

Aspectos técnicos das histórias em quadrinhos como forma de identificação cultural: mangás, *comics*, cultura de massa e metalinguagem

Por José Messias

Nos Estados Unidos, os quadrinhos são comumente chamados de “*comics*” (abreviação de *comic book*), o termo deriva de “*comic strips*” (tiras cômicas), devido a sua origem nas tirinhas de jornal. No entanto, com a complexificação do meio, através do advento das histórias de aventura (a entrada do herói nos quadrinhos) seguida pela saída das páginas dos jornais para as revistas voltadas exclusivamente para quadrinhos, um dos roteiristas sentiu a necessidade de uma mudança de nomenclatura. Afinal, ele percebeu que havia uma clara diferenciação entre as “*comic strips*”, que circulam nos jornais até hoje, e as narrativas de Superman, Batman, entre outros, que recheavam revistas como a *Adventure Comics* e a *Detective Comics*¹. Foi Richard Kyle que em 1964 cunhou o termo “*graphic novels*” (romances gráficos). Para ele, as *graphic novels* seriam a melhor forma de retratar esse gênero que nesta época estava em vias de conseguir sua autonomia enquanto linguagem (sua imagem ainda era predominantemente associada a imprensa).

[...] Eisner não inventou o termo. A honraria deve ir para Richard Kyle, defensor e crítico de quadrinhos norte-americano, que cunhou ‘história gráfica’ e ‘romance gráfico’ num manifesto ao fanzine em 1964, isso porque ele não estava satisfeito com a palavra limitada ‘comics’ [cômicos], carregada com séculos de associações a infantilidade e ao humor² (GRAVETT, online³).

Vale ressaltar que ainda existe muita controvérsia a respeito do termo *graphic novels*, pois muitos defendem que ele está associado primordialmente a um tipo específico de história em quadrinhos, de temática voltada para o público adulto e, principalmente, desvinculada das séries regulares de super-heróis (como eram os trabalhos de Will Eisner, o homem que efetivamente popularizou o termo).

Embora essa discussão etimológica só valha para a língua inglesa, uma vez que –, no Brasil, o termo “história em quadrinhos” já engloba perfeitamente a descrição genérica do meio – ela se faz necessária para fins didáticos, pois esse trabalho pretende realizar uma diferenciação entre quadrinhos norte-americanos e japoneses. Sendo que os últimos já possuem uma nomenclatura fixa, mangá (rascunhos livres, desenhos divertidos). Para efeito deste trabalho, os quadrinhos norte-americanos serão chamados tanto de *comics* quanto de *graphic novels*. Embora se entenda que o mais apropriado seja o segundo termo, entrar no mérito desta questão não é o objetivo deste texto.

¹ Respectivamente, “Quadrinhos de Aventura” e “Quadrinhos de Detetive”, as antologias norte-americanas responsáveis por publicar semanalmente as histórias do Superman e de Batman desde o final da década de 1930.

² Do original: [...] Eisner didn't invent the term. That honour should go to Richard Kyle, American comics critic and champion, who coined 'graphic story' and then 'graphic novel' in a fanzine manifesto back in 1964, because he was dissatisfied with the limiting word 'comics', loaded with centuries of childish and humorous associations.

³ Disponível em http://www.paulgravett.com/index.php/articles/article/will_eisner/.

Dessa forma, fica estabelecido que o termo “história em quadrinhos” será utilizado de forma genérica se referindo a mangás e quadrinhos norte-americanos. Estes, por sua vez, podem ser chamados tanto de *comics* quanto de *graphic novels*, sem distinções. E os quadrinhos japoneses são os mangás, como o são desde sua origem no século XIX.

Em se tratando de “*comic books*”, que ficaram conhecidos como a versão serializada das histórias em quadrinhos norte-americanas, ainda há o problema do acompanhamento cronológico das séries, algumas já duram mais de seis décadas ininterruptamente – outro motivo pelo qual se resiste em chamá-las de *graphic novels*, uma vez que elas não possuem um fim.

O meio é a mensagem

Em primeiro lugar é preciso dizer que histórias em quadrinhos não são literatura e muito menos pintura e/ou desenho. A chamada arte seqüencial consiste numa junção de ambos que resulta num produto completamente diferente. Da mesma forma que a televisão não pode ser resumida a “equação”: rádio mais cinema. As histórias em quadrinhos consistem numa linguagem bastante singular. Embora as histórias em quadrinhos tenham raízes em outros meios, trata-se de um meio autônomo que emprega métodos discursivos únicos para o alcance de sua finalidade narrativa. Sendo a própria narrativa função última de uma história em quadrinhos, por isso a opção pelo termo ‘graphic novel’ (romance gráfico) que realça o fator primordial da narrativa na composição da história em quadrinhos. De acordo com Paulo Ramos, todos os “gêneros [de histórias em quadrinhos] teriam em comum o uso da linguagem dos quadrinhos para compor um texto narrativo dentro de um contexto sociolingüístico interacional” (RAMOS, 2009, p. 20).

Por sua vez, Eco descreve como funcionam as relações de significação dentro das histórias em quadrinhos. Ele defende que o jogo lingüístico entre comunicação literal e pictórica presente no meio é o que faz da linguagem dos quadrinhos única. “A história em quadrinhos emprega como significantes não só termos lingüísticos, mas também, como vimos, elementos iconográficos providos de significado unívoco” (ECO, 1979, p. 145).

Eco também afirma que para atingir um efeito comunicacional pleno é necessário a utilização de imagens abertamente reconhecíveis e afirma que o uso contínuo dessas imagens proporcionou a criação de um vocabulário específico dos quadrinhos, o qual posteriormente passou para o imaginário popular. Dessa forma, “...esses elementos iconográficos compõe-se numa trama de convenções mais ampla, que passa a constituir um verdadeiro repertório simbólico, e de tal forma que se pode falar numa semântica da história em quadrinhos” (ECO, 1979, pp. 144-145). Dentre os exemplos de “visualização de metáfora” dentro das histórias em quadrinhos dados por Eco está o famoso símbolo da “lâmpada na cabeça” utilizado no sentido de ter uma idéia. Para o autor, “...trata-se da identificação privada e subjetiva, na origem, entre um objeto ou uma imagem e uma soma de finalidades, ora cônscias ora incônscias, de maneira a realizar-se uma unidade entre imagens e aspirações” (ECO, 1979, p. 242).

Figura 1 - Associação de idéias no Pateta de Walt Disney



Para comprovar a universalidade da afirmação de Eco, os mangás também apresentam exemplos de representações metafóricas. Um exemplo já clássico dessa expressividade é o sangue escorrendo do nariz de algum personagem quando ele se depara com um objeto de atração sexual. Isso ocorre porque nos mangás o “sangue no nariz” representa a sensação de estar “excitado”, esta alternativa foi criada (e hoje se popularizou em massa), pois qualquer menção explícita de sexualidade categorizaria o mangá como pornografia⁴. Segundo Ramos,

[...] os recursos dos quadrinhos nada mais são do que respostas próprias a elementos constituintes da narrativa [...] As histórias em quadrinhos representam aspectos da oralidade e reúnem os principais elementos narrativos, apresentados com o auxílio de convenções que formam o que estamos chamando de linguagem dos quadrinhos (RAMOS, 2009, p.18).

Figura 2 - Essa é uma piada comum mesmo nos mangás infanto-juvenis como Naruto, de Masashi Kishimoto

Tendo suas bases fincadas na relação dinâmica entre imagem e texto, a narrativa flui condicionada a esses elementos. Confirmando a idéia de que os meios incorporam linguagens mutuamente e as reutilizam segundo seus próprios padrões (Mcluhan, 1969), Eco afirma que a justaposição de quadros que dá sentido a narrativa é similar ao cinema.



[...] a relação entre os sucessivos enquadramentos mostra a existência de uma sintaxe, melhor ainda, de uma série de leis de montagem [...] a montagem da história em quadrinhos não tende a resolver uma série de enquadramentos imóveis num fluxo contínuo, como no filme, mas realiza uma espécie de continuidade ideal através de uma fatual descontinuidade (ECO, 1979, p. 147).

No entanto, as especificidades do meio, como a imagem fixa, fazem com que o processo narrativo se altere. “Cada quadrinho tem, quando isolado, um grau menor de inteligibilidade e maior quando em conjunto” (COHEN & KLAWA, 1977, p. 112). Além disso, a relação dialógica entre comunicação verbal e não-verbal presente nos quadrinhos faz com que surjam diferentes possibilidades de utilização desses elementos gráficos. Sendo assim, dependendo da cultura, esse jogo lingüístico pode ser conduzido de forma a produzir sentidos únicos para cada lugar. De acordo com Edward Hall, “as pessoas de culturas diferentes vivem em mundos sensoriais diferentes. Não somente estruturam o espaço diferentemente, mas também o experimentam diferentemente porque seu *sensorium* está ‘programado’ diferentemente” (1998, p.195).

⁴ Essa regra vale para palavras de baixo calão, gestos obscenos ou qualquer outro elemento que remeta diretamente à sexualidade.

Assim como os elementos imagéticos presentes na trama, os personagens também devem ser reconhecíveis e de fácil assimilação. Para isso, os produtores fazem uso (consciente ou inconscientemente) das imagens coletivas presentes no imaginário, os chamados arquétipos. Sendo eles uma, “tipologia caractereológica bem definida e fundada em estereótipos precisos [...] tal condição parece ser essencial para a construção de um enredo de histórias em quadrinhos” (ECO, 1979, p. 148). Os arquétipos, presentes na cultura de massa, são a forma encontrada para atingir o público de forma eficaz, cativando-o através de laços de identificação⁵.

Contudo, como apontam os estudos sobre o imaginário, ele não pode se considerado isoladamente. “Ainda que seja verdadeira a tese de que não há escapatória do imaginário – que ele precede e funda todos os regimes da existência humana – teremos pelo menos a possibilidade de adquirir um olhar menos inocente, menos embriagado por seu poder” (FELINTO, 2005, p. 74). O presente seguimento mostra que embora o imaginário faça parte da construção de sentido e da narrativa das histórias em quadrinhos, sua ação está sujeita à influência das propriedades estilísticas próprios do meio. Para Eco,

[...] a personagem mitológica da história em quadrinhos encontra-se, pois, nesta singular situação: ela tem que ser um arquétipo, a soma de determinadas aspirações coletivas, e, portanto, deve, necessariamente, imobilizar-se numa fixidez emblemática que a torne facilmente reconhecível (e é o que acontece com a figura do Superman); mas como é comerciada no âmbito de uma produção ‘romanesca’ para um público que consome ‘romances’, deve submeter-se àquele desenvolvimento característico, como vimos, da personagem do romance (ECO, 1979, p. 251).

Assim sendo, as histórias em quadrinhos trabalham na (re) criação de mitos e sua propagação. Cada um dos temas expostos neste tópico expressa uma característica técnica que compõe essa capacidade “mitificadora” das histórias em quadrinhos, dependendo obviamente do contexto em que estão inseridas. A partir do que foi exposto por Eco entende-se que os elementos míticos trabalham com os meios de comunicação e a cultura vigente de forma a construir associações simbólicas de diversas ordens que servem para divulgar e “gravar” o mito dentro do seio da sociedade.

Mangás e a cultura japonesa

A começar pela língua, o alfabeto japonês é composto por ideogramas lidos na vertical da direita para a esquerda. Esta ordem de leitura também é transposta para os mangás, já que os quadrinhos são lidos do mesmo jeito. Até a disposição dos balões de texto dentro de cada quadro respeita esta

⁵ Embora esta não seja a função deste estudo, cabe ressaltar que há certa alteração nesse quadro. Os grandes modelos arquetípicos vêm dando lugar a estruturas menos padronizadas. Um exemplo disso é ascensão da figura do anti-herói e a subsequente obliteração do gênero mais tradicional de herói. Na década de 2000, os personagens em quadrinhos como um todo têm se tornado mais sombrios, sem dúvida, um sinal da complexificação do meio. Este é um tema para ser apreciado posteriormente, pois demanda uma investigação que contemple diversos títulos de períodos diferentes dentro dos próprios EUA.

ordenação⁶. Fora este caráter de diagramação, Gravett refere-se à importância da língua na educação visual (e artística) japonesa como um todo⁷.

Alguns têm apontado para a natureza inerentemente visual da linguagem escrita japonesa, que usa os *kanji*, ou caracteres chineses. Esses ideogramas não representam objetos de modo realista, e sim abstraídos em símbolos, dinamizando a realidade em traços rápidos de pincel ou caneta, de modo muito parecido com o que ocorre nos quadrinhos. Talvez, pelo fato de a escrita dos japoneses envolver a criação de símbolos e a leitura exigir sua decodificação, eles tenham uma predisposição para aceitar a simbolização existente nos quadrinhos (GRAVETT, 2006, p.22).

Para Gravett, um dos fatores que popularizou o mangá no Japão foi sua forma de distribuição e edição. As ilustrações dos mangás são feitas sempre em preto e branco, apenas com capas e edições especiais coloridas. Eles são costumeiramente editados em grandes antologias, revistas semanais no formato de listas telefônicas que podem conter de 15 a 30 títulos diferentes, dependendo da publicação. Como cada história pode ter entre 20 e 30 páginas, uma antologia semanal pode chegar a 900 páginas. Esses volumes são editados em papel de baixa qualidade que junto da falta de cores torna os exemplares muito baratos e acessíveis. Apenas quando uma série atinge sucesso ela pode ser relançada em encadernados próprios no formato livro de bolso, os *tankobon*⁸.

Além da língua, outro fator que influenciou bastante o mangá japonês contemporâneo é a cultura Ocidental. Existe no senso comum essa crença de que japoneses importam de tudo um pouco de outras culturas, assimilando e adaptando hábitos, costumes e, principalmente, tecnologia. Pelo menos no que se refere aos quadrinhos, esse dado é verdadeiro.

Eles tomaram os fundamentos dos quadrinhos americanos – as relações entre imagem, cena e palavra – e, fundindo-os a seu amor tradicional pela arte popular de entretenimento, os ‘niponizaram’ de forma a criar um veículo narrativo com suas próprias características (GRAVETT, 2006, p. 14)

Os diferentes estilos

Para uma melhor visualização desta máxima do poder de assimilação japonês basta observar os mais diversos estilos e respectivas subcategorias em que estão divididos os mangás. Esta segmentação começa pelas faixas etárias e gênero. Num nível mais elementar estão as revistas infantis de cunho didático, as *shogaku*⁹, elas mesclam entretenimento com assuntos relacionados ao ensino com enfoque em História, Língua Japonesa, datas comemorativas do país etc. (Cf. LUYTEN, 2000). Em seguida vêm as histórias para os jovens, divididas entre as de meninos (*shounen*¹⁰) e de meninas (*shoujo*¹¹), cada

⁶ Ver Anexo A1 e A2: página de mangá regularmente publicado com a indicação de leitura.

⁷ Ver Anexo B: ilustração retirada da página 30 de LUYTEN, 2000.

⁸ Literalmente livro/volume independente, o nome reforça a idéia de que esta edição contém apenas uma série.

⁹ Segundo Luyten, cada segmento retira seu nome da faixa etária que representa. Gaku, por exemplo, significa escola.

¹⁰ Do japonês, garoto.

¹¹ Do japonês, garota.

qual com sua característica. Os primeiros são voltados para temas como esporte, ação e aventura e os outros geralmente envolvem romance e fantasia, segundo Luyten, esses são os dois gêneros mais populares do Japão. Ao contrário da cultura Ocidental, os quadrinhos no Oriente são vistos como uma forma de entretenimento como outro qualquer (ou até a mais popular delas, como veremos a seguir). Daí, a existência de quadrinhos voltados especificamente para o público adulto, também dividido entre masculino e feminino (sem relação direta com a pornografia, os chamados *hentai*). Os quadrinhos para homens adultos são chamados de *seinen*¹², a principal característica deles é poder desenvolver mais abertamente a temática da violência, morte a exploração da sexualidade, justamente por serem destinados a uma faixa etária mais elevada. Os *josei*¹³ são os mangás voltados para o público feminino adulto. Assim como os *seinen*, esses quadrinhos contêm referências mais explícitas ao sexo, contudo seu teor é voltado para os dramas. São romances impossíveis geralmente associadas a tragédias e ao sofrimento das protagonistas. Vale ressaltar que mesmo envolvendo a temática sexual nenhum desses dois estilos constitui um gênero pornográfico, como o *hentai*.

Há ainda dois segmentos bem peculiares nos quadrinhos japoneses, são mangás que abordam relacionamentos de cunho homossexual: *yaoi*¹⁴, sobre a homossexualidade masculina, e *yuri*¹⁵, sobre a homossexualidade feminina. Esses dois gêneros não necessariamente constituem pornografia, embora também possam ser pornográficos. Além do público homossexual, o *yaoi*, por exemplo, é lido por mulheres adultas que são fascinadas pela temática da homossexualidade masculina, em grande parte, por lembrarem as histórias de estilo *josei* sobre amores impossíveis.

Os japoneses libertaram a linguagem dos quadrinhos dos limites dos formatos e dos temas da tira diária do jornal ou das 32 páginas dos gibis americanos e expandiram seu potencial para abranger narrativas longas e livres, feitas para ambos os sexos e quase todas as idades e grupos sociais. Os japoneses transformaram os quadrinhos em uma poderosa literatura de massa, capaz de fazer frente ao aparentemente imbatível domínio da televisão e do cinema. (GRAVETT, 2006, pp. 14-15)

Embora o Japão seja um país com regras estritas de conduta, obviamente nada impede que os diferentes gêneros de mangás encontrem leitores fora de seu público-alvo. Aliás, existem vários títulos que propositalmente mesclam as diferentes características como ter batalhas e romance.

¹² Do japonês, homem jovem.

¹³ Do japonês, mulher.

¹⁴ O termo é um acrônimo para “Yama nashi, ochi nashi, imi nashi” – “Sem clímax, sem sentido, sem significado”, uma crítica feita aos primeiros títulos que se focavam mais na ação sexual do que na trama, visto que o gênero não é prioritariamente pornográfico.

¹⁵ Significa literalmente lírio (a flor) que tem o sentido conotativo de mulher.

Comics (ou *graphic novels*) na cultura norte-americana

A primeira explicação para essa aparente defasagem do quadrinho norte-americano em relação ao japonês se dá por meio de seu contexto histórico. Como foi dito anteriormente, os heróis dos comics são consideradas patentes de direito das editoras e essa relação possibilita uma maior influência no âmbito criativo. “Em 1954, no auge da caça às bruxas, os editores mais poderosos e conservadores sucumbiram ao fervor patriótico e se autoimpuseram um rígido código de controle de conteúdo, que masculinizou os quadrinhos e os excluiu da vida da maioria dos adultos” (GRAVETT, 2006, p.16). Estas regras de conduta foram chamadas de “Comics Code”.

Com este estigma, os quadrinhos que estavam evoluindo para uma forma de expressão (ou de arte) mais adulta, talvez partindo para um modelo de segmentação como o encontrado no Japão hoje, acabou regredindo. E esse efeito jamais foi completamente sanado. “Os quadrinhos ficaram na situação de uma linguagem (artística, se quiser) sem permissão para se tornar adulta” (CAMPOS *apud* GRAVETT, 2006, p. 11).

Os personagens

Outro dado contrastante entre os quadrinhos ocidentais e orientais é sua relação com os personagens. Enquanto no Japão o personagem pertence a seu autor, no Ocidente, quem detém os direitos sobre a obra é a editora. Por isso, personagens de sucesso como Superman e Batman continuam sendo produzidos mesmo após a morte de seus criadores.

Nos EUA ou na Europa, patentes antigas e lucrativas como Super-Homem, Judge Dread ou Spirou, de propriedade das editoras, têm que ser mantidas vivas mudando eternamente de roteirista ou artista. Suas histórias podem nunca acabar. No Japão, a continuação de um personagem [...] é exceção, e não regra. [...] No Japão, o Homem-Aranha não teria vivido o suficiente para rasgar seu traje (GRAVETT, 2006, p.19)

Obviamente, este fato não pode ser analisado estritamente do ponto de vista mercadológico, mas também da importância social dos personagens de quadrinhos, maior até que a do próprio meio. Segundo Eco, “a imagem (do herói de quadrinhos) revestia uma função demasiado importante para o equilíbrio psíquico dos indivíduos” (1979, p. 246). Daí, a necessidade de mantê-los sempre em circulação (isso no que se refere ao Ocidente).

Outra característica dos personagens dos mangás, a qual é objeto central deste estudo, é seu perfil psicológico. Enquanto nos comics norte-americanos a relação entre leitor e obra é de fascinação ou idolatria (HELAL, 2001), como foi citado acima, no mangá o processo de identificação se dá pela afinidade. Os personagens dos mangás são costumeiramente retratados como indivíduos falhos, e essas falhas geralmente são acentuadas até que cheguem ao ponto do caricato. Não apenas humanos, ou pessoas comuns, esses personagens são assumida e propositalmente frágeis.

No moderno mangá, os heróis são desenhados a partir do mundo real. Nesse aspecto incide a diferença fundamental em relação aos personagens ocidentais – são pessoas

comuns na aparência e de conduta modesta [...] entretanto, no decorrer do enredo da história, podem realizar coisas fantásticas (LUYTEN, 2000, p. 71).

Talvez essa seja a razão do sucesso e da diversidade do mangá em detrimento dos comics, sua ligação com o ordinário. Os mangás exploram o potencial latente dos indivíduos “vendendo” imagens de superação que tocam diretamente na auto-estima do povo japonês. “O leitor se identifica com os heróis porque eles retratam sua vida diária e o remetem para esse mundo de fantasia. Ele pode ser o próprio herói da história justamente porque está próximo de sua realidade” (LUYTEN, 2000, p. 71). Essa é a chamada valorização do perdedor, do famoso *loser* [perdedor] da cultura norte-americana. Diferente dos comics, nos quais o homem comum é apenas uma fachada para um interior superpoderoso e/ou extraordinário, nos mangás o homem é sempre o mesmo, o que muda é sua forma de encarar a situações que lhe são impostas. O herói japonês supera qualquer que seja sua “deficiência” para agir, mas em nenhum momento “deixa de ser ele mesmo”. Ele encontra sua maneira de ser herói. “A perseverança é outro traço do comportamento do herói de mangá, o qual tenta obstinadamente chegar à meta estabelecida. Os heróis são retratados como pessoas comuns que desejam tornar-se os melhores naquilo que estão empreendendo” (LUYTEN, 2000, p. 73).

Segundo Helal, “os heróis são paradigmas dos anseios sociais”, por isso, eles devem ser ícones, se sobressair aos demais a fim de demarcarem sua importância em meio à sociedade. Contudo, para representar os anseios sociais, nos mangás os heróis acabam deixando um pouco de lado sua função de ícones. Eles ainda são considerados exemplos a serem seguidos, sem dúvida, mas de maneira diferente da convencional (para o Ocidente). “(No Japão) O individualismo não é bem-visto. É considerado uma forma de egoísmo, e, portanto, o pagamento pelo bem-estar social é a perda da individualidade. Desse modo, o herói japonês é alguém que levanta a cabeça, mas não para perturbar a ordem social” (LUYTEN, 2000, p. 70).

Este modelo de comportamento difere bastante do modelo ocidental, situando-o dentro da cultura de forma a distanciá-los da concepção messiânica do herói.

Não há lugar para super-heróis no Japão, tal como são caracterizados no Ocidente: invencíveis, superpoderosos e justiceiros. Os heróis japoneses não se enquadram muito nessa categoria. Suas ações se voltam mais para outra dimensão – a interior –, expressa por meio de uma virtude que é muito prezada e levada em consideração pelo povo nipônico: a sinceridade emocional (LUYTEN, 2000, p. 70)

Ao contrário do Japão, o aspecto físico é um quesito de suma importância nos *comics*. Por meio dela, os heróis transmitem sua altivez, virilidade e beleza. Esses conceitos são importantes para demonstrar que os heróis são não só exemplos morais e sociais, mas também dos padrões estéticos da sociedade. “Os heróis ocidentais clássicos são reconhecidos a primeira vista: altos, corpos perfeitos, musculosos, fisionomias simpáticas, maxilares quadrados, bem enquadrados no tipo ariano” (LUYTEN, 2000, p. 69).

No entanto, o que se sobressai ainda é seu valor social. “O herói positivo deve encarnar, além de todo limite pensável, as exigências de poder que o cidadão comum nutre e não pode satisfazer” (ECO,

1979, p. 247). Como foi dito acima, o modelo de herói ocidental funciona, sobretudo, com base na idéia de idolatria, porém, existe todo um processo de identificação incluso no mito do herói. Essa contraparte do herói mais próxima do leitor é seu alter ego, sua raiz mortal, figura sempre presente no imaginário dos *comics*. O mais conhecido deles é Clark Kent, a identidade secreta do Superman. “Clark Kent personaliza de modo bastante típico, o leitor médio torturado por complexos e desprezado pelos seus semelhantes; através de um óbvio processo de identificação, um *accountant* qualquer de uma cidade norte-americana qualquer” (ECO, 1979, p. 248).

Essa mescla entre idolatria e identificação tem explicação nas idealizações de sucesso e vitória na cultura ocidental. O herói precisa ser o vencedor, estar acima de qualquer obstáculo, como ele representa a cultura, por associação, isso mostra que essa é uma cultura vencedora. “Para o ocidente, o final feliz é uma recompensa da vitória do bem sobre o mal, a garantia de que os heróis viverão felizes para sempre” (LUYTEN, 2000, p. 70). Viver feliz para sempre significa ganhar, estar no topo, e o maior exemplo disso é o Superman. O herói invulnerável, onipotente e tão superior que nem é humano. Ainda assim, ele carrega as cores da bandeira norte-americana, conferindo suas próprias qualidades à cultura norte-americana. Esse é uma complexa relação social em que não se pode endeusar demais o super-herói, sob pena de afastá-lo do público e ao mesmo tempo não se deve “humanizá-lo” em excesso para que não perca seu encanto.

Por outro lado, o modelo de herói japonês baseia-se no esforço empregado. Um ato heróico é medido no sacrifício feito para superar as dificuldades e não necessariamente na superação delas. “Para a platéia japonesa basta que todos na tela tenham pago o *on* (obrigações), dando tudo de si” (Benedict *apud* LUYTEN, 2000, p. 71). No entanto, já existe nos EUA um movimento dentro segmento das histórias em quadrinhos para adulto, que ficaram conhecidas como *graphic novels*, de levar para as histórias de herói esse lado sombrio dos personagens. Isso começou de maneira mais branda com personagens como Homem-Aranha, Hulk e X-Men, criados por Stan Lee durante a década de 1960. Esses personagens possuíam falhas e enfrentavam também tribulações mais “humanas”, como baixa auto-estima, falta de dinheiro, problemas amorosos ou reprovação numa prova.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. "A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas". In: *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985
- ANDRAUS, Gazy. "A questão espiritual nas histórias em quadrinhos de Thor, Surfista Prateado e Super-Homem". Artigo presente nos anais no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/ Intercom 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. *Á sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas*. São Paulo, Editora Brasiliense, 1994.
- BRANDÃO, Junito de Souza. *Mitologia grega vol. III*. Petrópolis, ed. Vozes, 2001.
- CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo, Cultrix/Pensamento, 2007.
- DURAND, Gilbert. *As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral*. São Paulo, Martins Fontes, 2002.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo, Ed. Perspectiva, 1979.
- EISNER, Will. *Quadrinhos e arte seqüencial*. São Paulo, Martins Fontes, 1989.
- FELINTO, Erick. *A religião das máquinas: ensaios sobre o imaginário da cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- GRAVETT, Paul. *Mangá: como o Japão reinventou os quadrinhos*. São Paulo, Conrad Editora, 2006.
- HELAL, Ronaldo. "As Idealizações de Sucesso no Imaginário Brasileiro: um estudo de caso". In: HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio Jorge G. ; LOVISOLO, Hugo. *A Invenção do País do Futebol: mídia, raça e idolatria*. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2001
- HOGAN, Jon e SILVA, Fabio Luiz Carneiro Mourilhe. "Aspectos visuais e verbais em Homem de ferro: mediação tecnológica e política". Artigo presente nos anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/ Intercom 2009.
- ISER, Wolfgang. *The Fictive and the Imaginary: Charting Literary Anthropology*. Baltimore: John Hopkins, 1993.
- McCLOUD, Scott. *Desvendando os quadrinhos*. São Paulo: Makron Books, 1995.
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem (understanding media)*. São Paulo, Editora Cultrix, 1969.
- MOYA, Álvaro (Org.). *Shazam!* São Paulo: editora Perspectiva, 1977
- LUYTEN, Sonia (Org.). *Cultura Pop Japonesa- Mangá e Animê*. São Paulo:Ed. Hedra, 2005,v. 1.
- LUYTEN, Sonia. *Mangá, o poder dos quadrinhos japoneses*. São Paulo: Hedra, 2000.
- RAMOS, Paulo. *A leitura dos quadrinhos*. São Paulo, Editora Contexto, 2009.
- RAMOS, Paulo. "As mudanças no mercado de quadrinhos nos últimos 40 anos". Artigo presente nos anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação/ Intercom 2008.
- REGIS, Fátima. "Tecnologias de comunicação e de informação, ficção científica e imaginário tecnológico". In: X SIPEC – Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste, 2004, Rio de Janeiro, UERJ. CD-ROM do X SIPEC, 2004.
- ROSENBERG, Bernard e WHITE, David Manning (org.). *Cultura de Massa*. Rio de Janeiro, Cultrix, 1973.
- SAKURAI, Celia. *Os Japoneses*. São Paulo, Contexto, 2008

Sites visitados

GRAVETT, Paul. Will Eisner: The Grand Master Of Comic Book Art.: Outubro, 2005. Disponível em <http://www.paulgravett.com/index.php/articles/article/will_eisner/> Acesso em 30 Nov. 2009, às 1:40