é um herói cuja grandeza é não ter grandeza nenhuma*
- *é o caniço que se dobra aos ventos para conseguir sobreviver"*
(Kothe, 1987)

É o discurso do herói na cultura brasileira. Conforme Orlandi (1993), preguiça, mentira, ócio, confiança desmesurada no futuro, e maus costumes, são as qualidades atribuídas como naturais ao brasileiro.

Ao analisar as formas rituais básicas da sociedade brasileira – carnavais, paradas militares e procissões -, Da Matta (1979) constrói um triângulo de heróis, cada um relacionado a um ritual e resultado da nossa composição identitária – europeu, negro, índio – cada um com sua característica própria:

"Procissões = santo = romeiros = peregrinos = renunciadores
Carnavais = malandros = seres marginais e/ou liminais
Paradas = Caxias = "caxias" = autoridades = leis = quadrados"
(Da Matta, 1979: 203)

Este discurso picaresco, carnavalizado, é identificado com precisão nos super-heróis brasileiros. O herói (e o super-herói) brasileiro por excelência seria o *malandro*, o herói carnavalizado, embora os heróis *"caxias"*- aquele que está totalmente dentro da ordem e se preocupa com a defesa e a implementação das regras sociais mais explícitas - e os heróis *renunciadores* se façam presentes ao mesmo tempo. Heróis do jeitinho, da utilização da esperteza no combate aos poderosos, obtendo pequenas vitórias, mas atuando de maneira que as contradições do sistema dominante se perpetuem.

“O foco narrativo picaresco é a postura de um grupo social que se prepara para dar o bote na direção do poder, mas ainda não é suficientemente forte para fazê-lo. (...) Ainda que o sistema do romance picaresco seja crítico em relação à estrutura social (pois rebaixa elementos socialmente altos), a figura do pícaro não é propriamente revolucionária” (KOTHE, 1987)

A cultura brasileira está repleta destes personagens, que transformam o riso numa forma de protesto, às vezes sendo esta a única forma de manifestar-se criticamente. Pedro Malasartes e João Grilo são alguns representantes clássicos desses personagens na cultura popular.

Sant’Anna (1988) alerta que a paródia, no entanto, pode se tornar uma espécie de *“estilo de época”*, transformando-se em linguagem banal de uma geração ou de determinado período histórico. A paródia, neste caso, torna-se paráfrase. É um paradigma. Foi o que aconteceu com os quadrinhos de super-heróis no Brasil.

O discurso do super-herói malandro, humorístico, paródico, termina tendo uma função de conformismo se levarmos em consideração que rimos deles e dos estragos que fazem aos modelos originais, mas continuamos consumindo estes modelos originais. O Brasil é o segundo maior mercado de consumo de super-heróis do mundo, não importando se eles estão em crise ou não. Esse consumo denota que há uma demanda por esses personagens e o produto importado atende a ela. Diversos depoimentos de profissionais da área reafirmam a importância do gênero, mas continuam com o discurso de que o mesmo não tem lugar em nossa cultura. Autores como CIRNE (1971;59) afirmam que somente através da crítica e da desmistificação terá sentido social a criação de super-homens entre nós³⁰.

Fica bastante claro ao ver depoimentos como este que a representação social do herói e particularmente do super-herói

³⁰ Ver ANEXOS: depoimentos

brasileiro das histórias em quadrinhos está cristalizada nas questões de uma construção identitária fortemente calcada no lúdico e na esperteza para a resolução dos problemas. A estratégia do “jeitinho” para combater o poder hegemônico nos leva ao caráter básico do herói picaresco, conforme descrito por KOTHE e já citado neste capítulo. A opção por este discurso em relação à tipologia do herói vem reforçar nossa convicção de que esta estética do grotesco, da paródia, do risível tornou-se um paradigma para a construção dos produtos midiáticos brasileiros e para a caracterização de uma identidade coletiva. Tornando-se um paradigma, esta estética é uma fórmula fácil e cômoda para a criação destes produtos e denota que o mito fundacional brasileiro baseado na questão do humor e do lúdico, do povo alegre e ordeiro está profundamente legitimado pelo universo simbólico e imaginário que constitui nossa formação identitária.

Capítulo 5 – O herói *Solar*: a ruptura do paradigma?

5.1 o discurso híbrido

As conseqüências da globalização para as identidades coletivas têm sido o principal ponto de discussão na agenda político-social de diversos países. Desse debate surgem questões como as apontadas por Hall (1999:69):

** As identidades nacionais estão se desintegrando, como resultado do crescimento da homogeneização cultural e do "pós-moderno global";*

** As identidades nacionais e outras identidades "locais" ou particularistas estão sendo reforçadas pela resistência à globalização;*

** As identidades nacionais estão em declínio, mas novas identidades - híbridas - estão tomando seu lugar.*

Devemos levar em consideração que essas possíveis conseqüências da globalização sobre as identidades apontadas por Hall não acontecem de maneira isolada e em seqüência; elas acontecem simultaneamente, em diferentes momentos histórico-sociais, desde que aceitemos a "antigüidade" do processo de globalização, como argumentam HALL (citando GIDDENS e WALLERSTEIN - 1999:68) e ROBERTSON (1999:152), que propõe pensar a globalização como um processo dos últimos 250 anos, que surge no século XV na Europa (fase germinal) e segue até a atualidade (fase da incerteza).

Há defensores ferrenhos para cada uma das três possíveis conseqüências citadas; no entanto, acreditamos que o surgimento de novas identidades híbridas seja a mais defendida, se partirmos do pressuposto que o processo de globalização é irreversível e que as

sociedades têm de se adaptar a ele. CANCLINI, por exemplo, defende que a globalização permite uma troca de experiências culturais e "*assim as culturas perdem a relação exclusiva com seu território, mas ganham em comunicação e conhecimento (1998)*".

Embora saibamos que políticas culturais que promovem o local por vezes resultam numa política xenófoba de repúdio a tudo que não seja autóctone como nos alerta CANCLINI (1999: 138), elas não devem ser de todo desprezadas porque no processo globalizante algumas culturas sensíveis podem simplesmente serem soterradas por um "multiculturalismo" de mão única, que insere a cultura estrangeira sem que haja este ganho em comunicação e conhecimento.

A cultura brasileira já demonstrou que pode sobreviver à invasões culturais adaptando-se a elas. Algumas dessas misturas na cultura brasileira se deram através de hibridações, da inserção de elementos estrangeiros e da reinterpretação dos mesmos: a Bossa Nova é o resultado da junção do *cool jazz* e do samba canção; o Movimento Modernista a partir de 1922 "comeu" a arte que se fazia na Europa e gerou uma nova leitura da cultura brasileira; a injeção de música popular norte-americana na MPB gerou o Tropicalismo; e a inserção de elementos da cultura local na música pop resultou no Movimento Mangue. Estamos diante do que BHABHA (1998: 36) chama de "terceiro espaço": a *hibridação*.

"a tradução é também uma maneira de imitar, mas num sentido traiçoeiro e deslocante – o de imitar um original de tal modo que a sua prioridade não é reforçada e sim, pelo próprio fato de ele poder ser simulado, reproduzido, transferido, transformado, tornado simulacro e assim por diante: nunca o original se conclui ou se completa em si mesmo. O "originário" está sempre aberto à tradução. (...)A hibridação é o "terceiro espaço" que permite as outras posições emergir".

Como já abordado no capítulo 2 deste trabalho a produção de quadrinhos brasileiros com temáticas globalizadas existe desde a

consolidação da linguagem entre nós, a partir dos anos 40, com histórias nos gêneros do terror, policial, ficção-científica, faroeste e aventura; mas as produções desse período são paráfrases onde o discurso primeiro é repetido sem nenhum questionamento. Só a partir da segunda metade dos anos 80 é que identificamos uma produção que podemos denominar de híbrida, conforme explicitado no capítulo acima citado.

No gênero específico dos super-heróis encontramos um personagem que tem como objetivo ser um herói épico. Na estrutura do personagem, o autor articula referências nacionais - erguendo uma identificação com nossos arquétipos de nacionalidade - com elementos presentes na construção do super-herói tradicional norte-americano. Esse diálogo resulta num *herói híbrido*, cujo discurso presente nas 14 edições nas quais atua debate questões como identidade cultural e o conceito e influência do herói na sociedade.

Estamos falando do personagem *Solar*, nosso objeto de estudo. Publicado de maneira independente entre 1996 e 1998 nas revistas *Solar* e *Caliban*, o personagem foi criado por Wellington Srbek e desenhada por Ricardo Sá (na maioria das edições), Sidney Telles, Erick Azevedo e Luciano Irrthum. A história é dividida em dois "livros": *Asas de Ícaro* e *Solo Sagrado*, que analisaremos em seguida.

5.2 – A Estrutura Narrativa do super-herói Solar

5.2.1 – Livro I – Asas de Ícaro

O primeiro livro da saga do herói Solar é dividido em sete capítulos que foram publicados nos sete números da revista homônima, com média de 28 páginas cada edição, capa colorida e miolo preto e branco, com desenhos de Ricardo Sá - exceto a última edição, que foi desenhada por Erick Azevedo e Sidney Telles.

Na construção do personagem o autor recorre à memória discursiva dos seus leitores ao utilizar implicitamente elementos de

dois grandes ícones dos quadrinhos de super-heróis: Super-Homem e Homem-Aranha.

TEXTO	ARGUMENTAÇÃO	INTERTEXTO	ARGUMENTAÇÃO
Homem-Aranha	Peter Parker, fotógrafo de um grande jornal de Nova Iorque (O Clarim Diário) é a identidade secreta do Homem-Aranha	Solar	Gabriel Azevedo, fotógrafo de um grande jornal de Belo Horizonte (Hoje em Minas) é a identidade secreta de Solar
Super-Homem	Vindo de outro planeta, Clark Kent é adotado por um casal que mora no interior dos EUA (Kansas). Além da super-força, o personagem possui poder de vôo e invulnerabilidade	Solar	Gabriel Azevedo é filho adotivo de um casal que mora no interior de Minas Gerais. Embora não possua super-força, o herói possui poder de vôo e invulnerabilidade

Aqui é utilizada a *alusão*, um dos processos de relação intertextual, onde não se citam as palavras, mas as construções sintáticas são repetidas. Neste caso há uma relação contratual, pois não há a intenção de contradizer o discurso primeiro.

Na construção da narrativa da saga do Solar o autor utiliza a estrutura clássica da aventura do herói mitológico, conforme o modelo apresentado por CAMPBELL (1997:36) em sua análise dos mitos universais e que se assemelha aos rituais de passagem (*separação-iniciação-retorno*), assim descrito: *um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra*

fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes.

Essa estrutura básica se repete em todas as narrativas de ficção, nas quais o protagonista descobre que o significado de sua existência não se satisfaz em seu lugar de origem e ele deve abandoná-lo – geralmente, por meio de uma viagem, real ou simbólica – e que após uma sucessão de experiências variadas chega a aceitar uma forma de vida diferente ou volta a seu ponto de partida com um conhecimento ou sabedoria que às vezes põe a serviço de seus semelhantes. Esta estrutura é aplicada na construção da narrativa das aventuras do Solar em suas 14 edições, as quais iremos analisar a partir de agora.

A primeira página da edição 1 faz uma alusão, numa passagem rápida, ao nascimento do mais famoso herói brasileiro: Macunaíma. No livro de Mário de Andrade, o texto relata: “*No fundo do mato-virgem nasceu Macunaíma, herói de nossa gente*” (1970:9). Em Solar, na mata fechada da floresta amazônica ouve-se um choro de bebê e em seguida uma mulher branca é mostrada segurando uma criança recém nascida. As semelhanças terminam por aqui visto que o caminho a ser percorrido por nosso herói é intencionalmente divergente do “herói sem nenhum caráter”.

O CHAMADO À AVENTURA

- o herói mitológico abandona sua casa, é atraído, levado ou avança voluntariamente ao portal da aventura.

Na edição 1, o protagonista Gabriel Azevedo descobre seus poderes (poder de vôo e invulnerabilidade) ao ser atingido por tiros disparados por um velho barbudo vestido de negro. Após essa revelação, tenta entender o porquê dele ter sido escolhido para receber esses dons. Numa noite de chuva forte, assiste pela televisão uma reportagem sobre o deslizamento de morros na periferia de Belo

Horizonte e decide usar seus poderes para ajudar aquelas pessoas. A fala do personagem na página 12 nos remete à fala clássica do personagem Homem-Aranha, numa alusão contratual:

Homem-Aranha = *"Grandes poderes trazem grandes responsabilidades"*

Solar = *"Tenho de fazer alguma coisa. Esses poderes! Eu os recebi para cumprir uma missão. Pode parecer clichê, mas eu sinto isso."*

No trecho que sublinhamos da fala de Solar o autor utiliza a ironia para avisar ao leitor que a utilização de elementos clássicos na formação do personagem não é isenta de uma postura crítica e que esta criticidade pode subverter esses dogmas estabelecidos mais adiante, o que realmente acontece.

Ao utilizar seus poderes, Gabriel aceita o chamado à aventura e inicia sua jornada; a sua decisão resulta num desequilíbrio da narrativa, o ponto zero que impulsiona e movimenta os personagens e a trama para adiante, conforme nos diz TODOROV (1970: 138):

"Uma narrativa ideal começa por uma situação estável que uma força qualquer vem perturbar. Disso resulta um estado de desequilíbrio; pela ação de uma força dirigida em sentido inverso, o equilíbrio é restabelecido; o segundo equilíbrio é semelhante ao primeiro, mas os dois nunca são idênticos".

- *Ali encontra a presença de uma sombra que o herói pode derrotar ou conciliar esta força e entrar vivo no reino da escuridão ou pode ser morto pelo oponente e descer à morte.*

Da edição 2 até a edição 6, o herói começa a enfrentar as consequências de sua decisão de aceitar o chamado. Gabriel cruza o *portal*, que implica o abandono do mundo que lhe é familiar e o leva ao desconhecido. Mesmo questionando a origem dos seus poderes utiliza os mesmos para ajudar os necessitados. Ao descobrir que seu amigo

Carlos está envolvido com drogas, decide combater o tráfico. Despertando a atenção de uma poderosa quadrilha, Gabriel tem sua identidade descoberta e seu amigo Carlos e sua esposa são atingidas, forçando-o a abandonar sua vida de herói.

Conforme CAMPBELL, *a sombra que o herói encontra e pode vencer ou não* pode ser identificada como os traficantes da história. O autor aqui nos mostra a primeira desconstrução do discurso dos super-heróis, sempre seguros de sua invencibilidade e do segredo de sua identidade secreta.

Na edição 7, com seu amigo Carlos em coma e sua esposa terminando o relacionamento, *o herói avança através de um mundo de forças pouco familiares e estranhamente íntimas, algumas o ameaçam (provas) e outras lhe ajudam (auxiliares)*. Gabriel enfrenta a morte, representada na narrativa através de uma máscara ritual africana que possui uma faxineira negra do museu onde estava exposta. CAMPBELL define esta etapa como *o ventre da baleia*, ou seja, o passo ao reino da noite. Ao vencer a escuridão da morte, o herói é transportado para a Chapada dos Guimarães, onde tem início o livro dois.

Em *Asas de Ícaro*, todos os elementos clássicos das histórias de super-heróis estão presentes: da descoberta de estranhos poderes à convicção final de que “grandes poderes trazem grandes responsabilidades”. A presença de intertextos é abundante e o autor os utiliza ora de modo contratual, ora de modo polêmico. Neste último caso os clichês são revisitados para serem desconstruídos e colocados em xeque logo em seguida, mostrando como são limitados e frágeis – como na mítica da identidade secreta e da invencibilidade do herói. Com esse diálogo intertextual o autor não renega as profundas influências que os super-heróis exerceram e ainda exercem no campo discursivo das hq’s em todo o mundo, mas o faz de modo inovador ao utilizar essas referências para construir personagens brasileiros, que vivem numa grande metrópole brasileira; e ao adotar uma estética visual que foge completamente àquela utilizada pelos quadrinhos de super-herói norte-americanos e seus seguidores há a intenção de se distanciar dos modelos estabelecidos e exaustivamente copiados.

Neste primeiro livro uma passagem merece ser citada com destaque em nossa análise por tratar de questão relativa à construção da identidade do personagem e, conseqüentemente, da discussão que permeia este trabalho que é a representação da identidade nacional nos quadrinhos. Nela, Solar enfrenta um personagem que tem o poder de alterar a realidade - um jovem que desperta de um estado catatônico. Ao fugir da casa de saúde onde estava internado, o jovem literalmente "carnavaliza" toda a cidade; as pessoas põem para fora todos os seus desejos mais secretos e mergulham numa onda de paixões desenfreadas; cenas de nudismo, orgias sexuais e atos de violência tornam-se comuns; as pessoas cantam, dançam e bebem pelas ruas. No meio de tudo, Solar tenta conter a desordem combatendo o jovem. Esta é a única passagem da narrativa onde o picaresco se faz presente e mesmo assim é representado como caos. Há, neste caso, uma clara intenção de cortar relações com qualquer discurso identitário ancorado no riso, na carnavalização; reforçando assim seu objetivo de construir um herói brasileiro épico.

Com todas estas inovações o primeiro livro assemelha-se a qualquer boa história norte-americana do gênero, o que não desqualifica a obra.

5.2.2 – Livro II – Solo Sagrado

O percurso do primeiro para o segundo livro assemelha-se a etapa de iniciação dos ritos de passagem, onde o herói descobre sua origem e começa a preparar o seu retorno. É o início da segunda etapa da jornada mítica do herói descrita por CAMPBELL. O herói se depara com o caminho das provas, que deve vencer para receber sua(s) recompensa(s), conforme vemos a seguir.

- Passa por uma prova suprema e recebe sua recompensa 1) encontro com a deusa mãe-do-mundo ou a recordação da felicidade da infância;

2) *reconhecimento do pai criador (concordância)*; 3) *sua apoteose (divinização)*; 4) *expansão da consciência (transfiguração, liberdade)*.

Ao surgir na Chapada dos Guimarães, Gabriel é despertado por um urubu-rei falante chamado Mur que revela ser seu avô. Mur o chama de homem-sol e conta a lenda da origem do sol e da lua. O urubu-rei Urubutisim, chefe do clã dos pássaros, possuía um cocar de fogo. Numa armadilha preparada pelos irmãos índios Sol e Lua, o cocar é roubado; os homens ganham o fogo de presente e os irmãos ascendem ao céu. Esta lenda é utilizada como base para a origem dos poderes do herói.

O urubu-rei o envia ao Amazonas, onde acontece o encontro com a deusa na aldeia dos índios Coraci, o povo do sol; neste caso, a deusa é representada por sua mãe biológica, Sophia (*reencontro com a deusa-mãe do mundo*). Sua mãe lhe conta da luta do povo Coraci para manter sua identidade cultural e de como o guardião do passado deles, o pajé Uiraçú, anunciou a vinda de um redentor.

Logo após estas revelações, Gabriel encontra o pajé Uiraçú que revela ser seu pai biológico e lhe conta a origem da vida e do povo Coraci (*reconhecimento do pai criador*), revelando que ele é o Escolhido. Gabriel toma um chá preparado por seu pai e expande sua consciência, interligando-se com a natureza (*transfiguração, liberdade*); então, conhece seu pai criador, Coraci, o próprio Sol que lhe confere uma fração do seu poder (*divinização, apoteose*).

As edições de 1 a 5 da revista *Caliban* nos relatam a origem do personagem e a sua importância entre nós; ele é o redentor esperado, o salvador do mundo que irá trazer prosperidade e paz aos homens. Ele foi afastado do seu lugar de origem para ficar em segurança até chegar o momento de sua apoteose, de sua divinização. As citações presentes na origem do personagem nos remetem aos textos religiosos da vinda do profeta que irá trazer redenção ao mundo dos homens; esta citação também pode ser percebida com facilidade na tipologia do Super-Homem e em outras manifestações midiáticas, como o fenômeno cinematográfico *Matrix*. Ao basear os poderes do

personagem nas lendas indígenas do herói solar Coraci, o filho do Sol, e nos estudos de Darcy Ribeiro sobre este e outros mitos deste povo, Srbek inova ao fugir dos típicos clichês norte-americanos de acidentes nucleares ou mutações genéticas como origem de superpoderes. A concepção híbrida do personagem (pai índio e mãe branca) é a senha para a construção da identidade nacional em *Solar*.

O modelo clássico do super-herói americano que durante anos foi parodiado ou seguido fielmente em todos os seus aspectos discursivos pelos quadrinistas brasileiros sofre aqui uma interferência de elementos que representam a cultura brasileira, uma contaminação que no fim do processo não resulta na “desintegração” da cultura local em detrimento da cultura estrangeira. Na qual existe, conforme CANEVACCI (1993:19),

“(...) um apetite direcionado, sensível e delicado, retesado para a escolha das partes corporais mais saborosas, para digerir o outro de forma criativa e não uma ingurgitação indiferenciada ou indigesta. Os sabores, as cores, as partes do corpo preparadas para serem incorporadas, eram escolhidas com base em estratégias estético-políticas”.

Na edição 1 da revista *Caliban*, o autor expõe claramente suas intenções antropofágicas com um editorial que tem como subtítulo a frase: “onde evocamos nossa origem ancestral e manifestamos que queremos ser perigosos”:

“Bem-vindos ao banquete-ritual! Nosso mestre de cerimônias é CALIBAN. Isso mesmo! Aceitamos o nome pelo qual nos chamou Shakespeare: somos bárbaros e perigosos! Não somos os nativos colonizados da periferia de Patópolis ou o indolente “mexicano que dorme”. Mas também não somos os canibais estereotipados. Somos, sim, antropófagos culturais. Não rejeitamos o quadrinho estrangeiro. Queremos devorá-lo, assimilando o que ele tem a oferecer de original e fecundo.(...)”

Não somos xenófobos(...). Já descobrimos a literatura, a filosofia, a história, o cinema, a pintura – o mundo real. Viva Homero, Chaplin, Picasso! Mas viva também (e sempre) Henfil, Guimarães Rosa e Darcy Ribeiro! (...)Tupi or not tupi? Oh, yes, CALIBAN é a resposta.”(SRBEK, 1997: 35)”.

Após sua apoteose, Gabriel retoma sua jornada. Reconcilia-se com sua esposa, vinga-se dos seus inimigos e prepara o seu *regresso* de posse do *elixir*, que tem o poder de *restaurar o mundo*, simbolicamente representado por seus poderes e conhecimento divino. Viaja até África para reencontrar sua irmã e vê massacres, fome e desespero. Visita um campo de refugiados e as visões da morte o levam a decisão de utilizar seus poderes e conhecimentos para salvar a humanidade.

É a partir deste ponto que o autor prega uma peça em quem esperava que o seu personagem fosse o salvador do gênero super-herói no Brasil e o primeiro de uma casta de heróis épicos com identidade cultural. A narrativa de Solar nos leva a classificá-lo como o herói *renunciador*, aquele que se situa entre o *caxias* e o *malandro*, conforme definido por Da Matta (1979).

“(...) aquele que, por meio de instrumentos, modos diversos e em níveis diferentes, rejeita o mundo social tal como ele é e se apresenta. Assim, se o caxias reforça a ordem social e deseja mantê-la como ela é, e se o malandro, enquanto personagem intersticial, não deseja modificá-lo, o renunciador deseja realmente uma outra realidade. (...) Em vez de discursar ou escrever, cantar e dançar, o renunciador reza e caminha, procurando a terra da promessa, onde os homens finalmente poderão realizar seus ideais de justiça e paz social.” (p. 205-206)

Porém, nessa busca pelo paraíso na Terra, o herói renunciador deixa de lado suas vaidades, seu egoísmo e seu orgulho, abandonando

o mundo material, vivendo para o seu grupo. O resultado desse percurso é sua individualização. No último capítulo da série, num futuro próximo, nos vemos diante de uma sociedade avançada tecnologicamente graças às ações de Gabriel, que se tornou o guia da humanidade, o messias tão aguardado. Mas esta sociedade, apesar de todos os avanços, não consegue ser perfeita. Na sua trajetória em busca de um mundo pacífico e do bem estar de todos os homens, Solar termina por criar um regime totalitário para que sua visão de mundo seja concretizada. Diante da hora mais crítica desta sociedade onde a filha do herói é uma rebelde que luta pela volta da democracia, Solar, conhecido como o *cidadão-um*, desapareceu deixando todos à deriva, sem saber o que fazer. Para tentar reverter a História, o herói volta no tempo para dar início a tudo de novo: ele é o velho de negro que desperta nele mesmo mais jovem os poderes no capítulo 1 da narrativa, com a esperança de que os eventos aconteçam de outra maneira. É o eterno retorno, a história terminando como começou, fechando um ciclo e iniciando outro.

Logo depois de apresentar aos leitores um herói épico Srbek o nega, desmistificando-o dentro de uma visão marxista de que a *História* não seria tarefa de heróis e sim de uma classe, de um povo. O herói, nesse caso, minimizaria a capacidade dos indivíduos de se organizarem para atingir seus fins. BRECHT (citado em FEIJÓ, 1984) em sua crítica ao herói nos diz "*feliz o país que não precisa de heróis*". Srbek nos diz o mesmo através de uma grande paráfrase, que é a aventura do seu personagem.

Conclusão

Percorrendo a produção brasileira de quadrinhos de super-heróis constatamos que a criação destes personagens nos anos 60 foi uma consequência da disputa pelo mercado com o produto importado norte-americano, que já dominava o mesmo desde os anos 30. A estratégia adotada pelos editores neste primeiro momento foi a de construir personagens similares aos originais norte-americanos, onde o discurso narrativo era de semelhança – textual e estética. Mesmo tendo alcançado algum sucesso no período e podendo ser classificados como heróis épicos não havia neles uma identificação com nossa realidade cultural. Ao contrário, os mesmos terminaram por reforçar a hegemonia do quadrinho norte-americano no mercado brasileiro.

Num segundo momento o modelo norte-americano foi rebaixado com a utilização do recurso narrativo da paródia, onde havia um discurso da diferença; onde os elementos clássicos foram discutidos, questionados e ridicularizados. A estratégia para ganhar uma fatia do mercado passava pelo discurso de preservação de nossa identidade cultural, que foi colocada à mostra para que houvesse uma identificação com o leitor, para que ele se reconhecesse nos quadrinhos e dissesse “ei, isso sou eu”. Sendo assim, personagens como o Capitão Rapadura, o Capitão Peido e o Capitão Cipó, entre outros, buscavam relação com uma identidade nacional ancorada na carnavalização. Esta estética tornou-se um paradigma na cultura midiática brasileira, conforme foi demonstrado neste trabalho. Os depoimentos de quadrinistas em anexo a esta dissertação vêm confirmar nossa hipótese de que para os produtores de cultura midiática não há espaço para a existência de heróis épicos, porque segundo os mesmos ninguém no Brasil acreditaria neles e assim não haveria uma identificação com o que poderíamos temerariamente definir como a carnavalizada “alma brasileira”.

Tendo em vista o que foi apresentado neste trabalho podemos concluir que a tipologia da nossa composição identitária está cristalizada no discurso da carnavalização. Ao transformar quase que inconscientemente os problemas sociais em riso, têm-se uma situação ambivalente: o riso pode ser extremamente crítico e assim alcançar seu objetivo destrutivo ou pode ser extremamente apaziguador das diferenças e assim contribuir para a manutenção do *status quo*. Esta é a ideologia do caráter nacional brasileiro.

Também comprovamos a importância da análise do herói presente nos produtos midiáticos para que se possa entender a conformação identitária de um povo. O herói é a representação do caráter da cultura que o criou, conforme observamos na constituição do herói norte-americano e do herói japonês, descritas no capítulo 3 desta dissertação.

No campo discursivo dos quadrinhos de super-herói, uma criação tenta construir um herói épico, que renegue a predominância do picaresco como *ethos* definitivo da identidade brasileira. Indo ao encontro de Macunaíma, Solar também nasce no fundo do mato-virgem; indo de encontro ao *herói de nossa gente*, a trajetória de Solar nos leva a identificá-lo com o herói mitológico, civilizatório, que resgata seu povo da barbárie.

Como elemento formador dessa identidade épica o autor utiliza os elementos indígena e branco. O espírito guerreiro do índio revelado em sua luta pela preservação das raízes culturais e contra os malefícios trazidos pelo homem branco (fome, êxodo, doenças e genocídio segundo RIBEIRO, 1976) é o mote que dá poder e identidade ao personagem. Sua porção branca o leva a estender o benefício que seus poderes trazem à toda raça humana. *Solar* é o homem-sol/sol-homem Coraci; é o Rá egípcio; é o deus-luz que guia a humanidade com sua luz destruidora das trevas. Ao criar uma identificação com elementos simbólicos de nossa nacionalidade o autor

nos dá um produto cultural midiático que atende, em parte, às exigências do mercado consumidor de quadrinhos.

Solar nos leva a concluir que o *não-dito* em sua trajetória discursiva é que a construção do herói brasileiro necessário que guie nossa sociedade para um novo mundo de modernidade passa inexoravelmente pela exclusão de tudo que não seja épico em sua formação identitária. Isto pode ser comprovado nas edições 4 e 5 da revista homônima, já descrita no capítulo cinco desta dissertação: na única vez em que o discurso da carnavalização aparece na narrativa ele é relacionado ao caos. Mas esta ausência resulta em dois tipos de heróis: o caxias e o renunciador. E em nenhum destes dois personagens existe uma identificação amigável com o caráter brasileiro que se tornou paradigmático em nossa cultura midiática. Então, a pergunta a ser respondida seria: o personagem Solar cria uma *identidade*?

SOUZA e DAMATTA apontam como determinante para o surgimento de uma nação moderna e de uma sociedade com menos abismos sociais a presença de uma *ambigüidade positiva*, que reunisse ao mesmo tempo ordem e progresso, desejo e lei, trabalho e malandragem; uma identidade assentada no lúdico, na plasticidade, no humor e ao mesmo tempo épica e crítica. Sendo assim, podemos concluir que falta ao herói um dado que o diferenciase de suas versões paródicas e parafrásticas: a hibridização entre o lúdico dos elementos negro/índio e o racional do elemento anglo-saxão, gerando uma representação de herói que “*atendesse a necessidade de articular de algum modo nosso ser real com uma bem-vinda influência do modelo protestante idealizado*”, conforme nos diz Jessé Souza.

Como observamos no capítulo 1 deste trabalho uma das conseqüências da globalização é a retomada do nacionalismo nos países periféricos como maneira de resistir à “invasão” cultural e econômica das nações hegemônicas. Nos quadrinhos brasileiros, a procura por uma identidade nacional lembra a eterna busca pelo Santo

Graal empreendida por Sir Parsifal, que chegou a tê-lo em suas mãos, para perdê-lo logo em seguida. Atormentado pela culpa, ele passou todo o resto da sua vida tentando reencontrá-lo. Se alguma vez perdemos o Graal da identidade nos quadrinhos, acredito que já o reencontramos.

Parafraseando um tema clássico das histórias em quadrinhos, a identidade secreta do quadrinho brasileiro será justamente esse aspecto que surge a partir da segunda metade dos anos 80 e que começa a se consolidar nesse início de século com os quadrinhos de autor: universalidade no conteúdo, qualidade na produção; não a universalidade-cópia sem questionamentos críticos, nem apenas a História do passado como representante do "verdadeiro Brasil", mas o entre-lugar.

"Nem o dentro nem o fora - mas o meio; nem o interno nem o externo, mas o entre-lugar; nem a nostalgia nem o ressentimento, mas a fecundidade do vizinho, como queria Nietzsche. (DINIZ, 2001:14)".

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, Theodor W. 1978. **A Indústria Cultural**. In: COHN, Gabriel (Org.), *Comunicação de Massa e Indústria Cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional.
- ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. 1985. **Dialetica do esclarecimento : fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro : J. Zahar Editor.
- AGUIAR, José. *O Galha*. Artigo publicado em 29/06/2000, no site www.omelete.com.br. Capturado em 15/06/2001.
- ALBROW, Martin. *Nacionalidade e identidade na era global*. In BARROSO, João Rodrigues (coordenador). 1999. **Globalização e identidade nacional**. São Paulo : Atlas.
- ANDRADE, Mário de. 1970. **Macunaima: (o herói sem nenhum caráter)** São Paulo : Martins Fontes.
- ANSELMO, Zilda Augusta. 1975. **Histórias em Quadrinhos**. Petrópolis: Vozes.
- AUGUSTO, Sérgio. 1971. *É um pássaro? É um avião? É Super-Homem? Não, é Deus*. In **O Mundo dos Super-Heróis**. Revista de Cultura Vozes. Ano 65. Volume LXV. Número 4. Rio de Janeiro: Editora Vozes.
- BAKHTIN, Mikhail. 1990. **Questões de literatura e de estética : (a teoria do romance)**. São Paulo : Ed. da Unesp : HUCITEC.
- _____. 1997. **Estética da criação verbal**. São Paulo : Martins Fontes.
- _____. 1974. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento : o contexto de François Rabelais**. São Paulo : Hucitec. Brasília : EDUNB,
- BARBALHO, Alexandre. **Políticas de Cultura, Políticas de Identidade**. Comunicação apresentada no XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande - MS / 2001. disponível on-line no endereço

<http://www.intercom.org.br/papers/indexbp.html>. Arquivo capturado em 28/06/2002

BARROS, Diana L. P. de & FIORIN, José Luiz (Orgs.). 1999.

Dialogismo, Polifonia e Intertextualidade. Ensaios de Cultura, 7, 2ª Edição. São Paulo: Edusp.

BARROSO, João Rodrigues (coordenador). 1999. **Globalização e identidade nacional.** São Paulo : Atlas.

BENJAMIN, Walter. 1990. **Obras Escolhidas I. Magia e Técnica, Arte e Política.** São Paulo, Brasiliense.

BERGER, Peter L. e LUCKMAN, Thomas. **A Construção Social da Realidade.** Rio de Janeiro: Vozes.

BERNARDES, Maria Guazzelli et all. 1998. **Psicologia Social Contemporânea: livro texto.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.

BHABHA, Homi K. 1996. **O Terceiro Espaço.** Entrevista a Jonathan Rutherford. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, n.24, p.35-41,

_____. 1998. **O Local da Cultura.** Belo Horizonte: Editora da UFMG.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. 2002. **Introdução à Análise do Discurso.**

CALAZANS, Flávio Maria de Alcântara. 2002. **Teorias da Comunicação aplicadas à mídia impressa das histórias em quadrinhos.** Revista do GTHQ. Intercom. São Paulo.

CAMPBELL, Joseph. 1997. **O Herói de Mil Faces.** São Paulo: Cultrix/Pensamento.

CANCLINI, Néstor Garcia. 1999. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da Globalização.** Rio de Janeiro : Editora UFRJ.

_____. 1998. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** Sao Paulo: EDUSP.

CANEVACCI, Massimo. 1996. **Sincretismos: uma exploração das hibridações culturais.** São Paulo: Studio Nobel.

CARIELLO, Octávio. Depoimento dado durante o 3º Festival Internacional de Humor e Quadrinhos de Recife/PE. Citado na revista

eletrônica *Celeiro Virtual* no. 2. Recife, abril de 2002. Disponível na internet. URL: www.bancazine.com.br

CARLYLE, Thomas. **Os Heróis**. 1980. São Paulo: Edições Melhoramentos.

CAVALCANTI, Lailson de Holanda. Folder. Texto de apresentação da exposição "Pindorama: A Outra História do Brasil". Recife, 2002.

CIRNE, Moacy. 1975. **Vanguarda: um projeto semiológico**. Petrópolis: Vozes.

_____. 1982. **Uma Introdução Política aos Quadrinhos**. Rio de Janeiro: Angra/Achiamé,.

_____. 1990. **História e crítica dos Quadrinhos Brasileiros**. Rio de Janeiro: Europa, FUNARTE.

DA MATTA, Roberto. 1979. **Carnavais, Malandros e Heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro: Zahar.

_____. 1991. **A Casa e a Rua: Espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

DINIZ, Júlio. **Os 500 Anos e a Representação de Identidade na Cultura**

Brasileira. On line. Disponível via WWW. URL: <http://www.uc.pt/ciberkiosk>.

Arquivo capturado em 20 de maio de 2001.

ECO, Umberto. 1987. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva.

EISNER, Will. 1992. **Quadrinhos e Arte Seqüencial**. São Paulo: Martins Fontes.

ELIADE, Mircea. 1972. **Mito e Realidade**. São Paulo: Perspectiva.

EMERSON, Caryl and MORSON, Gary Saul. 1989. **Rethinking Bakhtin: extensions and Challenges**. Evanston (Illinois) : Northwestern University Press.

FÁVERO, Leonor Lopes. 1999. *Paródia e Dialogismo* in **Dialogismo, Polifonia e Intertextualidade**. Ensaios de Cultura, 7, 2ª Edição. São Paulo: Edusp.

FEIJÓ, Martin César. 1984. **O que é herói**. São Paulo: Brasiliense.

HALL, Stuart. 1997. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**.

Rio de Janeiro: DP&A.

- _____. 1996. **Identidade cultural e diáspora**. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, n.24, p.68-75.
- HUTCHEON, Linda. 1991. **Poética do Pós-Modernismo: história, teoria, ficção**. Rio de Janeiro: Imago Editora.
- _____. 1990. **Uma Teoria da Paródia**. Lisboa: Edições 70.
- KLAWA, Laonte & COHEN, Haron. 1977. *Os Quadrinhos e a Comunicação de Massa* in MOYA, Álvaro de (org.). **Shazam!**. São Paulo: Perspectiva.
- KOSÍK, Karel. 1989. **Dialética do Concreto**. São Paulo: Paz e Terra.
- KOTHE, Flávio R. 1987. **O Herói**. São Paulo: Àtica.
- KRISTEVA, Julia. 1969. **Semeiotike: recherches pour une sémanalyse**. Paris: Points-Essai, Éditions du Seuil.
- LEMOS, Maria Tereza Toríbio Brittes; BAHIA, Luiz Henrique Nunes; DEMBICZ, Andrzej (organizadores). 2001. **América Latina – Fragmentos de Memória**. Rio de Janeiro: 7Letras.
- LUYTEN, Sonia M. Bibe. **Do alto da Grande Muralha da China, 2 mil anos de histórias em quadrinhos vos contemplam...** (texto on-line disponível no endereço <http://www.universohq.com/quadrinhos/sonia02.cfm> - arquivo capturado em 15/07/02
- _____. 2000. **Mangá: o poder dos quadrinhos japoneses**. São Paulo: Hedra.
- _____. 1982. **Histórias em Quadrinhos: Leitura Crítica**. São Paulo: Loyola.
- MACÊDO, Marcella. *A Invenção do Brasil. O povo brasileiro por Darcy Ribeiro* in **Um projeto inacabado: identidades latino-Americanas no ensaio do século 20**. 2001. CORDIVIOLA, Alfredo (org.). Recife: Edições Bagaço.
- McCLOUD, Scott. 1995. **Desvendando os Quadrinhos**. São Paulo: Makron Books.
- MAGALHÃES, Henrique. 1994. **O Rebuliço Apaixonante dos**

Fanzines. João Pessoa: edição do autor.

- _____. **O Que é Fanzine?** 1993. São Paulo: Brasiliense.
- MAINGUENEAU, Dominique. 1997. **Novas Tendências em Análise do Discurso.** São Paulo: Pontes. Editora da Universidade Estadual de Campinas.
- MELO, Hygina Bruzzi de. 1988. **A Cultura do Simulacro: Filosofia e Modernidade em J. Baudrillard** -- São Paulo: Edições Loyola.
- MELLO, Gláucia Buratto Rodrigues de; CARVALHO, Maurício Brito de. **Um aspecto da identidade brasileira: o arquétipo da malandragem.** In LEMOS, Maria Tereza Toríbio Brittes; BAHIA, Luiz Henrique Nunes; DEMBICZ, Andrzej (organizadores). 2001. **América Latina – Fragmentos de Memória. Rio de Janeiro: 7Letras.**
- MENEZES, José. 1988. **O quadrinho é nosso!**. Revista de Comunicação. São Paulo.
- MIOTELLO, Valdemir. 2002. **A questão dos discursos hegemônicos.** Primeira Versão. Revista eletrônica da Universidade Federal de Rondônia. Ano I, Nº 19 - Junho - Porto Velho.
- MORAES, Abs. **Ideografia estática?** Artigo publicado no sítio www.universohq.com. Arquivo capturado em 12/09/2002.
- MOSER, Walter. *A Paródia: Moderno, Pós-Moderno.* in **Remate de Males**, volume 13. Departamento de Teoria Literária – IEL/UNICAMP. Campinas, 1993.
- MOYA, Álvaro de (org.). 1977. **Shazam!**. São Paulo: Perspectiva.
- _____. 1993. **História das Histórias em Quadrinhos.** São Paulo: Brasiliense.
- OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. 2002. **Grafipar. Trincheira cultural e cidadania.** Banco de Papers Intercom. www.intercom.org.br/xxv-ci/np16
- ORLANDI, Eni Puccinelli . 2000. **Análise do discurso. Princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes.
- _____(org.). 1993. **Discurso Fundador: A formação do país e a construção da identidade nacional.**

Campinas: Pontes.

- PRYSTHON, Ângela Freire. 2002a. **Cosmopolitismos Periféricos: ensaios sobre modernidade, pós-modernidade e estudos culturais na América Latina**. Recife: Edições Bagaço.
- _____. 2002b. **Transformações modernistas: elites, cultura nacional e subdesenvolvimento**. Revista Arte e Comunicação, Recife, ano 8, n. 7, p.69-85, abril.
- _____. 2001a. **O Negócio da Tradição: o Brasil e a Cultura dos "Emergentes" nos Anos 90**. Banco de Papers Intercom. <http://www.intercom.org.br/banco>
- _____. 2001b. **Transcodificações Teóricas e Culturais: América Latina, Pós-modernismo e Pós-colonialismo**. *Lâmina*. Revista Digital. <http://www.csocialufpe.com.br/ppgcom.htm>
- _____. 2001c. *Pensando o Brasil: percursos da identidade nacional* In CORDIVIOLA, Alfredo (org.).. **Um projeto inacabado: identidades latino-americanas no ensaio do século 20**. Recife: Edições Bagaço.
- RIBEIRO, Darcy. 1976. **Uirá sai a procura de Deus. Ensaios de etnologia e indigenismo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- RIDENTI, Marcelo. 2001. **Por uma cultura nacional e popular. Brasiliense anos 60**. D.O . Leitura v. 06/2001, pp. 10-15. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.
- ROBERTSON, Roland. 1999. *Identidade nacional e globalização: falácias contemporâneas*. In BARROSO, João Rodrigues (coordenador). 1999. **Globalização e identidade nacional**. São Paulo : Atlas.
- SÁ, Celso Pereira de. 1998. **A Construção do Objeto de Pesquisa em Representações Sociais**. Rio de Janeiro: Eduerj.
- SANT'ANNA, Affonso Romano de. 1988. **Paródia, Paráfrase & Cia**. São Paulo: Àtica.
- SANTIAGO, Silviano. 2000. **Uma Literatura nos Trópicos: ensaios sobre dependência cultural**. Rio de Janeiro: Rocco.
- SANTOS, Roberto Elísio dos. 2002. **Zé Carioca e a Cultura**

Brasileira. Banco de Papers Intercom.

www.intercom.org.br/xxv-ci/np16

SILVA, Nadilson Manoel da. **As Histórias em Quadrinhos tornam-se adultas.** Banco de Papers Intercom. www.intercom.org.br/xxv-ci/np16

SILVA, Tomaz Tadeu da. 2000. **Identidade e diferença. A perspectiva dos Estudos Culturais.** Petrópolis: Vozes.

SODRÉ, Muniz. 1972. **A Comunicação do Grotesco.** Petrópolis: Vozes.

SOUSA, Jessé. *A ética protestante e a ideologia do atraso brasileiro.* in SOUSA, Jessé (org.) 1999. **O Malandro e o Protestante. A tese weberiana e a singularidade cultural brasileira.** Brasília: Editora Universidade de Brasília.

SPINK, Mary Jane (Org.). 1995. **O Conhecimento no Cotidiano: as Representações Sociais na Perspectiva da Psicologia Social.** São Paulo: Brasiliense.

SRBEK, Wellington. 1994-1996. **Solar.** Revista em quadrinhos. Belo Horizonte: edição independente.

_____. 1997-1998. **Caliban.** Revista em quadrinhos. Belo Horizonte: edição independente.

_____. 2001. **Estórias Gerais.** Revista em quadrinhos. Belo Horizonte: edição independente.

TODOROV, Tzvetan. 1970. **As Estruturas Narrativas.** São Paulo: Perspectiva.

VERGUEIRO, Waldomiro. **The Image of Brazilian Culture and Society in Brazilian Comics.** Apresentado na Popular Culture Association National Conference, San Diego, California, USA, 1999. Disponível na internet. URL: www.sp.uconn.edu. Arquivo capturado em 25/06/2001.

VILLEGAS, Juan. 1973. **La Estructura Mítica del Héroe en la Novela del siglo XX.** Barcelona: Editorial Planeta.

VICENTE, Adalberto Luís. *Max Jacob parodiando Bertrand, Baudelaire e Rimbaud.* In **Revista de Letras.** (Fundação Editora da Unesp). São

Paulo, 1980.

WEBER, Max. 1987. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Pioneira.

WEFFORT, Francisco C. **Cultura, Democracia e Identidade Nacional**. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, n.24, p.5-6, 1996.

ZÎZÊK, Slavoj (Organizador). 1996. **Um Mapa da Ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto.

ANEXOS

A questão do herói na cultura e nas histórias em quadrinhos: alguns depoimentos

A discussão sobre a possibilidade da criação de um super-herói brasileiro para competir no mercado com os similares norte-americano e japonês é uma questão que sempre gera extensos debates entre os produtores e consumidores de histórias em quadrinhos há bastante tempo. Os depoimentos a seguir foram coletados para a elaboração do trabalho da disciplina “*comunicação e relações sociais*”. Foram entrevistados sete cartunistas, sendo três profissionais atuantes com experiência no mercado e quatro iniciantes, todos membros da ACAPE. Vejamos os depoimentos:

“O conceito grego de herói não se encaixa nos nossos valores culturais, até por conta do processo de nossa formação histórica. O herói clássico não cabe na nossa cultura. O herói brasileiro não está para defender o oprimido; ele é o oprimido que irá se juntar aos outros para se rebelar contra a opressão. Eu vejo com dificuldade a criação de um super-herói, principalmente com o suporte norte-americano. O herói nacional seria o anti-herói, não como o oposto, mas como uma antítese. Teria de ser mais humano, sem muitos poderes. Ele está no fio da navalha entre o trágico e o cômico. Ele na realidade vive o trágico e o trata com recursos cômicos” (entrevistado A)

“Seria surreal um super-herói à moda brasileira, haja vista que a realidade nossa não condiz com esse gênero. A verve humorística do brasileiro ao criar um super-herói tende para o cômico. Um forte exemplo foi o Capitão Cipó, do Daniel Azulay. (entrevistado B)

"Acho que o herói brasileiro só funciona quando faz piada, quando é uma sátira em cima do herói sério e eficiente que é o modelo americano. É feita a pergunta da identidade, tá muito relacionado, sabe? Acho que o super-herói que traz identificação com o brasileiro é aquele tipo o Overman, do Laerte; veja os heróis da televisão, Didi, João Grilo. Vê a Grande Família, qual é o personagem mais engraçado e mais legal? O Augustinho, o malandro, que sempre quer sair ganhando. Acho que é isso." (entrevistado C)

"Acho estranho quando ouço esta pergunta e mais estranho ainda sua incidência. Não temos um super-herói brasileiro simplesmente porque não acreditaríamos nele. E dele não sentimos falta. Agora veja, consumir os super-heróis de fora, é outra história. Não adianta, por exemplo, criar um superser vestido de verde e amarelo, com cara de mico-leão-dourado e chapéu de couro porque isso não vai funcionar...(risos)...a menos que o personagem seja totalmente escrachado e irreverente...mas aí, aí ele deixa de ser automaticamente um super-herói prá ser um anti-herói...mais um, né? (risos) e essa história a gente já conhece bem. O único herói aqui é o quadrinista.(risos)."(entrevistado D)

"Eu pessoalmente acredito que é mais fácil o brasileiro gostar do super-herói de outro lugar do que de um super-herói brasileiro. Tem uma questão cultural aí que a gente é muito crítico; de repente, Caetano Veloso é um herói brasileiro e é um dos caras mais criticados do Brasil. Talvez Caetano na Bélgica fosse um ícone, não sei se ia ser tão criticado como aqui. A gente é muito iconoclasta, não sei se é porque a gente misturou negro, índio, o branco que era bandido. A gente criou uma ojeriza a alguém que representa muito poder, como o herói. Imagina um cara feito o Super-Homem chegando no meio da rua aqui no Brasil com aquela roupa colante e uma sunga vermelha por cima da calça. Todo mundo ia começar a tirar onda, a

ridicularizar...(risos) A gente ficou contra governador, contra rei, contra imperador. A gente é muito isso. Os EUA não. Foram formados por Thomas Jefferson, o pai da nação; a religião no meio, aquela coisa muito séria, o cara tem que ser honesto...honestíssimo. E o cara é uma referência prá todo mundo. Esse clima é o clima do herói. Aqui não! O cara roubava o ouro e levava prá Inglaterra, roubava o pau-brasil e levava para Portugal. o poder, que era o herói, está muito corrompido. Aí, qual é o herói que surge: Macunaíma! Veja bem os humoristas: Chico Anísio, Renato Aragão, Zé Trindade, Mazzaropi: todos eles são ignorantes no sentido de não Ter poder, é povão e é chamado de anti-herói, é o esperto, o saci-pererê, o Malazarte, que dá o golpe no poder. Eu acho possível que se crie um tipo de herói. Chico Science, por exemplo, é um herói, digamos assim. Talvez se criar uma coisa nesse sentido, um cara sem muitos poderes. É porque a gente é assim: ou é Superman ou Jeca Tatu. (risos) E o meio termo? Acho que Angeli criou alguns heróis meio termos. Tipo Rê Bordosa é uma heroína brasileira. Mas não era o tipo de heroína que defendia o cidadão. O herói americano defende a grana das pessoas!”(entrevistado E)

“Veja bem, no Brasil funciona mais o anti-herói do que o herói. Agora, o anti-herói é uma maneira pejorativa de ver um outro tipo de herói, porque o mito do herói, ele depende do ponto de vista. Veja a questão da Invasão Holandesa. Se você olhar, Recife é uma cidade que deve aos invasores holandeses a sua realidade, e deve ao invasor português a sua libertação do invasor holandês, e deve ao Príncipe Português a sua Independência, e deve à República Brasileira o final do Império. Onde é que estão os heróis? A questão no Brasil, é que, o mito do herói por aqui, ele não se solidifica, porque a gente é colônia. Como nós somos um país colonizado e que passamos anos e anos como colônia sem explorar as reais possibilidades, então, enganar o colonizador tornou-se uma arte. O colonizador chegava e dizia: “Quantos alqueires de pau-brasil você tem?” O cara dizia: “Tenho três”. Então, o outro: “Um é da Coroa, e dois são seus”. Só que o cara

não tinha três, ele tinha sete. Os outros quatro ele não declarava. E isso se reflete até hoje no imposto de renda. A mania que o brasileiro tem de, chegar no consultório e o médico perguntar: "Com recibo ou sem recibo?"(risos)

O mito do herói brasileiro é na verdade o mito do que se opõem ao colonizador. Não é o mito do Rei. É o mito de quem consegue ser mais esperto. O brasileiro valoriza, acima de tudo, a inteligência. Uma coisa que passa meio que despercebido. Ou seja, os grandes heróis brasileiros são sempre as pessoas que são espertas. São as pessoas que têm a inteligência e que fazem os outros de bobo. Quer dizer, é uma ótica de colonizador, reflexo por conta disso. Então, isso forma o inconsciente coletivo do brasileiro. Que brasileiro vai acreditar que, de repente, ele pode se transformar no super-homem? Nenhum. No máximo: "Bom, se acontecesse isso, com certeza seria filho de algum deputado, que tem privilégios" (risos).

E essa mecânica do inconsciente se reflete nessa questão do anti-herói. Então, o cara gosta d'O Amigo da Onça', o cara gosta de Macunaíma, o Fradim, do Henfil. O cara gosta até do personagem Zé Carioca, que é um personagem americano, que é como os americanos nos vêem: papagaios, a gente copia tudo, a gente fala pra cacete; malandro; joga bola; vive pensando em carnaval; é preguiçoso... E a gente aceita isso, o pior é isso, é que, a gente aceita esse símbolo e ninguém nunca discutiu que aquilo dali é um símbolo pejorativo. Todo mundo aceita. É um personagem de sucesso e vende..." (entrevistado F)

"O gênero dos super-heróis é importante para a indústria de quadrinhos, é o que mantém ela viva. Agora, super-herói brasileiro eu não sei. Só se for pelo lado da piada, da sátira. O brasileiro não tem nada a ver com o super-herói. Estamos mais para Macunaíma do que para Homem-Aranha (risos)."(entrevistado G)