

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA**

**WEBCOMICS MALVADOS:  
TECNOLOGIA E INTERAÇÃO NOS QUADRINHOS  
DE ANDRÉ DAHMER**

**RODRIGO OTÁVIO DOS SANTOS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Tecnologia. Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Dra. Marilda Lopes Pinheiro Queluz

**CURITIBA  
2010**

**RODRIGO OTÁVIO DOS SANTOS**

**WEBCOMICS MALVADOS:  
TECNOLOGIA E INTERAÇÃO NOS QUADRINHOS  
DE ANDRÉ DAHMER**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Tecnologia. Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Dra. Marilda Lopes Pinheiro Queluz

**CURITIBA  
2010**

Dedico esta dissertação à Therezinha e João Marcon, grandes avós, e que, onde quer que estejam, espero que se orgulhem de mim.

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à minha família, minha mãe, grande leitora e que me fez descobrir o quão divertido pode ser perder horas com um livro na mão. Meu pai, que nunca gostou de quadrinhos, mas que na medida do possível conseguiu compreender que aquelas revistinhas eram importantes para mim. Minhas duas irmãs, agora distantes fisicamente, mas próximas graças à internet, minha avó Tereza, também longe, mas sempre divertida.

Aos meus amigos Demian e Deda, que desde os 10 ou 12 anos de idade trocavam gibi comigo, e aguardavam ansiosamente para saber o que aconteceria com as personagens da Liga da Justiça ou dos X-Men.

Tenho que prestar agradecimento também à outros amigos que também fizeram diferença não apenas nesta jornada do mestrado, mas também na jornada da minha vida, e que sem eles não estaria aqui hoje: Lyris, Déia, Doutora, Bruna, Teka, Cleise, Carioca, Ale e Waggy.

Às crianças, que lerão quadrinhos na internet e lembrarão do tio Scama: Gabi, Malu, Ber, Guigui, Isa e Bruno.

E também Fred pela ajuda enorme e apoio para entrada no mestrado, Máira pelo apoio e a dica do Chartier, Sany pela ajuda no pré-projeto, Simone pelas correções durante as disciplinas.

Um agradecimento especial para Isabela Sela, que além de ser grande amiga e influenciadora, me apresentou os Malvados. Sem ela, este trabalho não existiria.

A todos os professores da Opet, que sempre me apoiaram e seguraram as pontas quando eu precisei me preocupar mais com o mestrado do que com o trabalho: Kris, Isa, Lelê, Belisa, Denes, Fer, Rapha, Herek, Beto, Levi, Harry, Doca, JK, Cacau, Edgard, Tonds, Randy, Shuster, Silvio, Dai, Cláudio, Eliane, Guilherme, Serginho, Lu, Xis, Tati, Vanessa e Vanessa Santamaria.

A todos os meus alunos, que me garantem horas de divertimento e experiência, e são as pessoas com quem mais aprendo.

Aos meus colegas de mestrado, que tornaram-se mais do que isso, virando verdadeiros amigos: Liber, Luciano, Patrícia, Débora, Suelen, Giovanni, Lielson.

À minha orientadora, que tornou a experiência do mestrado a mais agradável possível, sempre contribuindo para que eu fizesse meu melhor trabalho, da maneira que eu imaginava que deveria ser, contrariando a perspectiva da maioria das pessoas de que o mestrado é uma experiência difícil e traumática.

Aos professores Gilson, Merkle, Luciana, Mário, Maristela e Maclóvia, pelo aprendizado inacreditável e pela humildade que me ensinaram.

Aos professores da banca de qualificação, pelo apoio e pelos caminhos indicados, que fizeram com que este trabalho ficasse muito melhor do que poderia ser.

Ao grande Sérgio Vincetin, o professor-inspiração, que me despertou para a alegria do estudo.



EISNER, Will. O Sonhador.

## RESUMO

A proposta deste trabalho é refletir a respeito das relações entre tecnologia e sociedade, mais especificamente sobre histórias em quadrinhos e internet. Para tanto foi pesquisado o webcomic Malvados, cujo autor, André Dahmer, em parte de seu trabalho pensa a internet do ponto de vista da sociedade, dos utilizadores das ferramentas disponíveis online. No desenvolvimento desta pesquisa foram apresentadas a história dos quadrinhos e também a história dos webcomics. Também foram analisadas e discutidas as características desta mídia e como a estrutura da internet afeta algumas destas características ao mesmo tempo que cria outras, existentes apenas no mundo virtual. Com esta base teórica, analisou-se particularmente as tiras em quadrinhos de Dahmer que refletem o uso das ferramentas de internet pelos indivíduos, percebendo como o artista enxerga a sociedade e seus reflexos multimidiáticos.

Palavras-Chave - Tecnologia, Sociedade, Histórias em quadrinhos, Interação, Internet.

## **ABSTRACT**

The purpose of the present work is to think over the relations between technology and society, more specifically regarding comics and the internet. To that end, the webcomic Malvados, whose author, André Dahmer, in part of his work think about the internet from the society's, the user's of the available online tools point of view, was researched. In the development of this research, the history of both, comics and webcomics, was presented. In addition, the characteristics of this media and how the structure of the internet affects some of these characteristics at the same time it creates others, which exist only in the virtual world, were analysed and discussed. With this theoretical basis, the Dahmer's comics strips, particularly those reflecting the use of the internet tools by the individuals, were analysed, taking into account how the artist sees the society and its "multimediatric" reflexes.

Keywords - Technology, Society, Comics, Interaction, Internet.

# Lista de figuras

<b>Figura 1. Tapeçaria de Bayeux.</b>	21
<b>Figura 2. The Harlot's Progress, 1732</b>	22
<b>Figura 3. The Quake and the Commissioners of excise. 1807</b>	22
<b>Figura 4. Cryptogame.</b>	24
<b>Figura 5. Ko-Cli-Kho</b>	25
<b>Figura 6. Caricatura de Floriano</b>	26
<b>Figura 7. Nhô-Quim</b>	27
<b>Figura 8. Revista Illustrada</b>	28
<b>Figura 9. The Amateur Dime Museum in Hogan's Alley.</b>	30
<b>Figura 10. Oh! Listen who's here</b>	32
<b>Figura 11. Balões</b>	34
<b>Figura 12. O Tico-tico, 1905</b>	36
<b>Figura 13. Amazing Stories - 1928</b>	39
<b>Figura 14. Oficina de Hal Foster</b>	41
<b>Figura 15. Pilote nº 0</b>	50
<b>Figura 16. Métal Hurlant nº1</b>	52
<b>Figura 17. Clothes make the Spam</b>	64
<b>Figura 18. Compatibility is for cowards</b>	64
<b>Figura 19. Skateboard.</b>	65
<b>Figura 20. The internet is more than just fun and games.</b>	66
<b>Figura 21. Priority</b>	67
<b>Figura 22. Shock.</b>	68
<b>Figura 23. Transição entre quintal e casa.</b>	73
<b>Figura 24. Passagem do tempo.</b>	74
<b>Figura 25. . Tira 518</b>	75
<b>Figura 26. Jacaré</b>	76
<b>Figura 27. Cimentando.</b>	76
<b>Figura 28. Tira 522</b>	77
<b>Figura 29. Explosão nuclear.</b>	78
<b>Figura 30. Mudança espacial.</b>	78
<b>Figura 31. Estúdio / externa</b>	79
<b>Figura 32. Binóculos</b>	80
<b>Figura 33. Rastro</b>	80
<b>Figura 34. Televisores.</b>	81
<b>Figura 35. Ângulos</b>	81
<b>Figura 36. Mais tarde...</b>	82
<b>Figura 37. Espaço-tempo</b>	82
<b>Figura 38. Cerrando a porta</b>	83
<b>Figura 39. Deus e Jesus</b>	84
<b>Figura 40. Titanic</b>	84
<b>Figura 41. Herói quebrado.</b>	86
<b>Figura 42. Televisão</b>	87
<b>Figura 43. requadros irregulares</b>	88

Figura 44. Tira 524	89
Figura 45. Pateta Faz História	90
Figura 46. Requadro quebrado.	90
Figura 47. Ditador Mboobe.	91
Figura 48. Tira 187	92
Figura 49. Precursora e Pirata Psíquico	92
Figura 50. Máscara	93
Figura 51. Heróis e Precursora	93
Figura 52. Tira 998	94
Figura 53. Booom	94
Figura 54. Quadrinhos iguais.	95
Figura 55. Sapatos.	96
Figura 56. Tira 855	97
Figura 57. Cochichos	97
Figura 58. Tira 359	98
Figura 59. Tira 685	98
Figura 60. Na lua com os americanos.	99
Figura 61. Tira 1002	99
Figura 62. Amante tocado pela seta do amor.	101
Figura 63. Les bergers d'Arcadie.	102
Figura 64. Valente e Gawain	103
Figura 65. The war scare in Hogan's Alley.	103
Figura 66. Sandman & Cluracan	104
Figura 67. Espectro	105
Figura 68. Deadman.	106
Figura 69. videofone	107
Figura 70. Casamento do Pato Donald	107
Figura 71. Comparação entre quadrinhos norte-americanos e europeus.	109
Figura 72. Médicos e gatos.	109
Figura 73. Blanche Epifany	110
Figura 74. Wallaye	110
Figura 75. Numa manhã romântica	111
Figura 76. A fala de Spawn	112
Figura 77. Rorcharch e Nite Owl	113
Figura 78. Balão de fala normal	114
Figura 79. Balão de grito e sussurro	114
Figura 80. Balão de pensamento	114
Figura 81. Balão de uníssono	115
Figura 82. Tira 602	115
Figura 83. Apêndice em forma de seta	116
Figura 84. Balão com apêndice riscado	116
Figura 85. Tira 984	117
Figura 86. Tira 1032	117
Figura 87. Tipografia no balão	118
Figura 88. Letra cursiva	119
Figura 89. Balão maquínico	120
Figura 90. Balão de um deus	120

<b>Figura 91. Letra diminuindo</b>	<b>121</b>
<b>Figura 92. Música no rádio</b>	<b>122</b>
<b>Figura 93. Balão de texto e imagem.</b>	<b>123</b>
<b>Figura 94. Balões intercalados</b>	<b>124</b>
<b>Figura 95. Balão vazado</b>	<b>124</b>
<b>Figura 96. Tamanho da onomatopéia</b>	<b>125</b>
<b>Figura 97. Força da onomatopéia</b>	<b>126</b>
<b>Figura 98. Cuspe</b>	<b>126</b>
<b>Figura 99. Tira 1227</b>	<b>127</b>
<b>Figura 100. Comparação de onomatopéias</b>	<b>128</b>
<b>Figura 101. Tradução de onomatopéia</b>	<b>129</b>
<b>Figura 102. Sincretismo</b>	<b>129</b>
<b>Figura 103. Comédia por meio da onomatopéia.</b>	<b>130</b>
<b>Figura 104. Tira 1047</b>	<b>131</b>
<b>Figura 105. Krakk</b>	<b>132</b>
<b>Figura 106. Tira 689</b>	<b>133</b>
<b>Figura 107. Espessura da onomatopéia</b>	<b>133</b>
<b>Figura 108. Onomatopéia e cenário</b>	<b>134</b>
<b>Figura 109. Obelix e seu bordão</b>	<b>135</b>
<b>Figura 110. Fumacinhas e rapidez</b>	<b>135</b>
<b>Figura 111. Tira 405</b>	<b>136</b>
<b>Figura 112. Quadrinhos estáticos</b>	<b>136</b>
<b>Figura 113. Tira 491</b>	<b>137</b>
<b>Figura 114. Expressão japonesa.</b>	<b>137</b>
<b>Figura 115. Movimento de cabeça</b>	<b>138</b>
<b>Figura 116. Velocidade</b>	<b>139</b>
<b>Figura 117. Tira 548</b>	<b>139</b>
<b>Figura 118. Muitas pernas</b>	<b>140</b>
<b>Figura 119. Arcos tremendo.</b>	<b>140</b>
<b>Figura 120. Tira 777</b>	<b>141</b>
<b>Figura 121. Linhas orientais.</b>	<b>141</b>
<b>Figura 122. Linhas orientais no ocidente</b>	<b>142</b>
<b>Figura 123. Linhas orientais no Brasil</b>	<b>142</b>
<b>Figura 124. Linhas ocidentais no oriente</b>	<b>143</b>
<b>Figura 125. Paleta de cores analógica</b>	<b>145</b>
<b>Figura 126. Paleta de cores digital</b>	<b>146</b>
<b>Figura 127. Comparação de cores</b>	<b>147</b>
<b>Figura 128. Passado e sépia</b>	<b>148</b>
<b>Figura 129. Personagem sombrio</b>	<b>149</b>
<b>Figura 130. Personagem iluminado</b>	<b>149</b>
<b>Figura 131. Tira 1195</b>	<b>150</b>
<b>Figura 132. Tira 583</b>	<b>151</b>
<b>Figura 133. Tira 120</b>	<b>151</b>
<b>Figura 134. Tira 733</b>	<b>152</b>
<b>Figura 135. Tira 689</b>	<b>152</b>
<b>Figura 136. compressão 10%</b>	<b>154</b>
<b>Figura 137. compressão 90%</b>	<b>154</b>

<b>Figura 138. Transparência no formato GIF.</b>	<b>155</b>
<b>Figura 139. wireframe da página com tiras.</b>	<b>158</b>
<b>Figura 140. Tira 804</b>	<b>158</b>
<b>Figura 141. Tira 805</b>	<b>159</b>
<b>Figura 142. Tira 805</b>	<b>171</b>
<b>Figura 143. Tira 811</b>	<b>171</b>
<b>Figura 144. MalvadosCorp 1</b>	<b>173</b>
<b>Figura 145. MalvadosCorp 2</b>	<b>174</b>
<b>Figura 146. Banner Submarino</b>	<b>175</b>
<b>Figura 147. Windows 95</b>	<b>176</b>
<b>Figura 148. Playstation 3</b>	<b>178</b>
<b>Figura 149. Smiley Face</b>	<b>179</b>
<b>Figura 150. Fazendo arte</b>	<b>179</b>
<b>Figura 151. American Elf</b>	<b>180</b>
<b>Figura 152. Valentine's Day.</b>	<b>182</b>
<b>Figura 153. A new Ramon in town.</b>	<b>183</b>
<b>Figura 154. eBay</b>	<b>184</b>
<b>Figura 155. O Exterminado de Bugs do Futuro 1</b>	<b>185</b>
<b>Figura 156. Finger's play</b>	<b>186</b>
<b>Figura 157. Tira 223</b>	<b>197</b>
<b>Figura 158. Tira 247</b>	<b>198</b>
<b>Figura 159. Tira 286</b>	<b>199</b>
<b>Figura 160. Tira 204</b>	<b>199</b>
<b>Figura 161. Tira 270</b>	<b>200</b>
<b>Figura 162. Tira 349</b>	<b>201</b>
<b>Figura 163. Tira 568</b>	<b>202</b>
<b>Figura 164. Tira 162</b>	<b>203</b>
<b>Figura 165. Tira 747</b>	<b>204</b>
<b>Figura 166. Tira 431</b>	<b>205</b>
<b>Figura 167. Tira 498</b>	<b>206</b>
<b>Figura 168. Tira 408</b>	<b>207</b>
<b>Figura 169. Tira 521</b>	<b>208</b>
<b>Figura 170. Tira 1232</b>	<b>209</b>
<b>Figura 171. Tira 221</b>	<b>210</b>
<b>Figura 172. Tira 389</b>	<b>211</b>
<b>Figura 173. Tira 268</b>	<b>212</b>
<b>Figura 174. Tira 193</b>	<b>213</b>
<b>Figura 175. Tira 382</b>	<b>214</b>
<b>Figura 176. Tira 791</b>	<b>215</b>
<b>Figura 177. Tira 839</b>	<b>217</b>
<b>Figura 178. Tira 943</b>	<b>218</b>
<b>Figura 179. Tira 525</b>	<b>220</b>
<b>Figura 180. Tira 723</b>	<b>222</b>
<b>Figura 181. Tira 683</b>	<b>223</b>
<b>Figura 182. Tira 1155</b>	<b>223</b>
<b>Figura 183. Tira 1223</b>	<b>224</b>

<b>Figura 184. Tira 1222</b>	<b>224</b>
<b>Figura 185. Tira 880</b>	<b>227</b>
<b>Figura 186. Tira 222</b>	<b>228</b>
<b>Figura 187. Tira 941</b>	<b>228</b>
<b>Figura 188. Tira 829</b>	<b>230</b>
<b>Figura 189. Tira 517</b>	<b>231</b>
<b>Figura 190. Tira 746</b>	<b>232</b>
<b>Figura 191. Tira 428</b>	<b>234</b>
<b>Figura 192. Tira 17</b>	<b>234</b>
<b>Figura 193. Tira 628</b>	<b>235</b>
<b>Figura 194. Tira 817</b>	<b>236</b>
<b>Figura 195. Tira 399</b>	<b>238</b>
<b>Figura 196. Tira 714</b>	<b>239</b>
<b>Figura 197. Tira 473</b>	<b>240</b>
<b>Figura 198. Tira 760</b>	<b>240</b>
<b>Figura 199. Tira 908</b>	<b>241</b>
<b>Figura 200. Tira 369</b>	<b>243</b>
<b>Figura 201. Tira 184</b>	<b>244</b>
<b>Figura 202. Tira 252</b>	<b>245</b>
<b>Figura 203. Tira 192</b>	<b>246</b>

# Sumário

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
<b>1. HISTÓRIA DOS QUADRINHOS</b>	<b>21</b>
1.1 PRÉ-HISTÓRIA	21
1.2 ORIGEM DOS QUADRINHOS	23
1.3 CONSOLIDAÇÃO	37
1.4 PRÉ-GUERRA	42
1.5 PÓS-GUERRA E COMICS CODE	43
1.6 NOVAS TIRAS E NOVAS IDÉIAS	46
1.7 CONTRACULTURA	53
1.8 A RENOVAÇÃO DA POPULARIDADE DOS SUPER-HERÓIS	57
<b>2. HISTÓRIA DOS WEBCOMICS</b>	<b>62</b>
2.1 ANTES DO NAVEGADOR	62
2.2 APÓS O NAVEGADOR	63
2.3 NOVA GERAÇÃO DE WEBCOMICS	66
2.4 AGREGADORES	69
<b>3. CARACTERÍSTICAS DOS QUADRINHOS</b>	<b>72</b>
3.1 ELIPSE TEMPORAL	72
3.2 REQUADRO	85
3.3 ENQUADRAMENTO E PLANOS	96
3.4 BALÕES	100
3.5 ONOMATOPÉIAS	125
3.6 MOVIMENTO	134
3.7 COR	143
<b>4. CARACTERÍSTICAS DOS WEBCOMICS</b>	<b>153</b>
4.1 ARQUIVAMENTO E ARQUIVOS	153
4.2 LEITOR	161
4.3 DISTRIBUIÇÃO	165
4.4 NEGÓCIOS	168
4.5 TEMÁTICAS E IDENTIFICAÇÕES	175
4.6 ADAPTAÇÃO	187
4.7 NAVEGAÇÃO	191

<b>5.</b>	<b>MALVADOS E A TECNOLOGIA</b>	<b>196</b>
5.1	A INTERNET	196
5.2	PROFISSIONAIS DE INTERNET	210
5.3	BLOGS	215
5.4	ORKUT	233
5.5	GOOGLE	242
<b>6.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>247</b>

## INTRODUÇÃO

As histórias em quadrinhos, arte sequencial, ou simplesmente quadrinhos, foram desenvolvidos ao longo dos últimos dois séculos. Apesar de haver obras anteriores ao século XIX com elementos típicos dos quadrinhos, consideramos que só podem ser chamadas histórias em quadrinhos as produções realizadas a partir da revolução da reprodutibilidade técnica e da comunicação de massa estudada por Benjamin (1994), como veremos no capítulo da história dos quadrinhos.

Os estudos da arte sequencial como linguagem e forma expressiva ajudam, como já demonstrado por autores como Eco (2006) ou Garcia Canclini (1997), a compreender a sociedade em que tais obras estão inseridas, uma vez que estas são feitas por homens e mulheres que vivem, analisam, criticam e possuem impressões particulares acerca do seu cotidiano e do mundo.

As histórias em quadrinhos são ferramentas que auxiliam o estudo do imaginário social sobre a sociedade pós-industrial e tecnológica, fazendo ponte entre escritor e leitor, entre sociedade e sua construção. Como qualquer manifestação cultural, as histórias em quadrinhos refletem e refratam a contemporaneidade, e portanto ajudam a compreender melhor os fenômenos e as percepções existentes no mundo atual.

A contemporaneidade é elemento chave neste estudo, pois tratamos de quadrinhos oriundos da rede mundial de computadores, a internet, surgida apenas muito recentemente, e difundida comercialmente ainda mais recentemente, por volta de 1995.

A internet trouxe mudanças na forma como as pessoas que têm acesso a ela se comunicam, se expressam, nos hábitos e costumes de leitura, nas relações sócio-culturais. A maneira de interagirmos com a sociedade e com seus produtos de consumo foi alterada com a entrada de uma rede que interliga praticamente todos os computadores do planeta. A existência da internet também mudou o modo como se lê, ou se interage com as histórias em quadrinhos.

Neste trabalho tentamos refletir sobre as interações entre cultura e tecnologia, e pensar como os quadrinhos feitos para a internet são um meio de questionar o papel desta arte nesses processos. Pretendeu-se abordar temas oriundos da rede mundial de computadores, estudando e discutindo a importância da internet como meio e suporte de comunicação da arte sequencial, considerando as influências entre as várias linguagens e o trânsito entre as mídias. Estudamos diversas formas de interação, evidenciando as questões sócio-culturais mostradas pelos quadrinhos, além de discutir as formas de produção e consumo, e apropriação dos usuários/leitores na construção e significação destas obras.

Os quadrinhos criados para publicação na internet, a rede mundial de computadores, podem ser chamados de *webcomics*, como fazem Allen (2007), Campbell (2006) ou Horton & Romero (2008). Estas obras assemelham-se muito aos quadrinhos publicados em papel, porém, como veremos ao longo deste trabalho, divergem em determinados pontos e ainda agregam novas possibilidades à arte sequencial, tanto no que tange à expressão gráfica e vernacular

quanto as possibilidades de comercialização e processo de criação.

O grau de interação social proporcionado pelos *webcomics* também é fator determinante, para diferenciá-los das histórias em quadrinhos impressas. O próprio ambiente de comunicação gerado pela internet é evidenciado por Mendo (2008, p.98) que informa que o ambiente de rede “propicia maior interatividade, em escala global, e inter-relação entre pessoas.” Com isto, forma-se novo leitor, mais inserido na comunidade que o cerca, e menos isolado em seus alfarrábios. O leitor de histórias em quadrinhos digitais não é apenas mais um leitor, é, como explica Flusser (1985) um interventor.

*Webcomics*, portanto, são histórias em quadrinhos criadas e distribuídas por meio da internet. Independente da apresentação, do *layout* utilizado para contar a trama ou suas temáticas, é a intenção de criar e veicular *online* sua principal diferença em relação aos quadrinhos veiculados em papel. Há autores, como Mendo (2008) ou Franco (2008) que não utilizam este rótulo, Franco (2008) inclusive utiliza o termo HQtrônicas, mas explica que este termo adapta-se apenas às produções que utilizam-se de recursos impossíveis no papel, tais como uma tela que se estende infinitamente no navegador, ou animações e sons.

Outros autores que estudam os recursos midiáticos existentes apenas nos quadrinhos na internet, como McCloud (2006) ou Wolk (2007), não utilizam nenhum tipo de nomenclatura especial, referindo-se à estas histórias como histórias produzidas para internet ou histórias *online*. Estas contradições e diferentes nomes estabelecem-se na medida em que diversos artistas estão utilizando a internet e os quadrinhos de diferentes formas e com diferentes resultados.

A produção e o consumo também possuem diferentes configurações quando se trata de quadrinhos produzidos especialmente para a internet. Historicamente, as histórias em quadrinhos estão inseridas na indústria cultural e o binômio produção/consumo é fundamental para a compreensão do processo de criação. As formas de produção e as formas de consumo são modificadas nos *webcomics*.

As formas de interação proporcionadas pelos *webcomics* também parecem ser diferentes daquelas dos quadrinhos impressos. A presença física do papel, seu formato e tipo, a diagramação, a proposta gráfica, o ambiente de leitura, a postura corporal, os gestos, apresentam algumas diferenças em relação aos *webcomics*. A internet possibilita uma interação maior entre leitor e história, leitor e escritor, leitor e outros leitores, como já evidenciou Chartier (1999) ao estudar os hábitos de leitura das pessoas.

Para os *webcomics*, existem além das forças culturais, outras formas de interação entre leitor e história, entre leitor e escritor e também entre leitores. Sendo que muitas destas interações funcionam apenas graças à intervenção da internet, que acaba fazendo com que a interação dos *webcomics* possa ser encarada como diferente da interação proporcionada pelos quadrinhos em papel. A construção do significado parece ser diferente nestas diferentes mídias, como pretendemos demonstrar ao longo deste trabalho.

Os quadrinhos *online* pertencem, em sua maioria, a uma nova geração de quadrinistas, que pretende demonstrar seu trabalho por meio digital, onde o encontro com o leitor pode ser

mais simples, graças à facilidade de obtenção das obras que são, em geral, gratuitas e acessíveis ao digitar um endereço no navegador do usuário, portanto mais próxima do leitor e com maior capilaridade. Estas e outras características, parecem refletir os anseios e considerações da atual sociedade pós-industrial, além de mostrar a influência e a força das novas interações proporcionadas pela rede mundial.

Assim, o termo *webcomics* revela um potencial primordialmente comercial, uma vez que, em alguns casos, não há praticamente nenhuma diferença entre estes e os quadrinhos de papel, e o termo parece ter sido adotado para obter uma diferenciação no momento da venda de produtos relacionados, criando, na cabeça do leitor, uma nova categoria que talvez não exista em outros pontos de vista que não seja o da distribuição.

Um novo termo poderia ser cunhado, porém, para este estudo, preferiu-se utilizar o termo comercialmente mais vigente na literatura pesquisada, literatura esta basicamente norte-americana.

Nos quadrinhos de Dahmer cruzam-se olhares e posturas sobre a sociedade de consumo e tecnológica que refletem e refratam a sociedade contemporânea em que o autor vive, as experiências de usos dos aparatos tecnológicos.

Uma das características de Dahmer é sua veia crítica, seu olhar inquisidor, que faz a piada funcionar. Suas tiras fazem rir ao provocar no leitor outra visão além daquela do usuário padrão de internet, ironizando os usos e as apropriações da tecnologia

Para esta pesquisa, primeiramente foi baixado, no último dia do ano de 2008, todo o *website* do autor. Com o auxílio de um *software* específico para este trabalho, intitulado *SiteSucker*, da empresa de mesmo nome. Assim, nosso recorte foi toda a produção de Dahmer em seu *website* até a data do *download*, ou seja, de 2001 à 2008.

A partir daí, foi feito um levantamento com as principais temáticas das tiras. Ainda que o autor desenvolva inúmeras tiras, com inúmeras temáticas, tais como solidão, sexo ou religião, nos ativemos àquelas que dizem respeito à internet e seu entorno. Com a escolha das tiras relativas ao uso da rede mundial de computadores, nos propusemos a dividir em sub-temas, como a internet em si, *Orkut* ou o buscador *Google*.

O conceito de tecnologia aqui considerado é que a tecnologia não está presente apenas nos artefatos, mas também em seus usos, na maneira como os indivíduos se organizam para produzi-la, para consumi-la, nos modos como apropriam-se e interagem com os diferentes aparatos, ressignificando seu mundo. Como em Mumford (1963), percebe-se a tecnologia como algo concebido dentro de um contexto cultural, onde a cultura precede a tecnologia na evolução humana. Toda tecnologia é, portanto, oriunda da bagagem cultural de seus criadores e de seus utilizadores. A tecnologia citada e discutida nesta pesquisa está intrínseca à nossa sociedade e ao nosso tempo.

A interação é considerada neste trabalho como a forma com que as pessoas lêem e mobilizam-se com os quadrinhos e com a própria internet. As formas de ler, de compreender e se relacionar tanto com a obra quanto com o autor, bem como com outros leitores e outras

obras. A maneira como os indivíduos apreendem o conteúdo compreende uma complexa e dialógica dinâmica, onde criador também é usuário e o usuário também pode vir a criar conteúdos. A “ação entre”, defendida por Primo (2008) revela-se importante apoio, uma vez que coloca emissor e receptor, artista e leitor, no mesmo patamar. A noção de leitor como co-criador da obra, explicada por Chartier (1999) também foi aqui utilizada para compreender as ações existentes entre leitores e Dahmer. A leitura só se completa na mente do leitor, que possui diferentes referenciais e diferentes resoluções nas diversas camadas populacionais e nos diversos graus de intimidade com as ferramentas oriundas da internet e com os distintos usos e apropriações do computador. Há diferenças entre ler uma história em quadrinhos numa revista em papel e em uma tela de computador, são interações diferentes, como veremos. A interação também pode ser vista a partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, como assinalado por Martín-Barbero (1997). O modo como a sociedade interage com os meios comunicacionais pode ser percebido nos *webcomics* também pela diferença entre quadrinhos impressos e *online*. A sociedade promove estas obras de uma maneira diferente da que é realizada para obras impressas, e a resposta destes leitores tem medida e relevância distintas.

Para o estudo da história dos quadrinhos e dos *webcomics*, esta pesquisa valeu-se principalmente dos textos de Campbell (2006), Jones (2006), Junior (2004), Luyten (2000), Moya (1986 e 2003), Patati & Braga (2006) e Robinson (1974)

A reflexão sobre a linguagem dos quadrinhos está apoiada principalmente em teorias de quadrinhos formuladas por Eisner (2001 e 2005), McCloud (2005 e 2006), Cagnin (1975), Carrier (2000), Cirne (1975), Quella-Guyot (1994), Ramos (2009), Saraceni (2003) e Wolk (2007).

Para os estudos específicos de *webcomics*, o trabalho baseou-se das teorias de Allen (2007), Campbell (2006), Fagin (2009), Franco (2008), Guigar et al. (2008), McCloud (2006) e Mendo (2008).

O estudo do binômio produção/consumo foi feito principalmente com base nas análises de Allen (2007), Anderson (2006), Battelle (2006), Benjamin (1994), Gordon (2002), Jones (2009), Junior (2004) e Ramos (2009).

Para pensar a interação considerou-se os escritos de Bauman (2001), Benjamin (1994), Chartier (1999 e 2002), Eco (2006), Faraco (2003), Fiorin (2006), Garcia Canclini (1997), Hall (2006), Krug (2001), Lemos (2008), Martín-Barbero (1997), McLuhan (2007), Primo (2008), Santaella (2004), Schittine (2004) e Silva (2001).

O trabalho está estruturado de forma que o primeiro capítulo versa sobre a origem e desenvolvimento das histórias em quadrinhos, demonstrando como esta arte está intimamente ligada à reprodução em massa. Mostramos formas de arte com elementos constituintes dos quadrinhos mas que nem por isso podem ser considerados histórias em quadrinhos. Depois estudamos o que acreditamos ser a origem efetiva da arte sequencial, por volta do século XIX, época em que a reprodutibilidade técnica já atingia certo nível, bem como o desenvolvimento

da sociedade de consumo apontada por Gordon (2002).

Tentando verificar uma história dos quadrinhos o mais global possível, estudamos as obras e autores existentes no Brasil, Estados Unidos, Europa e Japão, procurando demonstrar que este tipo de manifestação estava difundida por todo o mundo, e não apenas restrita aos Estados Unidos. Procuramos também demonstrar a diversidade de títulos e temáticas, fato de extrema importância para o estudo dos *webcomics*.

O estudo histórico revelou-se muito importante para a pesquisa, uma vez que percebemos que nosso objeto de estudo muito se apóia nos antigos autores, valendo-se de conceitos típicos da linguagem que foi definida pelos autores que o precederam, além das formas de divulgação e distribuição, que também estudamos, e que dá apoio para a percepção de que *webcomics* são quadrinhos, porém conservam características próprias.

Na década de 1990, graças à internet e o uso mais difundido do computador pessoal, os *webcomics* começam a ser criados e distribuídos pela rede mundial. Aqui inicia-se o capítulo dois, que pretende tratar da gênese e desenvolvimento particular dos *webcomics*. Neste segundo capítulo, mostramos que os “*emoticons*” podem ter sido os primeiros *webcomics*, haja vista que indicavam graficamente um estado de espírito.

Percebemos também como a tecnologia influenciou este tipo de histórias em quadrinhos, já que a invenção do navegador, a velocidade das conexões e a própria cultura do e-mail muito contribuíram para a difusão dos quadrinhos através da rede. Nosso objeto de estudo, por ser um *webcomic*, está ligado às influências dos pioneiros digitais, que além de desenvolverem algumas técnicas peculiares para a arte sequencial na internet, desenvolveram meios de negócios e formas de interação que Dahmer se apropriou para criar e difundir seus *Malvados*.

A gramática dos quadrinhos, como explica Eisner (2001) é responsável por boa parte do sucesso da mídia. Os quadrinhos apropriam-se de elementos de outras mídias, tais como a literatura, a gravura ou o cinema, como evidencia Cirne (1975), porém há elementos constituintes dos quadrinhos que só existem neles.

No terceiro capítulo, discutimos estas características que fazem dos quadrinhos uma mídia singular. Elementos como elipse temporal, requadro, balões ou onomatopéias, por exemplo, ajudaram-nos a compreender melhor os elementos existentes nos *Malvados* de Dahmer.

E, assim como os quadrinhos possuem elementos únicos e que revelam sua singularidade enquanto expressão artística autônoma, os *webcomics* também possuem sua autonomia, como veremos no capítulo quatro deste trabalho. Procuramos mostrar que elementos como arquivamento total da obra, sua distribuição ou as características do leitor *online* fazem com que os *webcomics* tragam novos elementos e discussões que Dahmer também utiliza para sua série de quadrinhos *online*.

A forma com que um *webcomic* é lido, e quais as implicações e limitações da leitura na tela também são aqui discutidos, bem como as formas de negócio que podem ser geradas por meio dos quadrinhos oriundos da internet e as especificidades da internet enquanto meio.

No capítulo cinco, discutimos a visão de André Dahmer acerca da internet e algumas

de suas ferramentas. Neste capítulo dialogamos com as tiras do artista em tópicos como *blog*, profissionais da internet ou *Google*, entre outros, que reforçam a visão do artista acerca das interações entre a sociedade e as ferramentas oriundas da rede mundial de computadores.

Como artista, Dahmer nos faz refletir sobre as escolhas da sociedade em relação à tecnologia, quais suas implicações e consequências para os indivíduos. Neste capítulo, focamos nas análises que o artista faz da contemporaneidade e da sua visão da sociedade participativa e dos usos que esta faz dos processos midiáticos. Também percebemos sua visão de mundo, em geral, e sua visão da internet, em particular. E tais visões parecem promover eco em seus leitores, que riem das cáusticas piadas e do humor corrosivo das tiras, criando, em muitos casos, uma metalinguagem entre os quadrinhos e o leitor, uma vez que ambos estão ligados por meio do ambiente multimidiático da internet.

No último capítulo tecemos nossas considerações finais, procurando nem fechar o tema dos quadrinhos de André Dahmer tampouco o tema dos *webcomics*, uma vez que ambos têm possibilidades de inúmeros estudos com outros pontos de vista e outros vieses. Em nossas considerações esperamos também lançar algumas perguntas oportunas para próximas pesquisas, bem como tentar estabelecer algumas questões para o desenvolvimento dos estudos dos quadrinhos na internet.

## 1. HISTÓRIA DOS QUADRINHOS

### 1.1 PRÉ-HISTÓRIA

McCloud (2005) mostra que, cada vez que um homem pretendia passar uma idéia utilizando-se de vários desenhos para estabelecer uma narrativa, ele estava criando histórias em quadrinhos. Tanto McCloud (2005) quanto Robinson (1974) ilustram como exemplo, algumas pinturas do império egípcio, a *Tapeçaria de Bayeux*, de 1066, que vemos na reprodução da figura 1 e também por imagens pré-colombianas encontradas em 1519 mas cuja idade remonta ao século I antes de Cristo. Robinson (1974) ainda explica que numerosos artistas plásticos, como Francisco Goya e Honoré Daumier faziam uma espécie de jornalismo gráfico, na forma de impressões e tablóides.



Figura 1. Tapeçaria de Bayeux.

Fonte: <<http://www.igshistoryonline.co.uk/Images/Bayeux%20tapestry%20-%20Harold.jpg>> acesso em 20/07/09

Robinson (1974) salienta as séries *Caprichos*, *Proverbios* e *Tauromaquia*, de Goya, onde existem sátiras sociais explícitas. Já Daumier criticava duramente a burguesia do período, sendo inclusive preso por seis meses pela criação de cartuns políticos.

Antes destes pintores, porém, três grandes artistas ingleses contribuíram para a arte da sátira social em desenho. William Hogarth, Thomas Rowlandson e James Gillray. Dos três, o mais conhecido e que mais influenciou a geração posterior foi Hogarth, sobretudo com o conjunto de painéis *The Harlot's Progress*, onde o artista mostrava a degradação na sociedade, e que podemos ver na figura 2.



**Figura 2. HOGARTH, William. The Harlot's Progress, 1732**

Fonte: <<http://www.library.northwestern.edu/spec/hogarth>> acesso em 27/07/09

Para Robinson (1974), entretanto, a maior aproximação com o que viria a se tornar histórias em quadrinhos veio por meio de Rowlandson, que criou narrativas gráficas em forma de tiras. A partir de 1784, o artista utilizava-se de quadros, legendas e balões, como podemos perceber na imagem *The Quaker and the Commissioners of Excise*, publicada em 1807.



**Figura 3. ROWLANDSON, Thomas. The Quaker and the Commissioners of excise. 1807**

Fonte: <[http://www.artoftheprint.com/artistpages/rowlandson\\_thomas\\_thequakerandthecommissionersofexcise.htm](http://www.artoftheprint.com/artistpages/rowlandson_thomas_thequakerandthecommissionersofexcise.htm)> acesso em 22/07/09

McCloud (2005) nos fala que quadrinhos não são o suporte. São a forma. O fato do leitor poder lê-los em uma parede, na forma de quadros expostos, em uma página de jornal, na forma de tiras diárias, em uma revista ou na internet com suporte de um computador não necessariamente muda a forma como estas narrativas são constituídas. Quadrinhos são a maneira escolhida pelo artista de transmitir uma mensagem, criando imagens justapostas em sequência

deliberada destinadas a transmitir alguma informação, como veremos em detalhes no capítulo sobre as características dos quadrinhos.

## 1.2 ORIGEM DOS QUADRINHOS

Aquilo que convencionou-se chamar história em quadrinhos, porém, inicia-se com a imprensa e com a comunicação de massa, com a reprodutibilidade técnica. A partir da metade do século XIX, a reprodução das obras tornou-se mecânica. Como salienta Benjamin (1994), as obras de arte sempre foram reprodutíveis. A diferença estava na capacidade e velocidade deste tipo de reprodução, cujas características indicavam a presença da máquina como auxiliar do homem no processo de cópia. Neste momento, a cópia deixa de ser falsificação ou plágio para converter-se em artigo “original”, ainda que não fosse único. O que define os quadrinhos, então, é a reprodução, mais do que simplesmente um conjunto de características comuns entre eles. *Príncipe Valente*, de Hal Foster e *Tintim*, de Hergé, por exemplo, guardam poucas semelhanças entre si, porém ambos são frutos da capacidade de reprodutibilidade da sociedade moderna.

Para Gordon (2002), a partir das últimas décadas do século XIX houve o desenvolvimento da sociedade de consumo. Segundo o autor, vários fatores influenciaram, entre eles o desenvolvimento de novas tecnologias, meios de transporte e comunicação, resultando em uma produção industrial de larga escala, além da emergência de mercados nacionais e o crescimento da publicidade. Os centros urbanos incharam, com seus moradores produzindo suficiente capacidade de consumo para participar da nova cultura: A cultura de consumo.

A partir deste período, como aponta Gordon (2002), os indivíduos passam a utilizar bens e serviços para ajudar a definir sua cultura. Homens e mulheres que se entendiam à luz de suas profissões, tendências políticas ou religião começam a definir sua personalidade por meio de sua escolha de bens e serviços. E pela sua maneira de se divertir.

Há, então, uma nova abordagem na maneira de se fazer e de se pensar alguns aspectos da comunicação, principalmente aquela indicada às massas. Para Robinson (1974), o primeiro quadrinho moderno foi produzido por Rudolph Töpffer, suíço nascido no último ano do século XVIII. Töpffer ficou maravilhado com as estampas de Hogarth, principalmente a já citada *The Harlot's Progress*, uma série de seis pinturas datadas de 1731/32, que mostravam a história de uma jovem mulher chamada Mary (ou Moll) Hackabout, que veio para Londres e tornou-se prostituta. Estes seis quadros contavam uma história progressiva, com começo, meio e fim, contando com ricos detalhes e motivada por fortes preocupações sociais.

A partir daí, segundo Moya (1986), Töpffer percebe que a fisionomia e os gestos parecem importar mais do que o que é falado. O artista tinha problemas de visão, e portanto não lhe foi possível ser pintor. Assim, dedicou-se à literatura e à pedagogia. Fez algumas histórias em imagens e explicava, já naquele momento, que seu trabalho é composto de uma série de desenhos com textos. Para Töpffer, os desenhos sem texto teriam pouco significado e o texto, sem desenho, também nada significaria. A combinação dos dois faz uma espécie de romance,

já estabelecendo em sua gênese a mais importante das características dos quadrinhos, que é seu hibridismo entre texto e imagem, como podemos perceber nas palavras de Garcia Canclini (1997) onde o híbrido, ou encontro de dois meios, constitui um momento de verdade e revelação do qual nasce a forma nova. Os quadrinhos são mais do que desenho com imagens. São uma linguagem própria. O todo, o conjunto, forma uma espécie de romance, uma história que fala aos olhos, e se exprime tanto pela representação, quanto pela narrativa, como podemos perceber na história de Töpffer, na figura 4.

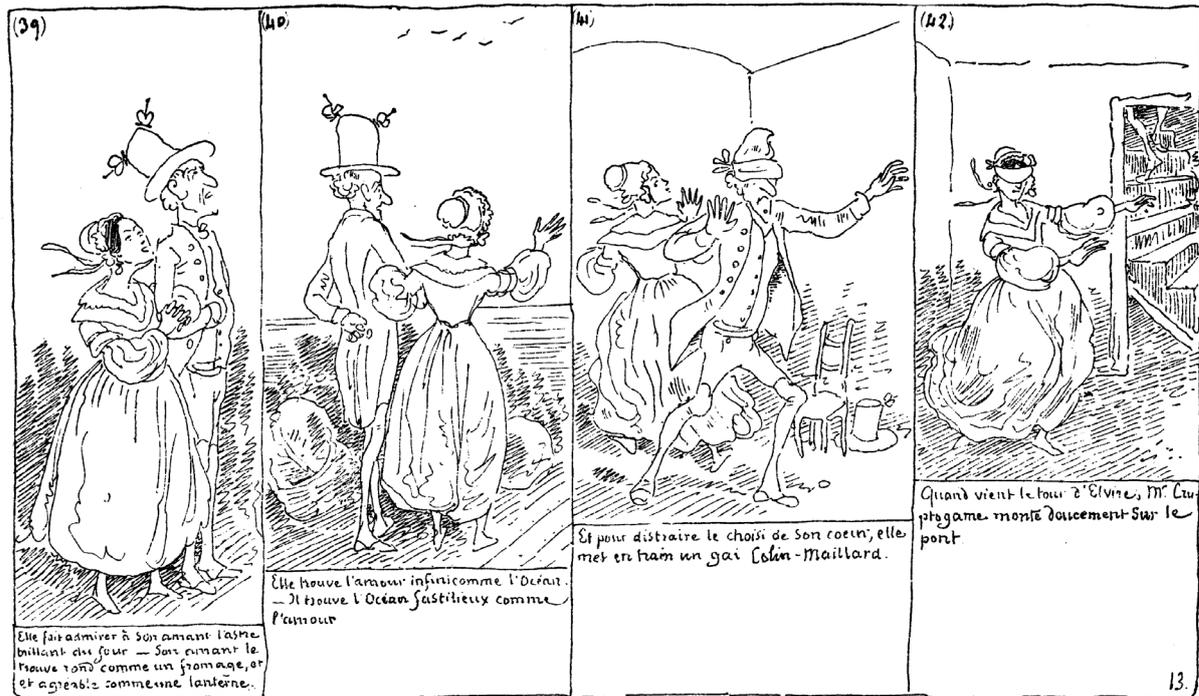


Figura 4. Cryptogame.

Fonte: <[http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/archive/4/43/20050716162036!Toepffer\\_Cryptogame\\_13.png](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/archive/4/43/20050716162036!Toepffer_Cryptogame_13.png)> acesso em 03/07/09

Já em seu nascimento, os quadrinhos diferenciaram-se da literatura e do cinema (que também estavam em processo de formação) estabelecendo características e soluções narrativas próprias. Ainda que se valha naturalmente de elementos das duas supra citadas artes, além da fotografia e das artes plásticas, os quadrinhos constituem forma de arte única e poderosa, independente das demais, ao mesmo tempo que influencia e é influenciada por estas.

Moya (1986) comenta também sobre Wilhelm Busch, que, por sua vez, nasceu em 15 de abril de 1832, na Alemanha, e suas primeiras histórias ilustradas não são muito diferentes dos quadrinhos tipo pantomima atuais, ou seja, quadrinhos cuja narrativa era quase que exclusivamente movida pelo desenho. Sua maior criação foi *Max und Moritz*, de 1865, que Olavo Bilac traduziu como *Juca e Chico*. É baseado nesses quadrinhos que originou-se *Katzenjammer Kids* (*Os Sobrinhos do Capitão*), tira americana feita por Rudolph Dirks a partir de 1897. O trabalho de Busch é criado com base nas imagens em continuidade, que o cinema, também em estágio incipiente naquele momento, tornaria popular. O leitor conseguia ler através dos

quadros, constituindo uma narrativa. A legenda cinematográfica para Benjamin (1994), ou seja, o passar dos fotogramas pelos olhos do espectador, é vista também nos quadrinhos. Ambas as artes foram mutuamente influenciadas, como informa Eco (2006). Por outro lado, como diz Cirne (1975 p.15):

não se pode ler uma história quadrinizada como se lê um romance, uma obra plástica, uma gravação musical, uma peça de teatro, ou até mesmo uma fotonovela ou um filme. São expressões estéticas diferentes, ocupam espaços criativos diferentes, manipulam materiais orgânicos diferentes. Embora haja um denominador comum para a leitura que se preocupa com manifestações e discursos artísticos, existem leituras particulares para cada prática estética.

Outro autor que se destacava no período era o francês Colomb, que usava o pseudônimo Christophe. Este, além do texto de intensa qualidade literária, também usava ângulos inusitados, movimentos acelerados e técnica de silhuetas, provavelmente influenciado pela popularização da fotografia e pelo início do cinema. Segundo Moya (1986), o autor contribuiu muito para a criação e formatação dos quadrinhos, já que percebeu a falta de algumas fronteiras estéticas, e ajudou a rompê-las. Christophe, já em 1881 mostrava elementos coloridos, além de crítica social e metalinguagem. Por exemplo, em um quadrinho que fora desenvolvido no início do conflito dos Boxers, entre França e China, como podemos perceber na figura 5, onde vemos um chinês levando um chute de um soldado francês, enquanto outro modifica a narração escrita pelo oriental.

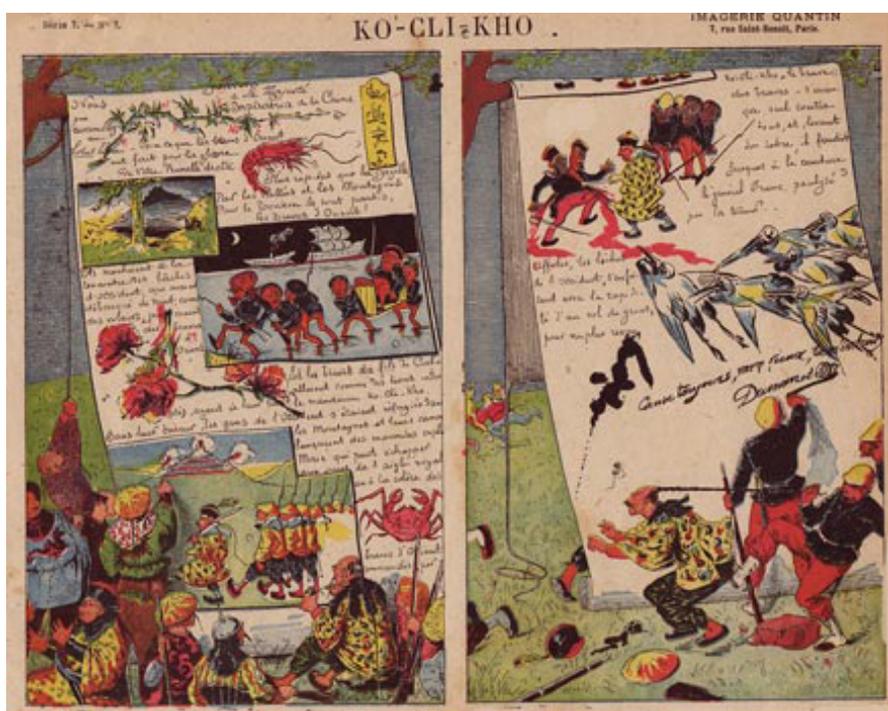
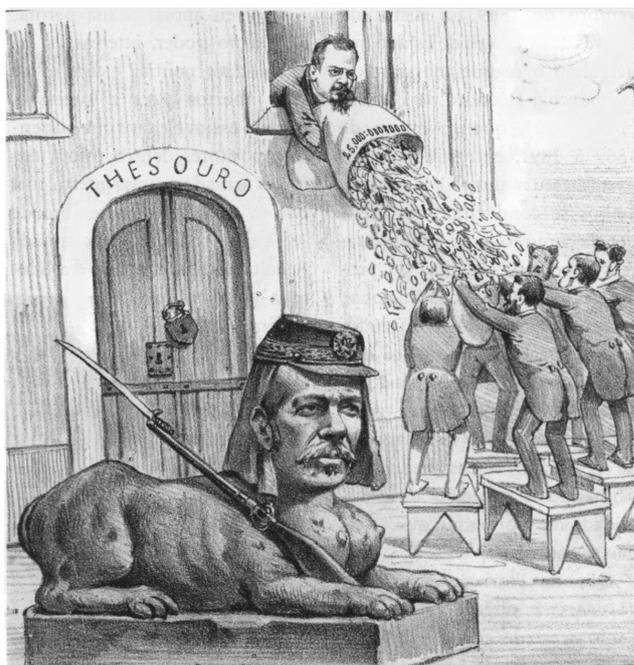


Figura 5. Ko-Cli-Kho

Fonte: COLOMB, Georges (Christophe). Ko-Cli-Kho. 1881. in: <<http://lambiek.net/artists/c/christophe.htm>> acesso em 03/07/09

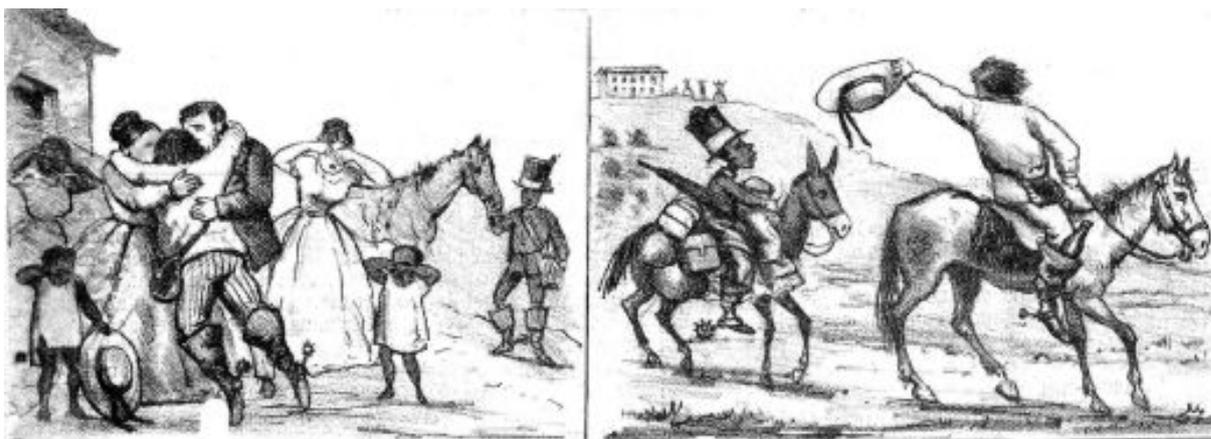
No Brasil é necessário destacar Ângelo Agostini, que nasceu na Itália, em 1843 e chegou ao nosso país em 1859. Em 1867, realizando trabalhos para revistas como *Diabo Coxo*, *Cabrião* e *Arlequim*, fez suas primeiras histórias ilustradas, intituladas *As cobranças*. No ano seguinte começou a ilustrar as revistas locais *Vida Fluminense* e *O mosquito*, onde fazia severas críticas ao governo escravista. Suas posições abolicionistas e contrárias à censura na imprensa eram inseridas nas revistas sob a forma de cartuns e histórias ilustradas, como a que vemos na figura 6.



**Figura 6. Caricatura de Floriano**

Fonte: AGOSTINI, ângelo. Revista *Illustrada*, 1892. in: <[http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/04/Floriano\\_caricatura\\_Agostini.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/04/Floriano_caricatura_Agostini.jpg)> acesso em 20/07/09

Suas posições continuaram em sua primeira história com personagem fixo, surgida no semanário *Vida Fluminense*, em 30 de janeiro de 1869, com o título *As Aventuras de Nhô Quim ou Impressões de uma viagem à Corte*, indicada como a primeira história em quadrinhos do Brasil.



Nhô-Quim decide-se a deixar os lares paternos. Cobrem-no de beijos, abraços, conselhos e bênçãos!

Montado no cavalinho ruço, diz o nosso herói o último adeus!

**Figura 7. Nhô-Quim**

**Fonte:** AGOSTINI, ângelo. Nhô Quim ou impressões de uma viagem à Corte. in: <[http://blogdosquadrinhos.blog.uol.com.br/arch2009-01-01\\_2009-01-31.html](http://blogdosquadrinhos.blog.uol.com.br/arch2009-01-01_2009-01-31.html)> acesso em 20/07/09

Em 1876, Agostini fundou a *Revista Ilustrada*, que dirigiu até 1888, e colaborou com a introdução da personagem Zé Caipora. Esta personagem, bem como a revista em que ela se inseria fazia diversas e agudas críticas à sociedade, principalmente aos costumes da corte no final do século XIX. Uma característica apontada por Cavalcanti (2006) é que suas tendências abolicionistas e liberais eram destinadas a dois públicos: ao leitor, que lia as legendas, e ao analfabeto, que lia apenas os desenhos.



Figura 8. Revista Illustrada

Fonte: AGOSTINI, Ângelo. Revista Illustrada, 1892. in: <[http://api.ning.com/files/QE7BTUQeXabyja0iN WnTs4B0GapO92IxfBC5yub5IaP\\*5Y1vRQTFfPT386\\*e4m4FPtKne5yb1V9Ir2o\\*Z1tc5qdBM146WzjU/AngeloAgostini.jpg](http://api.ning.com/files/QE7BTUQeXabyja0iN WnTs4B0GapO92IxfBC5yub5IaP*5Y1vRQTFfPT386*e4m4FPtKne5yb1V9Ir2o*Z1tc5qdBM146WzjU/AngeloAgostini.jpg)> acesso em 20/07/09

Depois de uma passagem pela França, e após o governo republicano ser instalado, Agostini volta ao Brasil em 1895, onde trabalhou em *Dom Quixote* até 1898, criando cabeçalhos criativos para a revista, antecipando uma tendência utilizada por outros quadrinistas como Winsor McCay e Will Eisner. Depois da atuação na *Dom Quixote*, colaborou com a editora *O Malho*, que editou a revista *O Tico-tico*. Foi Agostini quem criou o cabeçalho com o nome ilustrado da revista, que começou a ser lançada em 11 de outubro de 1905.

Para Srbek (2009), fosse com caricaturas de governantes, fosse com personagens anônimas da vida brasileira, Agostini produziu importante documento histórico sobre os tempos do Segundo Império e os primeiros anos da República. Cagnin (1996, p.10) diz que

Ainda que pioneiro nas histórias em quadrinhos, Agostini foi mais conhecido como caricaturista e como tal se destacou no panorama da vida nacional por sua atuação na imprensa ilustrada. Empunhando as armas do riso e da sátira, exerceu uma influência efetiva na formação da opinião pública, sobretudo em momentos decisivos da vida nacional: a abolição da escravatura e a proclamação da república. Esse mesmo poder persuasivo através da imagem, Agostini havia exercido antes, em São Paulo, por ocasião da guerra do Paraguai.

Nos Estados Unidos, cerca de trinta anos depois do Brasil e mais de meio século depois da Europa, é lançado *O Menino Amarelo (Yellow Kid)*, criação de Richard Felton Outcault, que teve sua primeira publicação em 5 de maio de 1895, no jornal *New York World*. Este personagem é tido como inicial das histórias em quadrinhos como produção de massa e forma de consumo. Robinson (1974) informa que a origem da personagem e a conseqüente gênese dos quadrinhos de massa norte-americanos vêm com a compra, por parte do magnata das comunicações Joseph Pulitzer, de uma impressora com quatro cores, para dar tratamento colorido às páginas de seu jornal sensacionalista. A idéia era colocar no *New York World* um suplemento colorido de arte, porém a impressão não era suficientemente boa para este tipo de trabalho, e foi sugerido a utilização de desenhos coloridos em vez de pinturas para expor no jornal. A razão da inserção do suplemento colorido era trazer mais leitores ao jornal, incrementando sua receita. Outra estratégia de Pulitzer, segundo Gordon (2002), foi a de introduzir editoriais em forma de cartuns, coisa que até 1880 era confinado às revistas de humor, criando um vínculo interessante entre quadrinhos e jornalismo, onde quadrinhos expressam a opinião do jornal ou periódico, como explora Nicolau (2007).

Os quadrinhos de Outcault, tal qual os de Agostini, vendiam jornais, e o faziam criticando hábitos e comportamentos da sociedade vigente, ao mesmo tempo que mostravam humoristicamente as mazelas de parte da sociedade. As primeiras tiras do *Menino Amarelo* representavam a vida na cidade, em um momento onde os indivíduos começam a povoar as cidades, inchando-as de uma forma nunca antes vista, como salienta Sevcenko (2001). Ainda segundo este autor, a própria estrutura da sociedade começou a ser alterada, com o surgimento dos novos complexos industriais e sua grande escala, com a necessidade de número enorme de mão de obra. Somado a esta população de operários, encontravam-se os imigrantes, que também identificavam-se com os quadrinhos do jornal.

O lazer, como indica Gordon (2002), assumiu uma crescente importância na criação e desenvolvimento das identidades da classe média e da classe trabalhadora nos Estado Unidos, assumindo também o papel de estruturar e mediar as identidades e as tensões de classe, que se definiam estabelecendo fronteiras culturais em relação umas às outras. As opções de lazer definiam quem era presente na classe média e quem pertencia à classe trabalhadora. Diferentemente do que acontecia anteriormente, não era mais apenas o binômio produção/consumo que definia as classes sociais.

*Yellow Kid* consegue penetrar em ambas as camadas da população, tornando-se fenômeno de vendagem de jornais. Ainda segundo Gordon (2002), a principal contribuição para o desenvolvimento dos quadrinhos por parte de Outcault foi a cristalização de um grupo de personagens fixos. Para Robinson (1974) os motivos para creditar *O Menino Amarelo* como primeiro quadrinho era a existência de uma série de características formais dos quadrinhos, tais como série regular, título específico, personagens fixos e palavras integradas ao desenho, como percebemos na figura 9. Além da distribuição em massa e da força mercadológica existente na criação e divulgação de uma história em quadrinhos.



para diversos artigos mercadológicos, prática comum até hoje no meio não só dos quadrinhos mas de qualquer produto da indústria cultural.

Outcalt, desenvolveu então outra personagem: *Buster Brown (Chiquinho)*. Diferente do personagem de vestido amarelo, que vivia num beco, *Chiquinho* vivia em uma condição social muito mais aceitável, como vemos na seguinte imagem. *Buster Brown* foi criado em 1902 para as páginas do jornal *New York Herald*.



Figura 10. Oh! Listen who's here

Fonte: OUTCAULT, Richard Felton. Oh, Listen Who's Here. in: ROBINSON. Jerry. The Comics. An Illustrated history of comic strip art. EUA: Berkley, 1974 p.165

Importante frisar, como faz Gordon (2002), que graças ao barateamento dos meios de produção, somados ao aumento da população alfabetizada e um melhorado processo logístico de entrega, no início de 1903 já existiam pelo menos 48 jornais e destes 33 contavam com quadrinhos em seu interior. Apenas cinco anos depois, em 1908, já havia pelo menos 83 jornais, com no mínimo 50 destes alocando quadrinhos em suas páginas. Com este acréscimo, Outcault tomou cuidado de licenciar qualquer produto associado à sua personagem. Os quadrinhos, a partir de *Buster Brown*, começam a ser entendidos como ferramentas de *marketing* de empresas e produtos.

A publicidade, para Burke (2004), atingiu seu segundo estágio no final do século XIX, com o surgimento do pôster, uma litografia colorida e tamanho superior ao que já havia sido utilizado anteriormente. Estes pôsteres eram expostos nas ruas e avenidas, permitindo aos cidadãos serem influenciados pelas campanhas publicitárias. Porém, foi no início do século XX que os publicitários conseguiram atingir a psicologia dos leitores, transformando-os em consumidores. Ainda segundo Burke (2004 p.116), estes profissionais utilizam técnicas subliminares de persuasão por associação, onde

pode-se usar o termo ‘subliminar’ num sentido mais amplo para referir-se à maneira pela qual a imagem mental de um determinado produto é construída associando vários objetos com sua imagem visual. Este é um processo de manipulação consciente por parte das agências de publicidade, seus fotógrafos e seus ‘analistas motivacionais’, no entanto é largamente inconsciente para os espectadores.

Publicitários mantinham contrato com Outcault e usavam *Buster Brown* como imagem atrativa e como símbolo das qualidades que se queriam associadas ao produto. A personagem foi uma das primeiras utilizações que a publicidade encontrou para a cultura de massa e consumo no século XX. *Buster Brown* transcendeu a arte de quadrinhos e virou ícone cultural.

Poucos anos mais tarde, Winsor McCay iniciou seu *Little Nemo in Slumberland* em 15 de outubro de 1905, no New York Herald, e deixava a história extremamente simples: todas as noites *Nemo* dormia e sonhava. No último quadrinho, acordava. A importância do quadrinho de McCay consistia nas soluções narrativas encontradas pelo autor para indicar ao leitor o caráter onírico das histórias. Nelas podemos observar diferentes diagramações e cores, uma vez que a tira era editada em página inteira, formato tablóide, todos os domingos, como percebemos na figura 11:

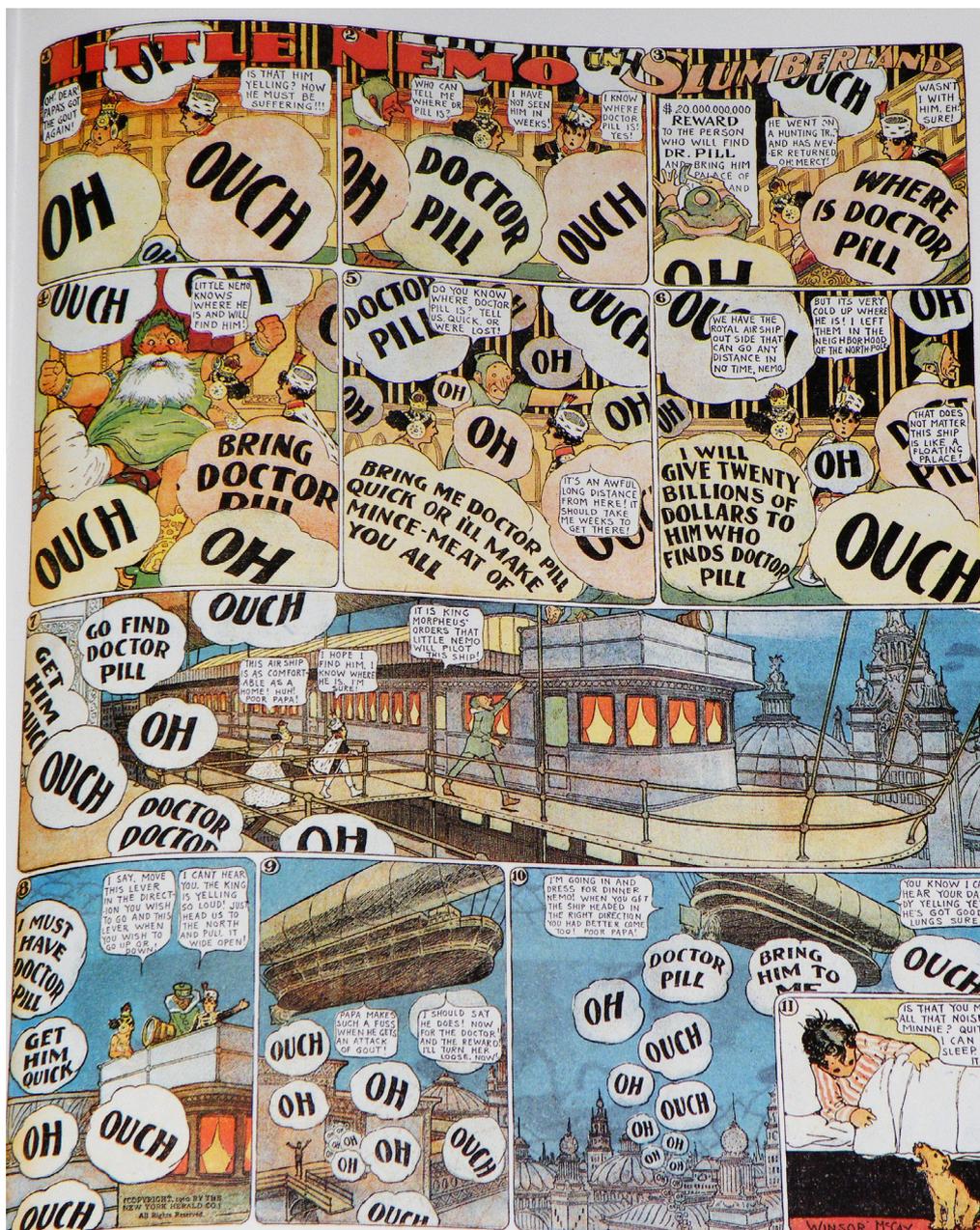


Figura 11. Balões

Fonte: McCAY, Winsor. Little Nemo in Slumberland. EUA: Taschen, 2007. p.229

McCay realizava um trabalho artesanal, diferente dos quadrinhos manufaturados que já existiam na época. Com isso, seus enquadramentos eram diferentes, bem como seus requadros. O autor se valia da perspectiva onírica para romper com praticamente todas as convenções estabelecidas para os quadrinhos até então. Em algumas histórias havia dez quadrinhos, em outras dois, em outras mais de quinze. Tudo girava em torno da história, e não de alguma convenção pré-estabelecida. Estas saídas narrativas são a base, até os dias atuais, para quadrinhos que fogem ao convencional, e inúmeros autores valem-se das experiências realizadas por McCay, como Bill Sienkiewicz ou Dave McKean.

O processo de manufatura também modificou-se no momento em que houve um

avanço tecnológico no processo de colorização das páginas dominicais. As prensas coloridas utilizadas por McCay vinham sendo aperfeiçoadas graças à disputa de mercado capitaneada principalmente por Hearst e Pulitzer nos anos anteriores. No lançamento da página dominical o autor pôde utilizar-se de mais gradientes que seus colegas, e esta capacidade só aumentou ao longo do período. Aos poucos, segundo Robinson (1974), *Little Nemo* foi se constituindo como a mais inventiva das séries de quadrinho do período. Além disso, a capacidade do criador do quadrinho de transmitir perspectiva fez dela um primor de escala. E, segundo o crítico de arte do jornal *The New York Times* John Canaday (*apud* Robinson 1974), as tiras converteram-se rapidamente em pilares da *art nouveau*<sup>1</sup>, além de claros reflexos do *surrealismo*<sup>2</sup>.

Também o modernismo, segundo Robinson (1974), era visto em suas páginas, com suas propostas e problemas do início do século. Dirigíveis, bombas e trens malucos traziam ao leitor uma visão onírica do mundo moderno. Ao mesmo tempo, circos bizarros, paradas exóticas evidenciavam o surrealismo.

As pranchas de *Little Nemo in Slumberland* então começaram a ser exploradas comercialmente por diversos jornais, através dos *syndicates*. Gordon (2002) explica que os estes eram distribuidores de material impresso para publicações. A partir de 1883 os *syndicates* já exploravam a comercialização de textos para diversos jornais em solo norte-americano. Textos de nomes como Jack London, Robert Louis Stevenson ou Arthur Conan Doyle eram comercializados por este modelo, que distribuía a preços módicos essas peças literárias para um grande número de jornais compradores, faturando com base na escala, ou seja, na quantidade de jornais compradores.

Com a ascensão deste modelo de negócios, somado ao barateamento do processo de produção e das máquinas rotativas à cores, a partir de 1903 os maiores jornais de diversas cidades passaram a ter seu suplemento dominical colorido, e os quadrinhos tornaram-se peças atraentes de mídia e vendagem de jornais. Com isso, a partir de 1908 foram estabelecidos os métodos de distribuição de quadrinhos para jornais que se utiliza até os dias de hoje. Ainda segundo Gordon (2002), por volta da primeira década do século XX quase todas as tiras pertenciam a apenas seis empresas. Destas, três (*Hearst*, *Water Color Co.* e *McLure*) detinham cerca de 3/4 do mercado.

Com o processo de colorização já relativamente acessível em solo nacional, no Brasil, segundo Moya (2003), em 11 de outubro de 1905, a editora *O Malho* lança a revista *O Tico-tico*, primeira publicação dedicada às crianças no Brasil, como vemos na figura 12.

1 Art Nouveau foi um estilo artístico de design e arquitetura, cuja influência foi muito sentida no final do século XIX e início do XX. Suas principais características são o escapismo para a natureza e a valorização do trabalho artesanal. Entre os principais artistas do movimento estão Munch, Toulouse-Lautrec e Mucha.

2 Surrealismo foi um movimento artístico surgido no início dos anos 1920. Suas principais características são a visualização do onírico e a participação do inconsciente na criação artística. Entre os principais artistas estão Magritte, Dalí e Buñuel.



Figura 12. O Tico-tico, 1905

Fonte: <[http://www.ligazine.com.br/quadrinhos/materias/tico\\_tico\\_la\\_ca.htm](http://www.ligazine.com.br/quadrinhos/materias/tico_tico_la_ca.htm)> acesso em 20/07/09

A revista *O Tico-tico* já saiu em cores, calcada na revista francesa *La semaine de Suzette*, que apresentava semanalmente histórias curtas, um episódio de um seriado, uma coluna sobre cuidados, jogos, receitas, modelos para costurar para o guarda-roupa da boneca *Bleurette*, competições, palavras cruzadas, boas maneiras e estilo. Em resumo, tudo aquilo que a sociedade julgava indispensável para fazer uma menina virar uma dama na sociedade (BIBLIOTHEQUE DE SUZETTE, 2009). A primeira tiragem d'*O Tico-tico*, segundo Moya (1986), foi de 21 mil exemplares. No número 6, 27 mil e no número 11, 30 mil, demonstrando enorme sucesso comercial, e inaugurando no Brasil o público infantil enquanto público consumidor. Em seu número 15 passou a publicar publicidade, naturalmente associada às crianças, aumentando as fontes de renda da editora, que recebia dividendos por meio das vendas diretas e das assinaturas.

Como os *syndicates* ainda não operavam no Brasil, personagens norte-americanos não deveriam ter aparecido em suas páginas, porém *Buster Brown* foi traduzido para o Brasil como *Chiquinho*. Isto era feito sem os originais, ou seja, a editora comprava jornais estadunidenses e decalcava as artes, que posteriormente eram refeitas por artistas da casa. Assim, a tira foi durante muitos anos considerada o “típico quadrinho brasileiro”, graças à ignorância acerca de Outcault nos EUA

### 1.3 CONSOLIDAÇÃO

A partir da década seguinte, os quadrinhos continuaram a povoar os jornais no planeta, graças aos *syndicates*, que extrapolavam os limites do seu país de origem e vendiam seus produtos ao redor do planeta. As revistas também eram muito aceitas pelo mercado, principalmente aquelas de coletâneas de tiras. Moya (1986) afirma que uma das tiras mais importantes do período foi *Krazy Kat*, de George Herriman. Patati & Braga (2006) explicam que quando a tira foi criada em 1910 seria apenas complemento de outra, *The Dingbat Family*. Sua fórmula envolvia um romance entre uma gata masoquista que espera que o rato lhe faça mal ao mesmo tempo em que um cão tente evitar, acabou por pulverizar a outra história e, em 1916, iniciou como página dominical. O grande diferencial das histórias de Herriman, de acordo com Patati e Braga (2006), são as variações em cada episódio, com inserções de metalinguagem e surrealismo de uma maneira que ainda não havia sido totalmente explorada. Isto porque o criador das histórias tentava inovar a cada tira, recusando-se a seguir qualquer regra que não a do relacionamento entre suas personagens.

Em 1929 tem início um dos principais quadrinhos europeus, segundo Moya (2003): *Tintim*, de Hergé. O quadrinista publicou vinte e duas histórias, todas em formato álbum, e que foram traduzidos para mais de trinta línguas ao redor do mundo. O formato álbum diferenciava-se do formato tradicional de tiras norte-americanas. Nos EUA não existia demanda nem consumo de álbuns ou revistas originais até esta data. As poucas revistas que existiam eram compêndios de diversas tiras já publicadas em jornais, agrupadas com alguma ordem pré-estabelecida. Nos Estados Unidos os quadrinhos desenvolveram-se como apoio da imprensa diária, o que não ocorreu necessariamente nos demais países.

Para Patati & Braga (2006), *Tintim* teve papel fundamental como formador dos hábitos de leitura dos países de língua francesa e latina. Com *Tintim* e seus álbuns, percebemos a diferença entre o modo de confecção de uma história em quadrinhos européia e norte-americana. Mesmo atualmente, onde o mercado norte-americano foi preenchido com revistas periódicas de personagens recorrentes (como os super-heróis), suas revistas são feitas em geral com 24 páginas mensais. Na Europa, ainda hoje, os álbuns são feitos normalmente com 48 ou 60 páginas em um período compreendido entre oito meses e um ano. Assim, pode-se perceber que o grau de acabamento de um álbum europeu deveria ser maior que o de uma revista em quadrinhos norte-americana.

Os hábitos de consumo do povo europeu, de um modo geral, também difere do norte-americano no que tange à leitura de quadrinhos. No velho continente, os leitores tratam as histórias quadrinhos como gênero literário, não como artigo descartável de simples produção em massa. As coleções de quadrinhos são vendidas em livrarias ao lado de livros de arte ou de literatura, inclusive com preços compatíveis com seus companheiros nas prateleiras. As tiragens dos álbuns seguem também o padrão das demais publicações, não tendo a diferenciação comum às revistas norte-americanas, tampouco a tiragem das tiras distribuídas pelos jornais

estadunidenses.

Patati & Braga (2006) informam ainda que as escolas são grandes divulgadores dos quadrinhos, como forma de alavancar o gosto das crianças pela leitura, e que é comum crianças terem em seus acervos os álbuns de *Tintim*.

No mesmo ano de 1929, mais precisamente no dia 7 de janeiro, segundo Moya (1986) e Jones (2006), houve o lançamento coincidente de duas tiras em quadrinhos norte-americanas muito relevantes para a indústria de quadrinhos que estava caminhando a passos largos para um crescimento exponencial: *Tarzan*, de Edgar Rice Burroughs, e *Buck Rogers*, de Philip Nowlan e Dick Calkins.

Como ambas as tiras eram basicamente de ação ou aventura, o próprio termo *comics*, cunhado para descrever as tiras predominantemente cômicas dos jornais estadunidenses acabou por adquirir outro significado. A partir de 1929, *comics* seriam qualquer tipo de histórias seriadas com desenhos e texto intercalados, facilitando não só o consumo, mas também o *marketing* e a publicidade, uma vez que tanto compradores quanto vendedores compreendiam *comics* como algo que interessava às crianças e jovens. Ambas as personagens, segundo Patati e Braga (2006) adaptavam para os quadrinhos diários a velha escola dos folhetins populares de aventura, nos Estados Unidos conhecidos pela alcunha de *pulps*, devido ao papel de resto de polpa usado para a impressão das revistas.

Jones (2006) explica que estas revistas eram baratas e grossas, e eram impressas com uma tinta marrom escuro, e centenas de páginas de ficção em cada número. Com capas coloridas e pintadas, estas revistas inspiravam nos jovens terror, curiosidade, excitação e desejo. Algumas eram destinadas ao público adulto, porém, a maioria visava uma audiência de crianças entre 8 e 14 anos de idade. Jones (2006) diz que um editor chamou esta de “idade dos heróis” na época. Ainda que fossem recriminadas e julgadas como maléficas por pais e professores, os garotos dos anos 1920 e 1930 as adoravam e não ficavam sem elas, estimulando ainda mais o comércio desta forma de arte.

Jones (2006) chama atenção para uma edição em especial da revista *Amazing Stories*, de 1928. Segundo o autor, esta edição foi ponto crucial para cineastas, escritores de ficção científica e engenheiros espaciais. Já na capa desta edição é mostrado um homem sorrindo, voando com a ajuda de um bastão e de instrumentos elétricos, como vemos na figura 13. Interessante perceber que normalmente este tipo de *pulp* trazia em sua capa monstros ou planetas destruídos, sempre mostrando o lado ruim da ciência. A história dentro da revista era *The Skylark of Space*, de Edward Elmer Smith, e contava a história de um jovem inventor de um aparelho capaz de viajar no espaço, descobrindo impérios intergalácticos em guerra. Assim, o herói entra para a polícia interestelar e salva sua noiva de bandidos espaciais.

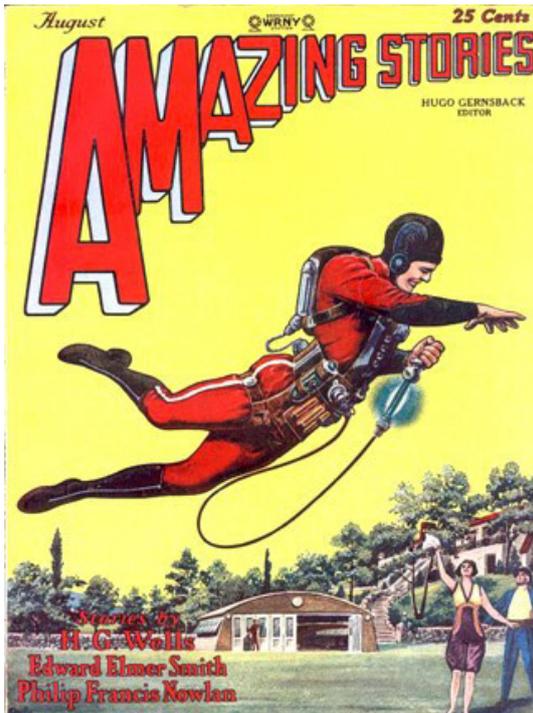


Figura 13. *Amazing Stories* - 1928

Fonte: PAUL, Frank R. *Amazing Stories* august, 1928. in: <<http://www.frankwu.com/Paul-2.5.html>> acesso em 20/07/09

Este tipo de aventura inaugura um novo gênero, ou uma nova maneira de transmitir idéias, deixando para trás a nostalgia bárbara da selva de *Tarzan* e dos temores apocalípticos das novelas escritas por H. G. Wells no final do século XIX. O próprio termo “ficção científica” foi cunhado alguns anos mais tarde, por Hugo Gernsback, editor da *Amazing Stories* quando este perdeu o controle editorial desta e criou a nova revista *Science Wonder Stories*, abandonando o termo “cientificção” usada na *Amazing Stories*, e adotando “ficção científica” para a nova publicação.

Em 1929 um programa de rádio foi patrocinado por uma revista chamada *Detective Story*. Apesar de na revista não existir nenhum personagem fixo, no programa foi criado a personagem *Sombra*, um homem que sabia de tudo. Quando o programa acabou, as pessoas começaram a pedir pela revista com o *Sombra*. Como ela não existia, chamaram Walter B. Gibson para escrevê-la. Segundo Jones (2006 p. 98), “O *Sombra* era um homem misterioso que se mascarava de *playboy* e comandava uma rede secreta, uma mistura de *Pimpinela Escarlate*<sup>3</sup> com o *Fantasma da Ópera*<sup>4</sup>”. A revista foi um sucesso, esgotando sua tiragem durante a

3 Pimpinela Escarlate é um livro de romance de aventuras escrito pela Baronesa Orczy. O *website* Shvoong assim o define: “O Pimpinela Escarlate é a história de um inglês que lutou sozinho para conservar pelo menos alguns da morte certa sob a lâmina da Revolução Francesa. A narrativa gira em torno de Margeurite, intelectual moderna da corte inglesa, que se afasta de seu marido Percy Blakeney e fantasia sobre o misterioso Pimpinela Escarlate.

4 O Fantasma da Ópera é uma novela francesa de autoria de Gaston Leroux e que foi publicada pela primeira vez em 1910. O fantasma da ópera é considerada por muitos uma novela gótica, por combinar romance, horror, ficção, mistério e tragédia, cujo protagonista é um amargurado personagem deformado que ansiava pelo amor da cantora da ópera house que este assombrava.

depressão econômica, período onde pouquíssimas revistas esgotavam. Logo, nos escritórios das editoras um novo termo foi cunhado: “super-herói”. Jones (2006) salienta que a palavra ainda não estava nas capas das revistas, mas fazia parte do jargão dos profissionais da área.

Nesta mesma época, entre 1930 e 1934, estrearam diversas outras tiras ou revistas que traziam para os jovens de então uma grande gama de personagens e autores, como *Dick Tracy*, de Chester Gould, *Betty Boop*, de Max Fleischer, *Pinduca* de Carl Anderson e *Brucutu* de Vince T. Hamlin, apenas para citar alguns. Todos estes foram grandes produtos, não existindo apenas nos quadrinhos, mas agindo como *merchandising* ou propaganda para diversos outros produtos, desde brinquedos a lancheiras, passando por alimentos e propagandas de automóveis.

Em 1934 temos Alex Raymond, que criou *Flash Gordon*, como uma resposta a *Buck Rogers*. *Flash Gordon* foi muito mais bem sucedido que *Rogers*. Para Patati e Braga (2006), o quadrinho é uma obra-prima do desenho realista romântico, sendo a história era um mero pretexto para a arte virtuosa de Raymond. Para Moya (1986), o visual de *Flash Gordon* era uma antecipação do futuro. Junto com esta criação, Raymond ainda criou *Jim das Selvas*, para concorrer com *Tarzan* na idéia de série de aventuras na natureza e *Agente X-9*, para concorrer com *Dick Tracy* na idéia de histórias detetivescas. Assim, ficava estabelecido que, ao fazer sucesso, determinada personagem imediatamente gerava cópias, fiéis ou não, para aproveitar o mesmo filão comercial já desbravado pelas personagens iniciais. Esta prática, ainda que promovida nos quadrinhos norte-americanos apenas a partir do primeiro terço do século XX, é claramente utilizada desde a criação da sociedade de consumo, como nos lembra Benjamin (1994). Filmes, livros ou programas radiofônicos sempre foram copiados, a partir do momento que fizeram sucesso suficiente para atingir determinado montante financeiro. Chartier (2002) ressalta que no século XVIII os livros além de serem copiados também tinham seu conteúdo adulterado, para não ser necessário efetuar pagamento aos autores.

Ainda em 1934 temos *Terry e os Piratas*, de Milton Caniff. Para Moya (1986) e Eco (2006), esta tira revolucionou o mundo dos quadrinhos quando revelou um grande desenhista aliado a um grande escritor. Caniff utilizava desenhos realistas, com visual riquíssimo e grande detalhamento. Segundo Patati e Braga (2006) possivelmente a maior contribuição de Caniff tenha sido a alternância dos pontos de vista, realizada com maestria pelo quadrinista, o que trazia uma agilidade até então inédita para o relato gráfico-visual dos quadrinhos, tornando-se comparável, como fez Eco (2006) como cinema. Cirne (1975) diz que toda a produção de Caniff, que mais tarde fez a tira *Steve Canyon*, está intimamente ligada às técnicas de cinema como ritmo e decupagem, fazendo com que o público da sétima arte se interessasse pelos quadrinhos, e vice-versa, criando uma ponte visual e intelectual entre as duas artes.

*Mandrake*, o mágico de Lee Falk e Phil Davis também é oriundo de 1934. Interessante notar, como faz Moya (1986), que Falk não era o desenhista da tira, e sim o escritor. Em um meio onde normalmente os artistas gráficos eram em geral tidos como principais responsáveis pela produção do bem de consumo, este escritor não fez apenas uma história de renome, mas duas, uma vez que é de Falk, juntamente com Ray Moore, a criação do *Fantasma*, de 1936.

Primeiro herói mascarado dos quadrinhos norte-americanos, o *Fantasma* preparou o terreno para a maior criação de consumo dos quadrinhos norte-americanos: os heróis mascarados, ou os super-heróis.

Hal Foster, após abandonar a tira de *Tarzan*, apresenta, em 13 de fevereiro de 1937, sua criação máxima, segundo Moya (1986) e Patati & Braga (2006): *Príncipe Valente*. Para os pesquisadores, as pranchas dominicais do personagem são uma obra-prima de texto, desenho e, fundamentalmente, pesquisa. Isto porque Foster detinha-se em todos os detalhes, preparando sua obra para um público não apenas sedento de aventura, mas também sedento de contextualização. A aventura adquiria ares históricos, remetendo os juvenis leitores ao tempo das cruzadas e do rei Arthur. Para ter sucesso nesta empreitada, Foster acreditava ser a pesquisa essencial, chegando inclusive a comprar diversos equipamentos de lutas e até mesmo um castelo medieval para poder utilizar de modelo para suas pranchas, como podemos perceber na figura 14.

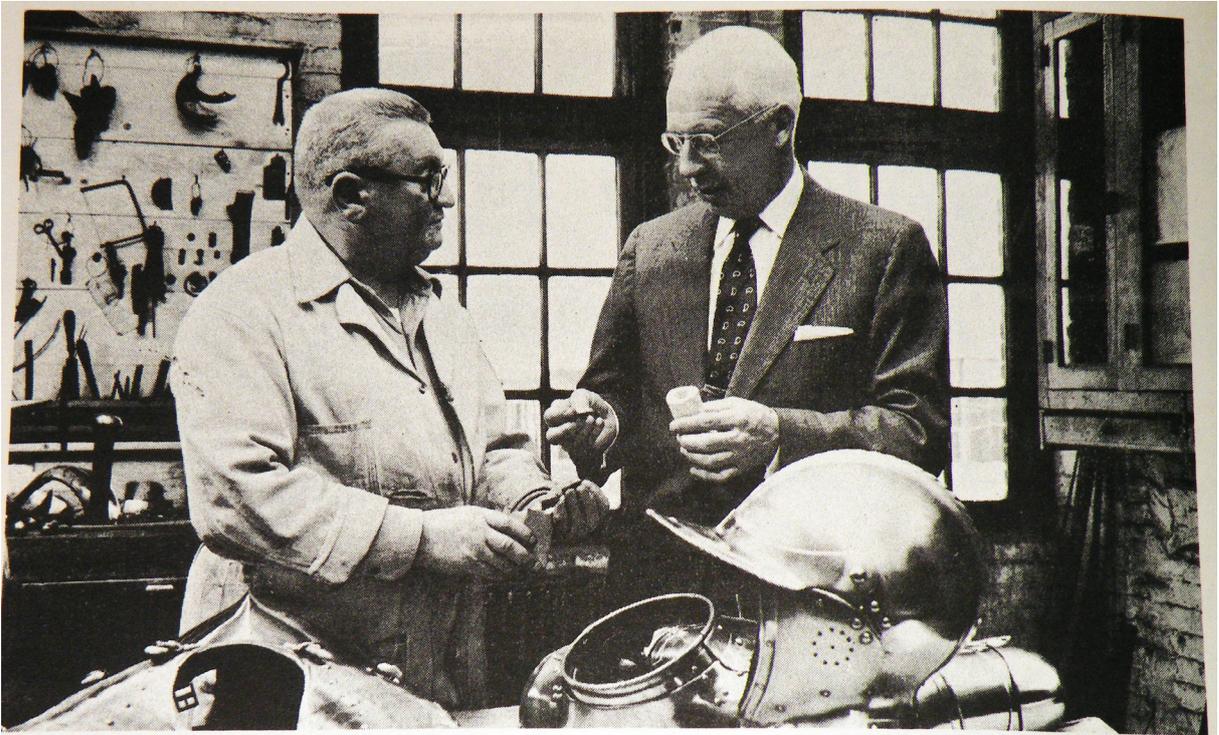


Figura 14. Oficina de Hal Foster

Fonte: FOSTER, Hal. *Príncipe Valente Vol. 1*. Rio de Janeiro: EBAL, 1983. p.IX

O desenho era esmerado, valendo-se destes utensílios para criar a melhor e mais detalhista ambientação possível. Além disso, o autor valia-se de uma forma de escrita similar aos romances arturianos, muito vendidos na forma de *pulps* no período anterior à Segunda Guerra Mundial.

Uma das características mais marcantes da obra é o fato de o protagonista envelhecer durante a tira. Ela começa com o herói aos seis anos de idade e o acompanha até sua velhice, inclusive com netos e aventuras narradas no passado. Havia, como nos dizem Patati e Braga (2006), continuidade na vida dos personagens, não apenas o frenético desenvolvimento de personagens e tramas ágeis.

## 1.4 PRÉ-GUERRA

Em 1938 surge, pelas mãos de Jerry Siegel e Joe Shuster o primeiro dos chamados “super-heróis”: o *Superman*. Segundo Jones (2006), os autores basearam-se nas aventuras do *Sombra*, bem como na *Amazing Stories* anteriormente mencionada, mas também em um romance de aventura de Philip Wylie, intitulado *Gladiador*, de 1929. Este romance tinha a premissa científica de um biólogo que transforma o filho em “um supergaroto, um homem invencível”(JONES, 2006 p.103) que cresce e vira um ser de vitalidade de força incomparáveis, além de uma moral superior e irrepreensível. O protagonista de *Gladiador* podia pular mais alto que uma casa, correr mais rápido que um trem e era imune a tiros e balas de canhão. Patati e Braga (2006) afirmam que os desenhos e roteiros originais do *Superman* eram muito mais simplistas que os que vieram a ser feitos depois pela dupla. Tanto que suas histórias foram sistematicamente recusadas durante alguns anos. A maior parte das recusas vinha da idéia de que o público não se identificaria com um protagonista tão perfeito e poderoso.

No entanto, como salienta Eco (2006 p.247), em uma sociedade nivelada e industrial onde o homem acaba por se tornar apenas um número em um organização, o herói positivo “deve encarnar, além de todo limite pensável, as exigências de poder que o cidadão comum nutre e não pode satisfazer.” Ainda segundo Eco (2006), a identificação apontada como difícil por parte dos leitores, ficou facilitada graças à introdução do alter-ego do herói: *Clark Kent*. *Kent* personaliza o leitor médio. O personagem saiu nas páginas da revista *Action Comics* e foi um sucesso tão estrondoso que logo Charles Gaines, responsável pela publicidade e pelas vendas da editora *National Comics Inc* (futura *DC Comics*), decidiu explorar o personagem com um título só seu. Foi a primeira revista em quadrinhos dedicada inteiramente a um personagem, como explica Jones (2006).

A revista do personagem tinha altíssima vendagem, batendo consecutivos recordes, chegando, de acordo com Allen (2007) a vender um milhão de cópias por edição na década de 1940. Tamanho sucesso faz com que outros artistas tentassem sua sorte ao lançar novos personagens em roupas extravagantes e poderes fantásticos. O próximo super-herói a ser criado foi *Batman*, de Bob Kane e Bill Finger, em 1939. Na visão de Patati e Braga (2006), *Batman* era a resposta super-heróica às histórias policiais, bem como *Superman* era resposta às aventuras de ficção científica. Sem poderes, contando apenas com sua astúcia, inteligência e a fortuna de seu alter-ego *Bruce Wayne*, *Batman* também povoava o imaginário infanto-juvenil da década de 1930/40. Com a inserção de Robin, parceiro mirim do herói, mais leitores infantis se identificaram com as histórias e com os personagens tornando a vendagem dos quadrinhos do herói morcego até mesmo a ser maior do que a de *Superman*.

Para Patati e Braga (2006), a partir da introdução de *Batman* e a consolidação da indústria de quadrinhos, os demais personagens super-heróicos que apareceram tinham seus perfis modelados a partir de semelhanças e diferenças em relação a *Batman* e *Superman*, novamente indo ao encontro da idéia de copiar aquilo que produziu grande vendagem. Ainda segundo os

autores, desses dois extremos típicos nasceu a fisionomia de toda a geração inicial de super-heróis.

Em 1940, porém, um outro herói entrou nas páginas dominicais: *Spirit*, de Will Eisner. O personagem foi moldado como um super-herói, ainda que seu criador nunca pensasse nele desta forma. Os clichês estão todos presentes, como a identidade secreta, a origem do personagem e até o parceiro mirim. No entanto,

Eisner realizou nos quadrinhos o mais claro equivalente do conto que essa mídia conhece. Agora, o conto não só policial, como de terror, humor, FC e o que mais se perguntar. Tudo isso sem qualquer perda de qualidade ou de intensidade de expressão (PATATI & BRAGA, 2006 p.86).

*Spirit*, segundo Jones (2006), era o primeiro super-herói dos quadrinhos destinado tanto ao público infantil quanto ao adulto. Para o autor, Eisner foi se revelando um dos muitos desenhistas da época que sofreram inúmeras influências do clássico *Cidadão Kane*, do cineasta americano Orson Welles. O filme, bem como os quadrinhos de Eisner, possuía novas idéias de enquadramento, profundidade de campo, travelling, justaposições e agudeza visual, para melhor contar a história.

A década de 1940, embalada pela Segunda Guerra Mundial, foi pródiga com os quadrinhos de super-heróis, que vendiam muito bem e entraram definitivamente no imaginário das crianças e jovens não só nos Estados Unidos, onde as histórias eram produzidas, mas de praticamente todo mundo ocidental. Nesta época, como sugere Moya (1986), foram criados *Capitão Marvel* (1939), *Namor* (1939), *Capitão América* (1941), *Mulher-maravilha* (1941), *Jim Gordon* (1943), *Johnny Hazard* (1944), além de muitos outros super-heróis.

## 1.5 PÓS-GUERRA E COMICS CODE

O Japão foi provavelmente o país que mais alterações teve no pós-guerra. Não poderia ser diferente em relação à cultura de massa, que até então era incipiente no país e que explode com o término da guerra e o consequente auxílio norte-americano.

O motivo pelo qual os Estados Unidos auxiliou o Japão, outrora inimigo de guerra, como informa Luyten (2000) era a necessidade de estabelecer uma ponta de lança anticomunista na Ásia. Para isso, os americanos chegaram até mesmo a incentivar os japoneses a manufaturar produtos com preços mais baixos que os ocidentais, para serem vendidos no mercado estadunidense.

Aos poucos, várias facetas da cultura japonesa foram se ocidentalizando, como gostos, utensílios e, principalmente, o intenso consumo de massa. Naturalmente as empresas de mídia impressa se interessaram pelo novo potencial econômico pós-guerra e aumentou seu volume de publicações, além de diversificar títulos e criar inúmeras revistas especializadas para públicos segmentados. Segundo Luyten (2000), cerca de 27% de todo o mercado gráfico do Japão é composto pelas revistas em quadrinhos japonesas, os mangás.

Para a autora, o estilo de histórias e desenhos japoneses é totalmente diverso do estilo ocidental. Isso se dá pois, desde os anos 20 do século passado, os quadrinhos no Japão se emanciparam da sua contraparte ocidental. Os desenhistas e roteiristas japoneses se emanciparam das produções ocidentais antes destas dominarem o mercado.

Há, no Japão, até os dias atuais, grande volume não só de títulos de revistas em quadrinhos, mas também de gênero, como feminino, esportivo, luta, entre outros, que concorrem entre si pela preferência do leitor. As revistas em geral têm entre 200 e 500 páginas, impressas em papel de baixa qualidade e os quadrinhos não são coloridos, apesar das páginas da revista poderem ser. Há revistas cujo papel é verde, ou rosa, ou azul ou ainda preto. Para o leitor japonês, a presença de cores como plano de fundo da história é o primeiro indicador do significado do discurso ali presente. Por exemplo, um mangá cujas páginas têm tonalidade preta indicam mistério, personagens ou tramas que desenvolvam esta idéia.

Há, de acordo com Luyten (2000), dois fatos que possibilitaram este aumento do volume de quadrinhos no pós-guerra. O primeiro deles foi a publicação de revistas *underground*, produzidas na cidade de Osaka e que eram vendidas nas ruas por ambulantes. Também em Osaka, havia outro modo de comercialização da comunicação de massa: o empréstimo. Havia a publicação de revistas em quadrinhos apenas para serem consumidas por meio do empréstimo, a preços muito inferiores aos cobrados por cada edição separadamente. Assim, o leitor pagava uma taxa mensal e possuía uma cota de empréstimo a ser utilizada pelo período. Na década de 1950, como informa a autora, havia cerca de 20 mil empreendimentos do estilo no Japão, que providenciava um lazer barato ao mesmo tempo que incentivava a leitura no período de crescimento japonês do pós-guerra.

No mesmo período Moya (1986) destaca outras criações ocidentais interessantes, como o belga *Lucky Luke*, de Morris e Goscinny. Esta personagem parodiava os filmes e os mitos do velho oeste norte-americano, que faziam muito sucesso nos cinemas da Europa naquele período graças aos chamados filmes “B” de faroeste. As características principais destes filmes eram sua produção, que não era tão esmerada e nem tinham tantos recursos financeiros quanto os filmes principais de Hollywood, e também o fato de contarem com outro esquema de distribuição, privilegiando cinemas menores e mais baratos.

Também valendo-se da mídia do cinema, é introduzido o *Tio Patinhas*, personagem do grupo *Walt Disney* que foi criado especificamente para os quadrinhos por Carl Barks, e fazia as vezes de aventureiro, em conjunto com outros personagens da empresa. Barks se valia de dois aspectos cinematográficos: primeiramente as personagens *Disney*, como o *Pato Donald*, seus sobrinhos e coadjuvantes, e depois dos filmes, de aventura, que deixavam as salas de cinema (e posteriormente a frente da televisão) lotadas. Filmes como *A Ilha do Tesouro* da própria *Disney* ou *As Aventuras de Capitão Blood* encantavam crianças e adolescentes que consumiam tais filmes tal qual consumiam as histórias dos patos da cidade de *Patópolis*.

Outra característica interessante do período é a re-popularização dos quadrinhos de ficção científica, e a popularização dos quadrinhos de terror, que graças à editora *EC comics*

conseguiram rivalizar com os super-heróis em vendagem. Segundo Luchetti (1991), em 1947 a editora lançou *Weird Fantasy*. Revista que mostrava ao mesmo tempo histórias de romance e ficção científica. No seu número 13, mudou de nome para *Weird Science* e trazia apenas histórias futuristas. Para Luchetti (1991 p.64), as histórias em quadrinhos de ficção científica “igualaram-se à ficção científica literária”. E a tendência otimista norte-americana oriunda da vitória na Segunda Guerra aumentou ainda mais a vendagem deste tipo de história, onde havia ao mesmo tempo a aventura e o ideal pacifista, como nas obras literárias de Isaac Asimov, Arthur C. Clarke ou Ray Bradbury, reconhecidamente autores que faziam literatura de ficção científica capaz de abarcar tanto os entusiastas por literatura quanto entusiastas por ficção científica. Ainda que estes autores não fizessem histórias em quadrinhos, seu estilo narrativo ecoou pelos quadrinhos, e a vendagem de suas obras também foi importante para a consolidação do gênero no período.

Nas histórias de terror, a *EC* publicava, segundo Silva (2006), *Crypt of Terror*, *The Haunt of Fear*, *The vault of Terror* entre outras. As revistas traziam em suas histórias terror, horror e suspense, causando polêmica por suas temáticas carregadas de crime e violência. Tornaram-se febre nos Estados Unidos, com vendagens altíssimas e uma produção acelerada capaz de gerar vários títulos deste gênero de quadrinhos para aplacar a necessidade dos consumidores, ao mesmo tempo gerando discussões inflamadas a respeito da nocividade desses títulos em relação às crianças estadunidenses. Segundo Jones (2006), o Federal Bureau of Investigation (FBI) durante a era McCarthy chegou a abrir ficha para anotar e investigar as atividades de Bill Gaines, dono da *EC* e da empresa. Isso porque, ainda de acordo com Jones (2006), a tentativa de chocar os leitores com histórias contendo cada vez mais violência e crueldade acabou por forçar o governo americano a tomar uma atitude em relação às preocupações de pais e professores.

Esta atitude chegou com o livro *Seduction of the Innocent*, do Dr. Frederic Wertham. Jones (2006, p. 332) informa que o livro, lançado em 1954, expunha todos os argumentos do autor contra os quadrinhos, “ilustrado pelas imagens mais horrendas que conseguira encontrar”. Os capítulos tinham títulos como “Eu quero ser um maníaco sexual” ou “Homicídio em casa”. Para Jones (2006), o livro é cheio de exageros, e causalidades forçadas, como o caso da menina de 10 anos que se prostituía em um cais norte-americano e que, segundo Wertham, fora ter essa vida graças à influência dos quadrinhos de crime editados pela *EC* e outras.

Importante salientar, como faz Gordon (2002), que o ataque de Wertham aos quadrinhos é uma reação cíclica à nova forma de cultura de massa aparentemente além do controle das elites culturais. Já no início de seu livro, Wertham deixa claro que seu ataque é contra as revistas em quadrinhos, não às tiras em jornais. Os motivos desta discriminação vêm dos fatos de que o leitor de jornais é um adulto, portanto consciente, e o leitor das revistas é uma criança ou adolescente, portanto ainda suscetível aos malefícios de uma literatura de baixa qualidade. Outro motivo alegado pelo psicólogo é que nos jornais havia um escrutínio por parte dos editores, que controlavam a publicação. Com isso Wertham deixa claro que as revistas não tinham qualquer controle, e que também por isso eram nocivas.

Com base neste livro e nas investigações subjacentes, o governo norte americano decidiu criar um código de conduta para as histórias veiculadas nos quadrinhos, o *comics code*. Silva (2006) afirma que as rígidas normas de regulamentação deste código praticamente extinguiram do mercado estadunidense as revistas com temáticas populares que envolvessem crime, violência, sexo ou horror. A *EC*, bem como suas concorrentes, foram obrigadas a fechar as portas, assim como as revistas de super-heróis tiveram que adequar-se para não exibir mais sangue, violência, mortes ou insinuações de sexo, restringindo muito a criatividade dos escritores do período, e consequentemente baixando a vendagem de quadrinhos no território norte-americano no período.

No Brasil, Causo (2003) explica que, revistas *pulp* existiram desde a década de 1930. Iniciando com a revista *Detective*, em 1936, várias revistas traziam aos leitores aventura, ficção científica e terror, mesclando textos oriundos de autores estrangeiros, como o já citado Bradbury, ou o atualmente clássico do terror, H. P. Lovecraft. A migração deste tipo de história para os quadrinhos com os mesmos temas foi natural, com a compra dos direitos de publicação das histórias da *EC Comics* e outras para adaptação no território brasileiro.

Com praticamente a extinção do gênero nos Estados Unidos, editoras brasileiras como a *La Selva*, que era, segundo Silva (2006) a principal editora de terror e suspense na década de 1950 tiveram que desenvolver histórias nacionais para suprir a necessidade dos leitores brasileiros. O autor sustenta que a proliferação dos títulos nacionais aliado à redução das histórias oriundas dos Estados Unidos fizeram com que houvesse uma busca por novas estratégias de manutenção do gênero no Brasil, ocasionando em aumento de investimento na produção nacional, que começou a contratar por interessantes salários tanto artistas quanto roteiristas. Assim, a produção de histórias de terror e afins, que praticamente se esgotou nos Estados Unidos, não teve grande repercussão para os leitores brasileiros, uma vez que artistas locais supriam a necessidade dos leitores e do mercado editorial

## 1.6 NOVAS TIRAS E NOVAS IDÉIAS

Com o *comics code* tolhendo cada vez mais a criatividade das revistas em quadrinhos, as tiras de jornal eram o único grande celeiro de criatividade. Para Robinson (1974), a partir de 1950 houve um renascimento das tiras de humor, logo após grande período de supremacia das tiras de aventura. Estas novas tiras necessitavam ser lidas rapidamente, de acordo com o ritmo cada vez mais acelerado da vida quotidiana das pessoas do período. Ainda segundo o autor, a tira moderna de humor foi um refinamento das estruturas já delineadas na origem das tiras de jornal. Estilisticamente as tiras tinham grande simplicidade, ao mesmo tempo que compunham sofisticadas iconografias. Isto combinado ao humor maduro e diálogos sofisticados, além de implicações filosóficas. Robinson (1974) frisa que os anti-heróis destas novas tiras pareciam simbolizar a impotência do homem diante desta nova realidade mais moderna e mais complexa de vida.

A primeira destas tiras, ainda de acordo com Robinson (1974) foi *Beetle Bailey*, que no Brasil atendeu por dois nomes: *Recruta Zero* e *Zé, o Soldado Raso*. Esta tira, de acordo com Walker (2006), foi lançada em 4 de setembro de 1950 criada por Mort Walker, e inaugurou em 12 jornais norte-americanos. Satirizando primeiramente a vida acadêmica dos alunos em época de faculdade e posteriormente a guerra e a vida de caserna, a história em quadrinhos conquistou rapidamente seu espaço. A tira com os personagens *Recruta Zero*, *Sargento Tainha*, *Dentinho*, *Platão*, *Roque*, *Cosme*, *Tenente Escovinha*, *General Dureza* entre outros, segundo Moya (1986) foi considerada uma das três melhores da década de 1950. Para Robinson (1974), a grande contribuição desta tira e o motivo pelo qual ela atingiu vendas muito grandes em pouco tempo era a galeria de personagens, somado ao tipo de humor, plástico, inteligente, por vezes bobo, e uma grande irreverência à autoridade. Com isso, não apenas os jovens identificavam-se, mas também os adultos e as crianças.

Em 2 de outubro de 1950, estréia a tira de maior sucesso comercial e de crítica da década de 1950 e, segundo Moya (1986), talvez, de todos os tempos: *Peanuts*. Seu autor, Charlie Schulz concebeu um microcosmos infantil que, segundo Eco (2006, p. 287) é “uma pequena comédia humana para todos os bolsos”, que consegue entreter e fascinar tanto adultos quanto crianças, e em igual intensidade. O artista consegue, além da poesia da escrita, criar desenhos muito simples, com uma economia de meios que “raia o milagre” (ECO 2006, p.288) . Isso porque o simples desenho consegue explicar o matiz psicológico de cada personagem, em cada momento da tira.

A capacidade de consumo da personagem também é admirável. Não somente a tira está presente em incontáveis jornais até os dias de hoje, mas a marca das personagens está em inúmeros produtos, que vão de chaveiros à tacos de golfe, de shampoos à carteiras e bolsas. Segundo a revista Forbes (2009), o criador da turma de crianças é a segunda personalidade que mais fatura dinheiro depois de morto, sendo superado apenas pelo ícone musical Elvis Presley. Schulz está nesta posição da lista desde que ela começou a ser feita, em 2002.

Um ano mais tarde, em 12 de março de 1951 surge nos jornais a tirinha intitulada *Dennis, o Pimentinha*, de Hank Ketcham. Markstein (2008) destaca que a tira foi um sucesso, atingindo milhões de pessoas em apenas um ano. O garoto que fazia traquinagens típicas de um garoto de quase seis anos deixando seus pais e vizinhos loucos, ficou tão popular que durante a década de 1950 chegou até mesmo a estrelar episódios na televisão norte-americana, aumentando o consumo de produtos com sua efigie. Atualmente vários filmes, seriados, desenhos animados e jogos de *videogame* levam a personagem a ser grande produtora de dividendos aos detentores de sua marca.

Outras criações dignas de nota por Moya (1986) durante a década de 1950 foram *Hi and Lois*, do criador do *Recruta Zero*, Mort Walker, que apresentava uma típica família de subúrbio nos Estados Unidos. Mesmo sem tanta expressão, a tira de 1954, segundo Markstein (2008) conquistou os críticos em seu país de origem. Há também *Zé do Boné*, criado por Reg Smythe em 1957 e que representava um típico vagabundo que ocupava seus dias brigando

com a esposa, jogando com os amigos ou bebendo no bar mais próximo; *B.C.*, que estreou em fevereiro de 1958 criado por Johnny Hart e que apresentava uma perspectiva política cômica da vida dos homens das cavernas. Seu estilo de desenho, como nos informa Markstein (2008) era similar ao de Charlie Schulz principalmente no que se refere à economia de traços, ainda que não tenha sido tão bem sucedido na perspectiva de *merchandising*.

Na América Latina dois fenômenos acabaram se desenvolvendo no período imediatamente posterior. Primeiramente temos a *Turma da Mônica*, sucesso absoluto de vendas e popularidade no Brasil desde 1959 quando seu criador, Mauricio de Sousa, publicou a primeira tirinha no jornal *Folha de São Paulo*. Inicialmente calcada no cãozinho *Bidu*, outras personagens vieram nos anos seguintes, como *Cebolinha*, em 1960, *Cascão* em 1961, *Magali* e *Mônica* em 1963. *Mônica* logo se tornou o principal personagem do desenhista, que para a distribuição desse material, criou um serviço de redistribuição que atingiu mais de 200 jornais ao fim de uma década, criando uma espécie de *syndicate* tupiniquim apenas para suas criações. Sousa percebeu que não poderia concorrer comercialmente com as tiras norte-americanas, vendidas de forma muito barata por meio dos já citados *syndicates*. Assim, o artista começou a vender a mesma tira para diversos jornais, passando a lucrar não mais com a criação da história, mas sim com sua distribuição pelo maior número de jornais possível. Com este tipo de estratégia, seus personagens ficaram conhecidos do grande público, sendo populares o suficiente para entrar em outro ramo do mesmo negócio, que no final da década de 1960 parecia mais rentável: as revistas em quadrinhos. Em 1970, as revistas passam também a ser comercializadas na forma de revistas em quadrinhos, com histórias maiores e mais bem elaboradas (SOUSA, 1986), além de uma tiragem inicial de 200.000 cópias. Segundo Gusman (2006) a partir dos anos 1970 várias crianças foram alfabetizadas com ajuda dos “gibis” da *Turma da Mônica*, uma vez que estes eram o mais vendidos no território nacional. Atualmente as marcas de vendagem das revistas chega a atingir 400.000 exemplares para cada edição. Interessante salientar que a tiragem da mais bem vendida revista em quadrinhos nos Estados Unidos na década de 2000 foi a nova edição da revista *Wolverine*, que, de acordo com Allen (2007) vendeu 163.000 cópias. No entanto, apenas mais 5 títulos venderam acima de 100.000 cópias nesta década, mostrando que as revistas de Sousa são efetivamente muito populares no Brasil, não sendo sequer ameaçadas em sua liderança de vendas por nenhuma outra revista em quadrinhos brasileira ou estrangeira comercializada no Brasil.

O *merchandising* também não foi esquecido por Mauricio de Sousa. Já em 1968, segundo Gusman & Sousa (2006), o quadrinista fechou contrato com a empresa de alimentos Cica, onde inseria sua personagem *Jotalhão*, um elefante, para ser o garoto-propaganda do extrato de tomate *Elefante*. A partir daí, tal qual Schultz, Sousa iniciou um império no que tange ao *merchandising*. Atualmente seus personagens, a *Turma da Mônica* estão presentes em incontáveis produtos licenciados, que vão desde um tipo específico de maçã até alimentos caninos, passando pelos mais diversos tipos de brinquedo e artigos para bebês, como fraldas e chupetas e artigos de decoração e festas.

Em 1963 nasce a companheira sulamericana de *Mônica*, a argentina *Mafalda*. O criador da personagem, Quino (1999), conta que uma agência publicitária o incumbiu de criar uma família que servisse como publicidade para uma empresa produtora de eletrodomésticos. Com a tira cômica pronta, o cliente da agência desiste do projeto e o autor arquiva sua personagem até que o jornal *Primera Plana*, na época o principal da Argentina, pede ao cartunista uma tira cômica, e este tira a menina e sua família da gaveta. De 1965 até 1967 a tira é publicada pelo jornal *El Mundo*, apesar de existir, a partir de 1966, a agregação de diversas tiras para organização de dez álbuns originais em língua espanhola. Na metade de 1967 Quino assina contrato de exclusividade com o semanário mais lido da Argentina, *Siete Días*. A partir deste momento, a tira começa a ser traduzida e vendida em diversos países, como Brasil, Portugal, Espanha, Itália, França entre outros.

No Brasil, conforme lemos na obra de Quino (1999), a personagem estreou como ilustrações de uma revista de pediatria e pedagogia orientado aos pais. Em julho de 1973 o autor desenha a última tira da personagem.

Para Eco (*in* Quino, 1999), *Mafalda* é um personagem típico dos anos sessenta, com sua postura contestadora, anticonformista e enraivecida, que recusa a aceitar o mundo como ele é. *Mafalda*

vive numa dialética contínua com o mundo adulto, que não ama e nem respeita mas; pelo contrário, ridiculariza e repudia, reivindicando o direito de continuar a ser uma menina que não quer incorporar o universo adulto dos pais (ECO *in* QUINO, 1999, p. XVI).

O universo da personagem é o de uma América Latina desenvolvida e urbana, além de ser um universo claramente mais compreensível e verossímil que o dos super-heróis norte americanos, por exemplo. A personagem reflete

As tendências de uma juventude inquieta que assumem aqui a forma paradoxal de dissidência infantil, de esquema psicológico de reação aos veículos da comunicação de massa, de urticária moral provocada pela lógica dos blocos, de asma intelectual causada pelo cogumelo atômico (ECO *in* QUINO, 1999, p. XVI).

Muito menos explorado que a criação de Mauricio de Sousa, *Mafalda* também tem seu *merchandising* utilizado na forma de brinquedos, bolsas, roupas e também desenhos animados de curta ou longa duração.

Na Europa, em 29 de outubro de 1959 foi lançada, por René Goscinny, Jean Michel Charlier e Albert Uderzo, a revista *Pilote*, com o intuito claro de fazer histórias em quadrinhos para diversos públicos, não apenas o infante-juvenil. Segundo Patati e Braga (2006), Goscinny vinha de uma série de trabalhos bem sucedidos, como o já citado *Lucky Luke*, e *O Pequeno Nicholas*. Charlier também já era um nome conhecido, e seu principal trabalho havia sido *Buck Danny*, série de aviação que criara junto com o desenhista Victor Hubinon. Uderzo vinha dos quadrinhos infantis de humor e aventura, como o índio *Umpapá*, feito conjuntamente com

Goscinny.



Figura 15. Pilote n° 0

Fonte: GOSCINNY, René, UDERZO, Albert & CHARLIER, Jean Michel. *Pilote 0*. França: *Pilote*, 1959.  
in: <<http://www.bdoubliees.com/journalpilote/annees/1959.htm>> acesso em 22/07/09

Apesar de não quererem criar histórias infantis, com a crise no setor de quadrinhos estabelecida em 1960, a editora de livros e revistas infantis *Dargaud* acabou por comprar a *Pilote*. Mas ainda assim deixou os artistas livres para fazerem sua própria edição, aparentemente sem interferência, desde que estas tivessem boa vendagem.

O principal personagem da *Pilote* durante anos foi *Asterix*, o gaulês, criação de Goscinny e Uderzo, e que Patati e Braga (2006, p.118) observam, “permite leituras infantil e imensamente madura para a mesma situação diversas vezes”. *Asterix* conta a história de uma aldeia de gauleses que não se submetem ao poder de Julio César graças a uma poção mágica que lhes confere poder e força acima dos seres humanos<sup>5</sup>. Estas personagens tornaram-se conhecidas não apenas na Europa, mas também nos Estados Unidos e no restante do mundo capitalista. A vendagem dos álbuns chegou a 72 milhões de edições em 1980, segundo Marquesi (1980) e impulsionou os dois autores além das páginas das revistas, fazendo de *Asterix* e seus demais coadjuvantes ótimas peças de *merchandising*, seja para criação de animações e filmes longametragens, seja para venda de estatuetas, bonecos de pelúcia, brinquedos ou ainda peças de cama, mesa ou banho. Para Marquesi (1980), *Asterix* foi a maior resposta europeia à ofensiva da cultura de massa norte-americana.

Junto com *Asterix*, temos outras séries em quadrinhos, como a série escrita por Charlier e desenhada por Jean Giraud, também conhecido pelo pseudônimo Moebius. Mais alinhado com a

5 Os principais personagens são *Asterix*, heróico e inteligente, apesar da pequena estatura, *Obelix*, seu melhor amigo, que caiu no caldeirão da poção fantástica quando nasceu e por isso é muito mais forte que os seres humanos normais. Junto com Obelix há também *Idéiafix*, seu pequeno cãozinho que sempre adorna os quadrinhos com piadas visuais.

cultura norte-americana criticada pelo exemplo acima, *Fort Navajo* apresenta o *Tenente Blueberry* e é uma história de faroeste diferente, onde o personagem principal não é necessariamente um herói, e não raro alia-se aos índios contra as tropas norte-americanas. Segundo Patati e Braga (2006), Charlier e Giraud criaram um anti-herói, uma figura que tinha uma leitura crítica sobre seu próprio momento, refletindo a crítica de seu escritor acerca do período colonialista norte-americano. Patati e Braga (2006, p.130) afirmam que *Tenente Blueberry*,

não é uma série panfletária ou declaradamente politizada. Mas a trama caminha por caminhos nunca antes trilhados pelo western. Primeiro que a demanda do herói é, desde o início, impedir as perdas de vidas humanas em geral e não apenas dos colonos ou soldados. Depois os interesses políticos e empresariais envolvidos na conquista do oeste são mostradas de modo muito mais realista do que jamais havia sido realizado antes. O contato de Blueberry com os índios, de alguns dos quais se torna amigo, é tratado num nível bem mais realista do que nas aventuras de Tex Willer.

O desenho de *Tenente Blueberry* também se sobressai, apresentando ao mundo Jean Geraud, ou como preferiu chamar-se depois, Moebius. Seu traço característico, fez com que Moebius se tornasse desenhista referência no mundo editorial francês, ao mesmo tempo que foi pretendido por várias editoras tanto nos Estados Unidos quanto em outros países da Europa.

Moebius, então, sem deixar de desenhar *Blueberry*, junta-se a Phillipe Druillet, Jean-Pierre Dionnet e Bernard Farkas para a criação da *Les Humanoides Associés*, editora que lança em 15 de janeiro de 1975 a seminal revista *Métal Hurlant*. A revista, segundo Luchetti (1991) servia para que seus autores pudessem dar livre curso à imaginação, sem ficarem presos às imposições editorais ou às exigências dos leitores. Estes artistas estavam comprometidos com sua criatividade, mas também com o consumo de suas histórias, Dionnet define *Métal Hurlant* como “uma revista de histórias em quadrinhos e de antecipação, sem heróis musculosos nem mísseis cromados... Uma revista de fantasmas utilizando a técnica dos quadrinhos de aventuras...” (DIONNET *apud* LUCHETTI, 1991, p.124)



Figura 16. Métal Hurlant n°1

Fonte: DRUILLET, Jean-Pierre, FARKAS, Bernard & GIRAUD, Jean. Métal Hurlant 1. in: <[http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/1/1e/Metal\\_Hurlant\\_1.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/1/1e/Metal_Hurlant_1.jpg)> acesso em 22/07/09

A *Métal Hurlant* definiu um novo padrão, muito mais alto, tanto para roteiro quanto para arte. A maior parte das histórias era de ficção científica, que atingia novos patamares a partir destes artistas e outros que se uniram a eles, como Jean Claude Gal, Enki Bilal e Richard Corben, por exemplo. Nas suas histórias abria-se espaço “para o irracional, o inexplicável, o onírico, por vezes sem vinculação a um enredo maior, no desdobrar dos eventos. Mas sempre com conceitos visuais e realizações plástico-narrativas audaciosas” (PATATI & BRAGA, 2006, p.131). Os artistas foram influenciados pelas artes plásticas do período, como a *psicodelia*<sup>6</sup> e a *op art*<sup>7</sup>. Percebe-se nas histórias daquele momento que os desenhos e principalmente as cores eram formatados para um público mais adulto e possivelmente mais informado acerca das novas tendências artísticas. Fruto do momento, a *Métal Hurlant* foi influenciada pelas artes plásticas, mas também influenciou claramente diversos artistas posteriores, não apenas nos quadrinhos, mas também em outras artes, como o vídeo ou o cinema.

Na mesma época, porém em 1967, segundo Lambiek (2009), um italiano de nome Hugo Pratt desenvolve seu principal personagem, tão inspirador às novas gerações quanto os de

6 Psicodelia foi movimento cultural e artístico oriundo dos Estado Unidos na época da chamada contracultura. Entre suas características estão a criação sob influência de drogas alucinógenas e o embate ideológico. Alguns de seus principais artistas foram Dean, Max e Glaser..

7 Op Art foi um movimento artístico cuja maior relevância foi nos anos 1950. Suas principais características eram a abstração e a sistematização, constituindo peças mais visíveis e menos expressivas. Alguns de seus artistas foram Riley, Vassarely e Calder.

Moebius. Pratt cria *Corto Maltese* que era um marinheiro romântico aventureiro que se achava em situações místicas e belas mulheres. O autor ainda salienta o tom nostálgico e poético. O personagem foi criado inspirado nas aventuras que Pratt teve em sua vida. Pratt viveu na Itália, Argentina, Brasil, Etiópia, Inglaterra, Irlanda, França e Suíça além de ter visitado inúmeros países, do Canadá às Antilhas, dos EUA à África do Sul. Cada um desses países e das cidades onde viveu foi representado em suas histórias. O próprio personagem é um aventureiro nômade. O interessante, porém, da obra de Pratt com *Corto Maltese* é a continuidade e renovação das histórias em quadrinho de aventura. Segundo Patati e Braga (2006), a principal razão para tal renovação era a pesquisa que o autor fazia acerca das paisagens e costumes das regiões que iria retratar em seus quadrinhos. Além disso, os álbuns eram criados levando em consideração os álbuns anteriores, criando uma cronologia do personagem, seus coadjuvantes e aventuras, deixando claro ao leitor que para compreender a aventura em toda sua plenitude seria necessário a leitura dos demais álbuns.

## 1.7 CONTRACULTURA

Já nos Estados Unidos, o que efetivamente prosperou no final da década de 1960 foi a contracultura, e, com ela, os quadrinhos *underground*, os chamados *Comix*. Seu principal artista foi Robert Crumb, que, de acordo com Moya (1986), desde o princípio de sua carreira deixou claro que seu interesse não era necessariamente ganhar dinheiro, mas sim fazer-se ouvir através da sua arte, contrariando toda a idéia de quadrinhos enquanto indústria cultural. Para Jones (2006), os jovens cartunistas satíricos como Crumb faziam da rua sua própria maneira de distribuição. O autor relata que Crumb em pessoa distribuía as edições de sua revista *Zap Comics* em São Francisco com a ajuda de um carrinho de bebê para carregar as edições. Jones (2006) ainda afirma que essas revistas *underground* reuniam sátira política, pornografia e uso de drogas, além de material psicodélico, experimentações gráficas e visões diferenciadas da arte, profundamente imersos na contracultura.

A contracultura foi um movimento de contestação que atingiu praticamente todos os países do ocidente, em maior ou menor grau. Os Estados Unidos talvez tenha sido o mais afetado em suas produções culturais. A contracultura, segundo Pereira (1986), envolvia um enfrentamento da ordem vigente, ao mesmo tempo que era um tipo de crítica anárquica feita basicamente pelos jovens dos grandes centros urbanos, que rejeitavam privilégios relativos à cultura dominante. A partir de 1968, o movimento floresce nos EUA em todas as formas de arte, como a música (*rock*), as artes plásticas, a poesia e notadamente os quadrinhos. Além disso, as manifestações dos jovens eram notadas não só através das notas da música *rock*, mas também no modo de se vestir, que se importava pouco com as convenções e na linguagem utilizada, que se utilizava de gírias de uma forma nunca antes vista.

Pereira (1986) ressalta que o consumismo foi extremamente criticado pelos adeptos/fãs da contracultura, mesmo que estes não parassem de comprar, tornando um paralelo interessante

entre discurso e ação. O artista plástico Andy Warhol percebeu esta dicotomia e aplicou nas artes o conceito de consumo, ajudando a criar a *pop art*. Assim, o artista fez quadros de latas de produtos alimentícios, e foi mais além quando pintou os dois maiores ícones de consumo da juventude norte-americana dos anos 1950: Elvis Presley e Marilyn Monroe. As revistas do grupo de Crumb estavam de acordo com estas ideologias, e portanto pareciam estranhas às camadas mais conservadoras da população.

No entanto, por mais estranhas que fossem estas revistas, elas possuíam as mesmas qualidades dos quadrinhos norte-americanos originais. Elas eram fáceis de fazer, usavam papel ruim, eram baratas, não ligavam para as convenções ou para a aceitação do público, trazendo ao quadrinista uma liberdade há muito não vista no ramo.

Esta liberdade acabou gerando um círculo de artistas em volta da figura de Crumb. Segundo Patati e Braga (2006, p.106), “o elenco de quadrinistas que se juntou em torno de Crumb era um time de exceção, e, mais do que isso, constituía um rico painel das mentalidades alternativas presentes no mundo de então”. Entre os nomes que estavam no círculo de Crumb e naturalmente acabaram por entrar no rol de escritores da *Zap Comix* estavam Rick Griffin, que vinha de vários trabalhos com pôsteres para surfistas e eventos do esporte e que posteriormente criou a primeira história em quadrinhos sobre surf, na revista *Surfer*; Spain Rodriguez, que vinha de militância sindical e transferia para as páginas da *Zap* essa preocupação; Victor Moscoso, espanhol com formação em artes plásticas, que se tornou o principal autor de pôsteres de concertos de *rock* do período; Robert Williams, pintor *pop* que queria fazer seu nome conhecido junto ao público jovem; Gilbert Sheldon, professor de segundo grau que veio a criar alguns dos mais característicos personagens do *underground*, como *Wonder Wart-dog* e *The Freak Brothers*; C. Clay Wilson, que fazia Belas-Artes, mas realizava as histórias mais depravadas de todo *underground* e por último o artista Jaxon, pseudônimo de Jack Jackson, texano que gostava de faroeste e usando seu conhecimento sobre história acabou realizando grandes histórias sobre o ponto de vista dos índios norte-americanos.

Com este elenco, como informam Patati e Braga (2006), a *Zap* reinventou a maneira de fazer quadrinhos nos EUA:

O trabalho em especial de Crumb e de S. Clay Wilson, os criadores mais malcriados e sujos da revista, explodiu como uma bomba e trouxe tanto ofertas prontamente recusadas de dinheiro como problemas como a censura mal assumida das comunidades conservadoras. O fato é que Crumb mostrava que mesmo as imagens mais simpáticas e aparentemente infantis podem esconder dentes afiados teve seu peso. (PATATI & BRAGA, 2006, p.107)

A contracultura teve papel importantíssimo nos quadrinhos, tanto que mesmo fora da revista *Zap*, temos nomes como Greg Irons, que criou pôsteres para as principais bandas contraculturais nos EUA; Art Spiegelman, que chegou a ganhar um prêmio *Pulitzer* pelo seu quadrinho autobiográfico *Maus*, onde retratava o holocausto nazista com figuras antropomorfizadas: judeus como ratos, nazistas como gatos, norte-americanos como cachorros

e assim por diante. Quando se retratava, Spielgeman se desenhava com uma máscara de rato; Paul Mavrides, um dos principais colaboradores de *The Freak Brothers*; e até Wally Wood, na época já um veterano que chegou a trabalhar com Will Eisner e com os quadrinhos de horror da *EC Comics*, que infelizmente cometeu suicídio em 1981.

No Brasil, o ano de 1968 não foi visto como o ano da contracultura, e sim como o ano do *AI-5*, ato institucional que, segundo o jornal Folha de São Paulo de 14 de dezembro de 1968, desmontou o Congresso Nacional, as assembleias legislativas e as câmaras dos vereadores, além de acabar com as manifestações políticas os sindicatos, instalando uma ditadura muito mais ferrenha do que a que estava existindo desde seu início, no golpe ocorrido em 1964. Assim, entre 1968 e 1985 o Brasil assistiu um período de perseguições militares além de cassação de direitos individuais do cidadão.

A contracultura, entretanto, não foi um movimento contra o governo, pois isto implicaria em sanções muito graves, e repressões intensas, que não eram o foco da maior parte da juventude nacional no momento, mas sim um movimento contra a cultura vigente. Um movimento que, nos quadrinhos, ficou conhecido como *udigrudi*, corruptela do inglês *underground*, em referência às revistas de Crumb e seus afiliados.

Para Marquesi (1980), o movimento *underground* nacional iniciou-se com a revista *Balão*, lançada em São Paulo em 1972 por estudantes de comunicação ou arquitetura da USP. Apesar da revista só ter durado nove números, a partir dela cerca de quarenta revistas surgiram no território brasileiro, a maioria não durando mais do que cinco números, porém, ainda segundo Marquesi (1980, p.133), todas elas contribuíram para a formação do novo quadrinho brasileiro:

Entre os méritos do quadrinho alternativo brasileiro está o de servir como escola para muita gente. Neste país absurdo, onde se lê mais do que tudo HQ, não se estuda quadrinhos nas faculdades. Mesmo as de Comunicações e Artes Plásticas continuam com medo de assimilar o século vinte.

As revistas *udigrudi* desenvolveram a consciência de que a arte da HQ não é possível somente graças a grandes editoras e grandes tiragens. Foram as revistas alternativas, ainda, que desenvolveram os rudimentos de uma linguagem regional, num país culturalmente rendido ao eixo Rio-São Paulo.

Silva (2006) afirma que neste período surgiu também o jornal *Pasquim*, que resgatou a tendência já implantada pelo *Balão*, *Bicho* e *Grilo*, mesclando o humor político tipicamente brasileiro com uma espécie de “subversão” ao regime que era típica dos *comix* norte americanos. O *Pasquim* foi, então, um dos maiores representantes da “imprensa alternativa” brasileira, que surgiu como um tipo de jornal “de costumes” do bairro carioca de Ipanema e em pouco tempo circulava por todo o território nacional, com tiragem próxima aos 200 mil exemplares. Mesmo em um regime totalitário com uma ferrenha censura, o periódico conseguia se afirmar como espécie de libelo, senão à democracia, pelo menos contra o regime instalado. Silva (2006 p. 113) diz que

O *Pasquim* é uma publicação que funde à história política do Brasil e a história dos meios de comunicação e do posicionamento ideológico da imprensa frente ao

poder político estabelecido. A influência de O Pasquim sobre todas as publicações alternativas no Brasil pelas décadas seguintes, constituiu no *udigrudi* brasileiro, uma contundente ferramenta de crítica aos modelos hegemônicos sociais e aos regimes condutores de governos.

Ao término da ditadura militar, vários dos artistas que participavam deste movimento acabaram criando um novo movimento, agora com apoio da sociedade de consumo e da abertura política providenciada pela Nova República, instaurada em 1985.

Entre 1985 e 1990 circulou no Brasil a revista *Chiclete com Banana*, que tinha na figura de co-editor, em conjunto com Toninho Mendes, o cartunista Angeli. A revista auto-denominava-se *udigrudi*, como já dissemos, corruptela brasileira para o inglês *underground*.

A revista era publicada pela *Circo Editorial*, de Toninho Mendes, jornalista com passagem pelos jornais setentistas *Movimento*, *Ovelha Negra* e *Versus*. Segundo Bryan (2004), Mendes resolveu abrir a editora para editar seus amigos. Neste momento, coincide de Angeli e seu companheiro cartunista Glauco estarem em um bom momento de seus trabalhos. Para Angeli (*apud* BRYAN 2004 p.311)

O Toninho, de uma maneira bem desleixada, descompromissada e sem nenhum ideal de montar uma grande editora, começou a mudar a cara do mercado de quadrinho nacional. O que estava fazendo na Folha, sempre quis fazer e ficava na gaveta, não teria como se encaixar dentro do mercado se não fosse ele. Se eu era a cabeça de *Chiclete com Banana*, Toninho era o coração. Segurou o discurso de todo mundo com a maestria de um grande editor, pelo seguinte: nunca interferiu em nada.

*Chiclete com Banana* iniciou suas atividades com uma tiragem de 50 mil exemplares, número mediano para a época, considerando que era uma aposta complexa tirar do *underground* e passar para o *mainstream* a maioria dos artistas e temas que compunham a publicação. Além de personagens inéditos, a revista também trazia histórias daqueles que já haviam sido publicados na imprensa, fundamentalmente no jornal Folha de São Paulo, como *Bob Cuspe* e *Rê Bordosa*.

A publicação então torna-se bimestral, e conta com o já citado cartunista Glauco que por meio do periódico popularizou seu personagem mais conhecido, *Geraldão*, um personagem responsável por divertir a partir de idéias psicológicas, como o Complexo de Édipo, a dependência emotiva e o complexo de Peter Pan, além de *Casal Neuras*, um casal que vivia brigando e tentando viver a revolução sexual, apesar de estarem sempre agindo como seus pais e *Doy Jorge*, roqueiro viciado que parodiava o artista Boy George, cantor do grupo *Culture Club* e um dos ícones dos anos oitenta graças às constantes internações por abuso de drogas, seu visual andrógino e sua assumida homossexualidade. Outro cartunista muito presente era Laerte, que comparecia bimestralmente com seu *Piratas do Tietê*. Outros ilustres colaboradores, segundo Bryan (2004) foram Paulo Caruso, Marcatti, além de Reinaldo e Cláudio Paiva, que faziam outro periódico cômico do período, o *Planeta Diário*.

Em 1987 a popularidade da revista era tão grande que vendia 120 mil exemplares por edição. Angeli comandava um programa de rádio intitulado *Rádio Chiclete-Banana FM*,

transmitido pela rádio paulistana 89 FM e contava, ainda de acordo com Bryan (2004) com radionovelas de Cacá Rosset, teatrólogo e fundador do grupo *Ornitorrinco*, crônicas a respeito de pedofilia lidas por Glauco Mattoso e dramatizações de quadrinhos feitas por Luiz Gê. Foi neste período que Angeli tomou uma audaciosa decisão, a de matar sua principal personagem: *Rê Bordosa*. O artista temia transformar-se em um autor preso a uma personagem. Assim, colocou nas bancas uma edição de luto de *Chiclete com Banana*, e lançou o livro *Rê Bordosa 1884-1987 - A morte da porraloca, um assassinato de Angeli*. O cartunista mata a personagem de “tedius matrimonius”, contraído por *Rê* ao se casar.

Enquanto *Rê Bordosa* era morta por Angeli, Glauco fazia uma revista trimestral de seu personagem *Geraldão*, publicada também pela *Circo Editorial*. Para Glauco (*apud* BRYAN, 2004, p. 412) “*Chiclete com Banana* abriu, no mercado nacional, o filão de revistas e publicações de quadrinho nacional que estava esquecido”.

Em 1990 é lançado o vigésimo quarto e último número de *Chiclete com Banana*, ainda que após esta edição houvessem várias outras revistas com reedições, reencadernações e até mesmo algumas revistas especiais como *Chiclete Especial* e *Tipinhos Inúteis*.

## 1.8 A RENOVAÇÃO DA POPULARIDADE DOS SUPER-HERÓIS

Ao mesmo tempo que a contracultura despertava interesse em determinada camada da população, composta por adultos ligados às artes, as crianças e principalmente os adolescentes norte-americanos foram alvo de outra vertente da comunicação de massa dos EUA.

Percebendo a popularidade existente no grupo intitulado *Liga da Justiça*, que agregava em uma mesma revista em quadrinhos diversos super-heróis da *National Comics* (mais tarde *DC Comics*), Martin Goodman, dono da *Marvel Comics*, chamou o escritor e mais antigo funcionário da editora, com 22 anos de serviços prestados escrevendo para jornais, televisão e outros veículos, Stan Lee, para escrever algo que se assemelhasse à proposta da concorrente. Jones (2006) informa que Lee chamou seu colega Jack Kirby em 1961 para criarem uma nova proposta. Com o *Quarteto Fantástico*, a *Marvel* se lança no mercado com a idéia de “humanizar” os super-heróis, tornando-os mais falíveis e sempre com conflitos internos. Os membros do *Quarteto Fantástico*, apesar de serem super-heróis, não possuíam identidade secreta, e suas histórias apresentavam várias discussões entre eles, muito diferente das personagens da *National Comics*.

Assim, segundo Jones (2006), a revista atraiu fundamentalmente os adolescentes, em torno de 13 ou 14 anos. O infortúnio dos personagens era rapidamente identificado com o das pessoas nesta altura da vida. Ao perceberem este filão, Kirby e Lee criaram um cientista que graças a uma bomba de radiação transforma-se em monstro. *O Incrível Hulk*. Em 1962, porém, veio o maior êxito não só de Stan Lee, mas de toda *Marvel Comics: Homem-Aranha*. Desta vez, Lee chamou outro desenhista, Steve Ditko para dar forma ao personagem. O motivo para escolha de Ditko, de acordo com Muniz (2009), era que Lee queria um herói franzino,

mais identificável com os adolescentes, e Kirby era melhor na criação de tipos musculosos. A temática e a maneira que a narração era criada para as histórias mostrava um adolescente problemático típico, somando a isso o fato de ser também um super-herói amargurado. Para Jones (2006), Ditko e Lee lançaram mão da psicologia, criando um herói que não se limita a ficar lamentando sua incapacidade de mudar o destino. Criaram também um herói que a todo momento se pergunta se é efetivamente um herói, mexendo com uma geração que “nascera em uma época de estabilidade e riqueza, cercada de amor dos pais, mas que se sentia, também, crivada de culpa” (JONES, 2006, p.360).

Com o sucesso do herói aracnídeo, não só a *Marvel* começou a melhorar suas vendas, como também todas as demais editoras de quadrinhos. A *National* reorganizou seus maiores ícones, transformando-os em novas versões, mais adaptáveis ao mundo do início da década de 1960 e 1970. Surgiram assim o segundo *Flash*, o segundo *Lanterna Verde*, e a segunda *Liga da Justiça*. Os quadrinhos de terror e suspense também voltaram, mas, segundo Jones (2006), muito timidamente.

A partir dos anos 1970, esta tendência de humanizar os heróis e transportá-los para um universo mais factível teve apoio de muitos dos criadores de histórias em quadrinhos nos Estados Unidos. Esta tendência, no que tange os super-heróis iniciou-se com Dennis O’Neill na *DC Comics*, que promovia um tipo de quadrinhos voltado ao público mais adulto. Ainda assim, levaria mais de uma década para existir uma percepção por parte do público de que os quadrinhos haviam redirecionado seu público-alvo.

Em 29 de fevereiro de 1984 inicia-se uma das obras que dariam sustentação ao rótulo “quadrinhos para adultos” no que tange os super-heróis. *O Cavaleiro das Trevas* de Frank Miller traz uma história direcionada ao público adulto, redefinindo a personagem *Batman*. Segundo Santos (1999), com esta obra Miller rompeu com diversos dogmas que a personagem havia, aos poucos, incorporado. Em seu lançamento, em 1986, a primeira grande ruptura deu-se quando o autor colocou o personagem no futuro, com uma idade próxima aos 50 anos. Sem sua juventude *Batman* ficou mais arisco, com mais incongruências e possibilidades narrativas. O herói na história é contestador do sistema norte-americano, personalizado pelo presidente na história, Ronald Reagan, além de ser maquiavélico e cruel. Wolk (2007) afirma que Miller criou um *Batman* como um tipo claro de psicopata.

Esta obra não mudou apenas o personagem *Batman*, mas foi pilar da reformulação dos quadrinhos nos Estados Unidos. Foi a primeira obra em quadrinhos a ser apresentada em papel couché, com grande qualidade, diferente do papel barato utilizado até então. Ainda segundo Santos (1999), outro aspecto importante foi a não utilização de publicidade dentro da revista. Até então todas as revistas tinham propaganda comercial ou dos próprios produtos da editora, ajudando como fonte de renda para a editora. Com a falta de propaganda o preço aumentou, sem, no entanto, surtir impacto na vendagem da revista, que foi, e ainda é, em forma de reedições, uma das mais vendidas da *DC Comics*.

Outro pilar da revolução dos quadrinhos foi a obra *Watchmen*, de Alan Moore e

Dave Gibbons, de 1986. Muito associada posteriormente à literatura, nesta obra os autores desconstróem a imagem do super-herói, apresentando diversas personagens que eram super-heróis e, por conta de uma ordem governamental, são impedidas de agir.

Todas as personagens têm grande profundidade psicológica, sendo muito identificáveis com o público adulto, uma vez que o maniqueísmo típico dos quadrinhos de super-heróis foi retirado da trama.

Segundo Wolk (2007), *Watchmen* foi o primeiro quadrinho a seriamente destruir a imagem do super-herói padrão. Foi um dos primeiros quadrinhos de super-herói (em conjunto com o Cavaleiro das Trevas) a poder valer-se do rótulo cunhado por Eisner em, 1978, *Graphic Novel*, ou Novela Gráfica. Com este rótulo ficava claro tanto ao leitor quanto ao consumidor que não se tratava de apenas uma história em quadrinhos, e sim de um novo tipo de forma de se contar uma história densa.

Wolk (2007) salienta a passagem onde um dos heróis é fuzilado e morto por assaltantes depois que sua capa enrosca em uma porta rotatória de banco. Wolk (2007) também mostra que o herói solitário não consegue mudar em nada a estrutura do mundo, indo de encontro às todas as demais histórias do gênero, onde o herói não se contenta em salvar as pessoas próximas, mas, se necessário, é capaz de mudar o mundo com suas atitudes. No final da trama os autores do quadrinho mostram uma personagem mais complexa, mais literária do que se esperaria de uma história em quadrinhos de super-herói até então. Estaria ele certo e era um herói ou errado e portanto, era um vilão? Este tipo de argumento e idéia jamais se encaixaria na premissa anterior de super-heróis.

A partir dessas duas obras o mercado percebeu um novo nicho de leitores, e começou a investir em histórias mais densas, mais fortes e, portanto, mais adultas. Entre outras obras de super-heróis com esta temática podemos destacar a obra de 1988 *Animal Man* de Grant Morrison, que mostra um herói que só quer viver em paz com a família, mas não consegue aturar o que os homens fazem com o meio-ambiente; também de Morrison, e no mesmo período, encontramos *Doom Patrol*, que traz histórias surreais; *Moonshadow*, de JJ DeMatteis e Jon Mutt, que traz um “conto de fadas para adultos”, segundo seu anúncio, entre outros.

Em 1988 tem início a mais longeva das histórias em quadrinhos para adultos do período: *Sandman*, de Neil Gaiman. Nesta série o autor reformula uma antiga e um tanto esquecida personagem da *DC Comics*. *Sandman* acaba por virar sucesso comercial. O motivo, nas palavras de McCabe (2008 p.13) é que

as histórias de Neil Gaiman sempre cruzaram fronteiras. Aquelas entre a vida e a morte, entre realidade e sonho, entre masculino e feminino e entre homens e deuses. Suas histórias assumem formas que se recusam a seguir padrões rígidos de gêneros ou mídias.

A série *Sandman* apresenta o perpétuo *Sonho*, uma espécie de divindade maior que as divindades, responsável pela capacidade do ser humano de sonhar. A partir desta premissa o autor

apresenta os demais irmãos de *Sonho*, os outros seis *Perpétuos: Destino, Morte, Destruição, Desejo, Desespero e Delírio*. Estas entidades fazem, na história de Gaiman, parte da vida de cada ser humano, e podem ou não influenciar os destinos de cada ser.

Ganhadora de inúmeros prêmios, a série teve ao todo 75 exemplares, que ainda vendem centenas de milhares de exemplares atualmente, graças às reimpressões e reencadernações, ajudando a consolidar ainda mais a idéia de quadrinhos para adultos, chegando ao ponto de ajudar a criar um novo selo para vendagem deste tipo de histórias na *DC Comics*, o selo *Vertigo*. Neste selo há apenas quadrinhos adultos da editora, desenhados e escritos por uma série de profissionais. Quadrinhos como *Monstro do Pântano, Hellblazer, Y, Fables* ou *Promethea* são muito bem aceitos tanto no mercado norte-americano quanto no resto do mundo.

Porém, mesmo com esta visão mais adulta, as obras continuam inseridas no binômio produção/consumo assim como estão também inseridas no contexto de *merchandising* que todas as demais histórias de super-heróis sempre tiveram. Além dos filmes de longa-metragem produzidos, várias destas obras rendem mercadorias diversas, desde bonecos articuláveis à imãs de geladeira e camisetas. Não podemos, então, esquecer que quadrinhos são artigos de consumo, não importando se são cômicos ou heróicos, tiras ou revistas, impressos ou *online*. São a produção e a reprodução técnica que os criam e os promovem.

No Brasil, a partir da segunda metade da década de 1990, os títulos começam a sofrer certa queda em suas vendas, ao mesmo tempo que diversificam-se as publicações nas bancas de jornais, com revistas semanais e mensais de diversos tipos e públicos. Assim, a banca de jornal deixa de ser o principal fomentador do mercado de quadrinhos, abrindo caminho para a entrada das lojas especializadas neste tipo de publicação, tal qual nos Estados Unidos.

As lojas especializadas, no Brasil, existem em praticamente todas as capitais, ainda que seja um mercado pequeno e muito segmentado. Assim, elas não conseguem promover e ampliar seu leque de consumidores, tendo dificuldade em ampliar o mercado. Na década de 1990, tentou-se instalar no Brasil novos títulos de histórias em quadrinhos, como, por exemplo, títulos europeus. No entanto, apenas revistas de Mauricio de Sousa e de Super-heróis mantiveram-se. E, ainda que a *Turma da Mônica* tenha se mantido estável ao longo dos anos, tendo inclusive um aumento em sua tiragem, os quadrinhos norte-americanos de super-heróis tiveram suas tiragens muito diminuídas.

Na virada dos anos 2000 foram criadas diversas tentativas de manter o mercado aquecido, ao mesmo tempo que tentava-se criar uma espécie de grupo colecionador. As revistas em quadrinhos de super-herói, na época capitaneadas pela editora *Abril*, começaram uma iniciativa de aumentar o preço de capa, ao mesmo tempo que compensava na melhoria do papel e do número de páginas em cada edição.

A editora não obteve sucesso, haja vista que, para o público consumidor no ano 2000, pagar R\$ 10,00 por uma revista era muito. A editora ainda tentou voltar atrás, mas enfim desistiu dos direitos das duas principais editoras norte-americanas: *Marvel* e *DC Comics*, que a partir de 2002 foram para a editora multinacional *Panini*, de origem italiana.

Paralelo a isto, modestamente os quadrinhos começaram a ser vendidos em livrarias, com edições não mais em papel de polpa, mas sim com capas duras e muito luxo. Produtos, enfim, destinados aos colecionadores. E junto com este público, veio a diversificação do produto. Pode-se, a partir da primeira metade do século XXI, investir na produção de histórias em quadrinhos que não encaixavam-se no gênero de super-heróis ou cômicos. Começou neste período o consumo de inúmeros gêneros de quadrinhos, apoiados na diversificação do público e na segmentação de mercado.

E é a partir do início do novo século que os mangás entram com força no mercado brasileiro. Há praticamente uma “febre” pelos quadrinhos oriundos do mundo nipônico no Brasil. Várias editoras começam publicar este tipo de histórias em quadrinhos, ao mesmo tempo que um público crescente de jovens começa a se interessar pelas temáticas e pela estética japonesa na arte dos quadrinhos.

Percebendo este mercado, a própria empresa Mauricio de Sousa lançou, em agosto de 2008, um produto voltado ao público jovem e com gosto pela tendência japonesa de quadrinhos: a *Turma da Mônica Jovem*. Como colocado na capa das primeiras revistas, “Em estilo mangá”, ou seja, apropriando-se da estética nipônica de quadrinhos.

Na semana de seu lançamento, 57% das revistas foram compradas, obrigando a editora Panini a fazer mais tiragens, e aumenta-la para as próximas edições. Seriam feitas 80 mil revistas, porém, ao final do segundo número, este valor foi aumentado para 230 mil exemplares, e posteriormente, a partir da edição 4, para 375 mil exemplares, mostrando que há público leitor no Brasil, e que quadrinhos ainda podem render muita produção e gerar muito consumo.

As dificuldades, entretanto, são muitas. Mauricio de Sousa é uma grande empresa, com vários funcionários e uma repercussão de 50 anos. Isso, naturalmente, não ocorre com um pequeno produtor de histórias ou tiras em quadrinhos que está começando sua produção atualmente. Para estes, como para Dahmer, a saída pode ser colocar suas histórias na internet. A saída pode ser virar um *webcomic*.

Aliado a esta característica, devemos perceber também que houve um aumento exponencial na utilização do computador em todas as áreas do conhecimento e cultura, com este aumento, mais indivíduos interessaram-se pelo uso da máquina computacional, resultando em maior conhecimento da ferramenta por parte de usuários não especializados.

Muitos destes usuários são também quadrinistas, que, quando interessados em criar quadrinhos, podem e valem-se desta ferramenta não só para agilizar o processo de criação e produção das histórias em quadrinhos mas também como forma de divulgação, por meio da internet.

## 2. HISTÓRIA DOS WEBCOMICS

### 2.1 ANTES DO NAVEGADOR

Os *webcomics* surgem antes da chamada internet comercial, cujo potencializador é o navegador de internet, ou *browser, software* cuja finalidade é a navegação pelas páginas da internet. Ainda que diversas possibilidades de quadrinhos e computador já tivessem sido exploradas, tal qual a pintura computadorizada ou a criação dos quadros por meio do computador, estas técnicas apenas valorizavam ou barateavam o processo de um produto já existente: as histórias em quadrinhos impressas. Segundo Campbell (2006), a origem dos *webcomics* vem da necessidade dos indivíduos de expressarem-se graficamente e não apenas textualmente. O autor assegura que os quadrinhos ou cartuns *online* nasceram em uma discussão também *online* entre alguns técnicos da *Carnegie Mellon University* entre 17 e 19 de setembro de 1982. Estes técnicos tentaram desenvolver uma maneira de explicar, textualmente, senso de humor ou estado de espírito. Após algumas considerações definiram os símbolos (atualmente chamados *emoticons*) “:-)” para representar alegria ou humor e “:-(” para representar descontentamento. Os *emoticons* são cartuns feitos com os recursos existentes na época, como podemos ver no diálogo abaixo, fornecido por Campbell (2006, pg. 10).

17-Sep-82 10:58 Neil Swartz at CMU-750R Elevator posts

Apparently there has been some confusion about elevators and such. After talking to Rudy, I have discovered that there is no mercury spill in any of the Wean hall elevators. Many people seem to have taken the notice about the physics department seriously.

Maybe we should adopt a convention of putting a star (\*) in the subject field of any notice which is to be taken as a joke.

17-Sep-82 14:59 Joseph Ginder at CMU-10A ( \*%)

I believe that the joke character should be % rather than \*

17-Sep-82 15:15 Anthony Stentz at CMU-780G ( \* %)

How about using \* for good jokes and % for bad jokes? We could even use \*% for jokes that are so bad, they're funny.

17-Sep-82 17:40 Keith Wright at CMU-10A \*%&# \$ Jokes!

No, no, no! Surely everyone will agree that “&” is the funniest character on the keyboard. It looks funny (like a jolly fat man in convulsions of laughter). It sounds funny (say it loud and fast three times). I just know if I could get my nose into the vacuum of the [cathode-ray tube] it would even smell funny!

17-Sep-82 17: 42 Leonard Hamey at CMU-10A {#} (previously \* )

A detailed (i.e. > 1 minute) study of the aesthetic and pictographic effects of the

characters available in the ASCII set has led to the following suggestion:

I think that the joke character should be the sequence {#} because it looks like two lips with teeth showing between them. This is the expected result if someone actually laughs their head off. An obvious abbreviation of this sequence would be the hash character itself (which can also be read as the sharp character and suggests a quality which may be lacking in those too obtuse to appreciate the joke).

18-Sep-82 20:40

Guy Steele at CMU-IOA ! Joke markers again

I hope everyone realized that my previous remark about non-use of joke markers was a joke, and was flagged as such by the absence of a marker. This message is not a joke, as indicated by the exclamation point.

19-sep-82 11:44 Scott E Fahlman :-)

From: Scott E Fahlman <Fahlman at Cmu-20c>

I propose that the following character sequence for joke markers:

: -)

Read it sideways. Actually; it is probably more economical to mark things that are NOT jokes, given current trends. For this, use

: - (

Alguns anos depois, com a rede internet mais capilarizada pelos Estados Unidos, porém antes da revolução da invenção do *browser*, por volta de 1992, usuários já poderiam fazer o *download* de histórias em quadrinhos por meio de alguns endereços na *usenet*. Campbell (2006) revela que, por volta de 1995 e com o protocolo *Gopher*, um índice hierárquico da Internet do período, mais quadrinhos foram sendo colocados e lidos por usuários. No entanto, com o hipertexto de Tim Berners-Lee e o *Mosaic* de Marc Andreessen houve uma marcante diferença na maneira como estas histórias eram apresentadas. Pela primeira vez o usuário poderia ler a história em quadrinhos *online*, sem precisar baixá-la para o armazenamento interno de seu computador, ou lê-la antes de decidir pelo *download*. Os primeiros *webcomics*, porém, decidiram permanecer no protocolo *Gopher* e, com isso, foram extintos junto com ele.

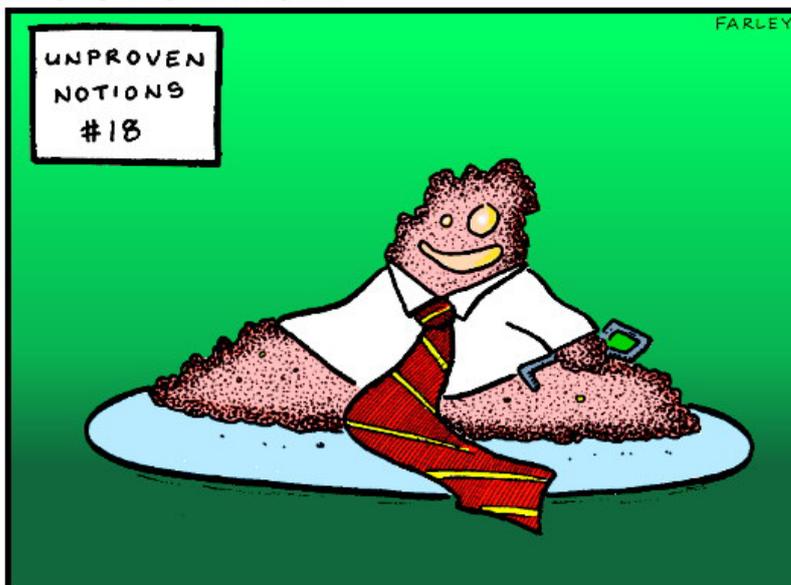
## 2.2 APÓS O NAVEGADOR

Em 24 de setembro de 1993, já com o *browser Mosaic* sendo utilizado, David Farley publicou a primeira tira do *webcomic Doctor Fun*, uma tira de apenas um painel com idéias aleatórias oriundas da mente do autor, sem nenhuma conexão com tiras anteriores ou com personagens fixos, como vemos na figura 17. Este trabalho foi muito comparado ao de Gary Larson em seu *The Far Side* na revista *New Yorker*. Para Allen (2007), a principal diferença,

e que até hoje permeia os quadrinhos *online* é a falta de um editor. David Farley tinha toda a liberdade para escrever. Larson por vezes sofria algum impedimento em suas idéias mais arrojadas. Isso pode ser visto como uma das possibilidades interessantes encontradas pelos quadrinistas para que estes desenvolvessem seu trabalho na internet e não em algum *syndicate*, jornal ou revista.

## DOCTOR FUN

9-24-93



© Copyright 1993 David Farley. World rights reserved.  
This cartoon is made available on Usenet for personal viewing only.  
dgff@midwaychicago.edu  
Opinions expressed herein are not those of the University of Chicago.

Clothes make the Spam.

Figura 17. Clothes make the Spam

Fonte: FARLEY, David. Doctor fun in: <<http://www.ibiblio.org/Dave/Dr-Fun/df9309/df930924.jpg>> acesso em 11 de novembro de 2009

Também em meados de 1993 surgiu a tira *Netboy*, de Stafford Huyler. Este cartunista foi o primeiro a publicar tiras em formatos impossíveis de imprimir, anos antes do conceito formulado por Scott McCloud (2006) de Tela Infinita. Eram tiras experimentais e que desafiavam o leitor, ainda que em seu início fossem mais tradicionais, como vemos na figura 18.



Figura 18. Compatibility is for cowards

Fonte: HUYLER, Stafford. Netboy in: <[http://lambiek.net/artists/h/huyler\\_stafford/huyler\\_netboy2.jpg](http://lambiek.net/artists/h/huyler_stafford/huyler_netboy2.jpg)> acesso em 11 de novembro de 2009

A tira *Jax & Co.*, de Mike Wean foi, segundo Campbell (2006) a primeira a ter a mudança de página em sua própria interface, bem como Charley Parker com sua tira *Argon Zark* usava diversas programações, tipos de arquivos e formatos de paletas de cores, como percebemos na figura 19.

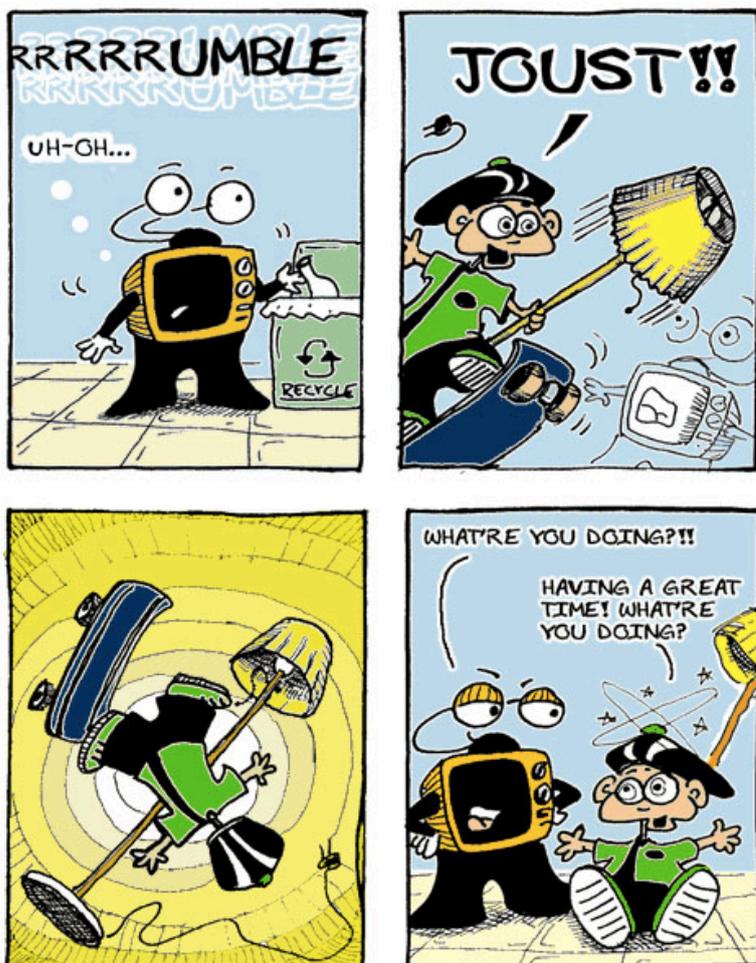


Figura 19. Skateboard.

Fonte: WEAN, Mike. *Jax & Co.* in: < <http://www.shadowculture.com/jaxco/jax1/1a.gif>> acesso em 11 de novembro de 2009

Em 1994, de acordo com Franco (2008), Don Simpson criou seu personagem *Megaton Man*, e em fevereiro de 1995 o *website Art Comics Syndicate* entra na *web*.

Estes primeiros quadrinhos *online* eram em geral autobiográficos e centrados na vida universitária, com metalinguagens acerca da própria internet e o modo de vida dos acadêmicos ligados à tecnologia e computadores. Além disso, seu principal público, no período, eram os próprios colegas, acadêmicos de áreas afins e pessoas ligadas ao mundo da informática, que não era nem tão difundida e nem tão interessante quanto atualmente para a maioria dos indivíduos. A já citada tira *Netboy* tinha o slogan “*comics for the Hard Core Geek*”, ou seja, provavelmente suas piadas somente seriam entendidas por pessoas que conhecessem aqueles códigos derivados

da vida permeada de computadores. Interessante notar também que, até 1999, aparentemente nenhum desses cartunistas tinha conhecimento dos demais.

Outra característica era que, mesmo com toda inovação produzida principalmente por Huyler, Parker e Wean, as inspirações continuavam sendo os quadrinhos impressos. Talvez principalmente pelo fato do leitor ter se acostumado com a leitura impressa. A troca ou incremento das funções de uma história em quadrinhos parece não ter sido, de imediato, assimilada pelos leitores. Ademais, os próprios artistas eram contumazes leitores de quadrinhos impressos, gerando maior vínculo com a mídia impressa. As principais diferenças, ainda segundo Campbell (2006) em relação aos *syndicates* norte-americanos eram o arquivamento gratuito, a publicação instantânea e a participação da audiência. Três características que permeiam e que são definitivas no estudo dos *webcomics*.

### 2.3 NOVA GERAÇÃO DE WEBCOMICS

Campbell (2006) destaca o dia 25 de Agosto de 1997 como início de uma nova geração de *webcomics*, com *Sluggy Freelance*, de Pete Abrams (figura 20).

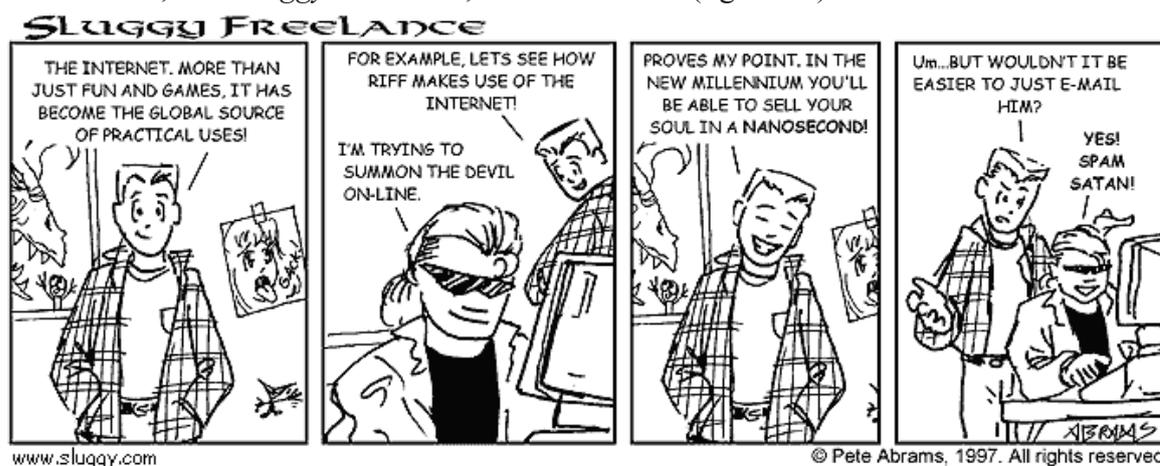


Figura 20. The internet is more than just fun and games.

Fonte: ABRAMS, Pete. *Sluggy Freelance*. in:< <http://www.sluggy.com/images/comics/970825a.gif>> acesso em 11 de novembro de 2009

A internet dá mais liberdade ao autor (e aos personagens) do que um jornal ou livro. Esse tipo de liberdade gerou, anos mais tarde, animações como *Southpark* ou *Family Guy*. Interessante que Abrams foi o primeiro webcartunista que conseguiu sobreviver apenas dos seus quadrinhos, graças ao *merchandising*, edições impressas e propagandas em seu site. Outra tira importante, de 17 de novembro de 1997 foi *User Friendly* de JD Frazer, que satirizava o mundo nerd e os computadores. Neste *webcomic* as tiras na página apareciam aleatoriamente, enfatizando sua homogeneidade. A tira foi considerada um novo *Dilbert*, ainda que seus personagens não fossem tão elaborados, como mostra a figura 21.

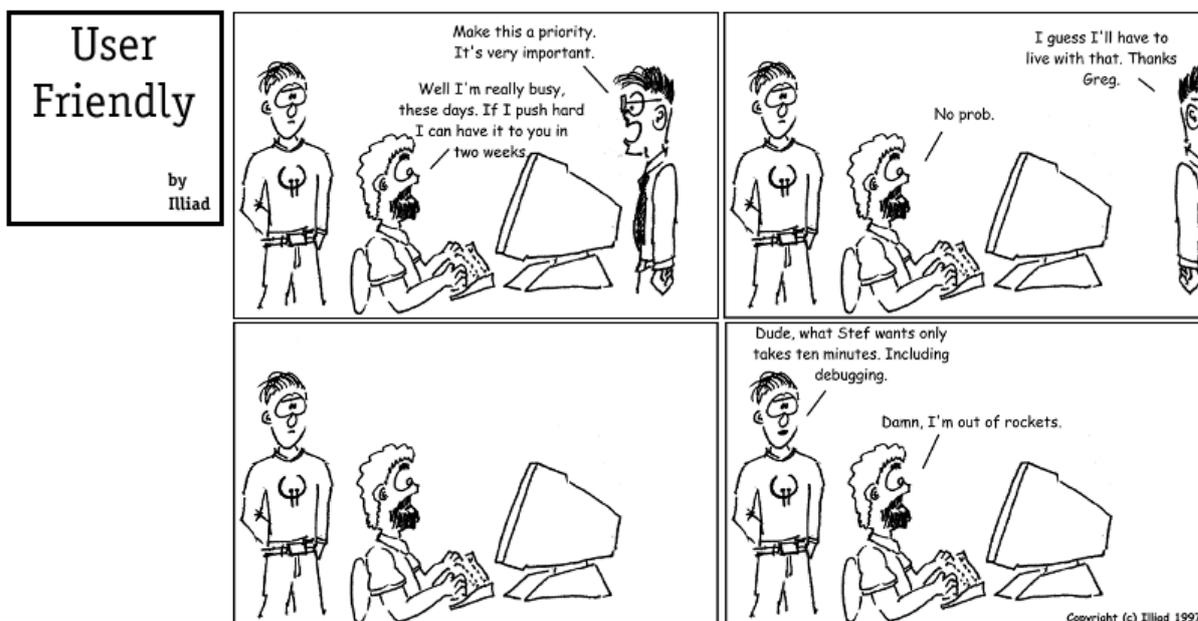


Figura 21. Priority

Fonte: FRAZER, JD. User Friendly. in: < <http://www.userfriendly.org/cartoons/archives/97nov/uf13b471.gif>> acesso em 11 de novembro de 2009

Entre 1998 e 2002 *User Friendly* e *Sluggy* competiram como o título mais popular dos *webcomics*. Ambos os autores tinham *feedback* dos leitores. Frazer já *blogava* antes mesmo do termo ter sido inventado, e Abrams deixava seu e-mail, *message board* e até usava *chat* próprio para conversar com leitores. Frazer começou a ter problemas com pessoas que usavam suas tirinhas em seus próprios sites, mas apenas apontando o endereço do servidor de Frazer, fazendo o tráfego aumentar muito, além do visitante da outra página não ver os anúncios que Frazer colocava em suas páginas. Assim, ele pedia para os leitores não utilizarem suas tiras.

Em 4 de maio de 1998, iniciou-se a tira *PVP*, de Scott Kurtz. Kurtz fez modelos dos personagens, o que acabou virando uma tirinha com desenhos sempre iguais, e vários cartunistas utilizam este recurso até hoje.

O mesmo acontece com nosso objeto de estudo, os *Malvados*, de André Dahmer, que também faz modelos digitais dos desenhos dos personagens para sua reutilização apenas alterando uma ou outra característica, como o levantar de um braço ou a mudança de um aspecto facial. Outro ponto idêntico ao de Dahmer foi o fato de ambos terem compêndios de suas histórias lançadas de forma impressa alguns anos depois de sua popularização na rede. Torna-se necessário ressaltar que ambos os cartunistas não criam nenhuma tira para a produção impressa, concentrando-se em compilar as melhores para o lançamento no papel.

Em 18 de novembro de 1998, Jerry Holkins e Mike Krahulik lançaram *Penny Arcade*, uma tira sobre sua obsessão com video-games. Os personagens ficaram sem nome por seis meses. No final os autores colocaram nos seus personagens seus nomes de avatar, criando, com isso, uma tira autobiográfica. A tirinha só possuía realmente esses dois personagens e só funcionava com pessoas que conhecessem games. Um leitor comum provavelmente não

entenderia as piadas. No caso de *Penny Arcade*, como em muitos outros, o consumo das tiras não estava associado necessariamente a elas, e sim a um elemento externo, neste caso, os jogos de computador. Produção e consumo são sutilmente alterados uma vez que para entender a tira não é necessário apenas lê-la. É necessário jogar o jogo que os autores referem-se na história. E os jogadores/leitores lêem a tira porque se identificam com os protagonistas gamers, tornando-se leitores/jogadores.

Em 14 de agosto de 2000 foi criado *MegaTokyo*, que vemos na figura 22, por Rodney Caston e Fred Gallagher. *MegaTokyo* tinha mais história que os *webcomics* anteriores. Eles utilizavam os arquivos para que os fãs pudessem compreender a história completa, formando grandes arcos, ou seja, histórias maiores, necessitando maior comprometimento do leitor em seu acompanhamento. Os dois autores brigaram por razões artísticas e Gallagher começou a escrever e desenhar a série.

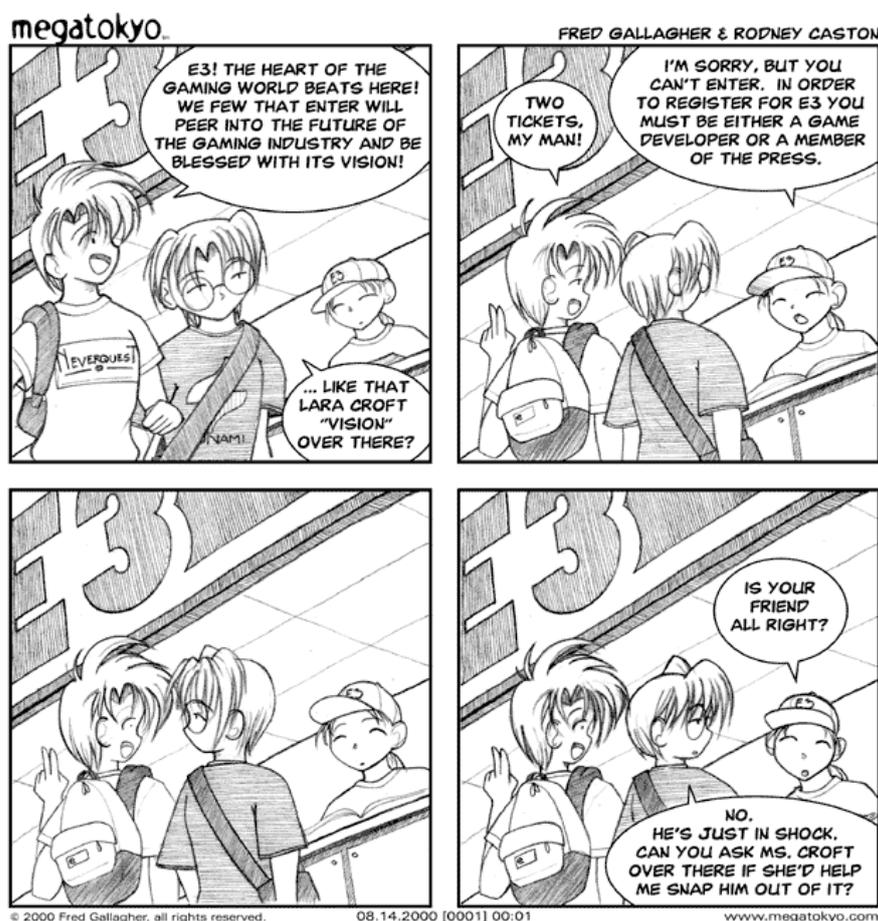


Figura 22. Shock.

Fonte: CASTON, Rodney & GALLAGHER, Fred. *Megatokyo* in: < <http://megatokyo.com/strips/0001.gif> > acesso em 11 de novembro de 2009

## 2.4 AGREGADORES

*Webcomics.com* foi o primeiro servidor para *webcomics*, mas *Big Panda*, segundo Campbell (2006) foi muito mais bem sucedido. A ideia de “portal” era boa, mas havia tantos

que o mercado não foi capaz de absorver. O *Big Panda* era um “vortal”, ou portal vertical, sobre apenas um assunto: *webcomics*.

Com o vortal, o leitor tinha, com apenas poucos cliques, uma variedade incrível de histórias, personagens e enredos. A apropriação dos quadrinhos pelo leitor modifica-se no momento em que não se vai consultar apenas um *website*, e sim um portal com vários *websites* afins. A relação entre produção e consumo altera-se no momento em que se parece com o modelo tradicional, físico, das distribuições de quadrinhos, que Allen (2007) explica ser um modelo no qual as principais editoras norte-americanas (*Marvel Comics*, *DC Comics*, *Image Comics*, *Dark Horse Comics* e *Wizard Comics*) licenciam suas revistas a apenas uma distribuidora, a *Diamond*, que revende às lojas especializadas ou pontos de venda. As editoras menores, neste modelo de negócio, não têm acesso ao grande público consumidor, uma vez que sua distribuição não consegue capilarizar por todo o território abrangido pela *Diamond*.

A internet poderia ser vista como uma saída para estes pequenos produtores de quadrinhos, que no período poderiam verter seus trabalhos para o mundo digital. Porém, a maneira de trabalhar do *Big Panda*, tal qual a *Diamond*, não deixava quadrinhos menores prosperarem. Então Chris Crosby fez o *Keenspot.com*. Com este modelo, os webcartunistas seriam remunerados pelos seus quadrinhos *online*. *Keenspot* pagava seus cartunistas com 50% dos lucros obtidos na publicidade do site, descontados os custos. Segundo Allen (2007), o *website* tinha cerca de 2,5 milhões de leitores e 70 milhões de pageviews. Com o tempo, *Keenspot* virou *ComicGenesis* e atraiu tantos cartunistas que nem os custos de hosting os afastavam. Importante ressaltar que neste período os quadrinhos que geravam maior visita geravam também maior utilização do servidor, o que fazia com que suas hospedagens, ou hosting, fossem mais caras que daqueles que não geravam tanto tráfego.

Com isso, um modelo de negócios instalava-se mais concretamente. Assim como em uma revista com maior tiragem há mais utilização de insumos, na internet o mesmo acontece. Quanto maior a “tiragem”, ou seja, quanto maior o acesso da tira *online*, maior seu custo de manutenção. Além disso, tal qual uma revista que tem que viajar milhares de quilômetros e pode chegar avariada em seu destino devido à distância percorrida, na internet temos os problemas relativos à superlotação de acessos do servidor. Há um limite de acessos simultâneos em qualquer servidor, em qualquer *website*. Quanto mais próximo deste limite, mais difícil será o tráfego, mais lento ficará, para o usuário final, a página visitada. Caso uma tira se torne muito popular sem o devido acréscimo de banda de conexão, ela se tornará, para os leitores, lenta. Este processo, principalmente no início da internet, período no qual os custos eram mais altos, chegou a inviabilizar determinados investimentos e, notadamente, alguns *webcomics*.

Também houve a crise da internet em 2000, que fez o *Keenspot* entrar “no vermelho” um ano depois, fazendo com que, por dezoito meses, nenhum cartunista recebesse nada. Em 2002 todas as maiores companhias de entretenimento e comunicação começaram a cobrar por alguns serviços, e assim o site *Modern Tales* pôde se desenvolver, com uma proposta semelhante ao *Keenspot*, porém limitada. Apenas 30 *webcomics* faziam parte do portal gerando

uma segregação ainda maior. Neste momento, apenas poucos artistas podiam ser lidos por uma multidão de pessoas. A distribuição continuou segmentada, tal como nas revistas impressas.

Mesmo com os pagamentos, no entanto, os cartunistas recebiam pouco, e apenas alguns recebiam uma quantia interessante, tanto pela *Modern Tales* quanto pelo *ComicGenesis* (que em 2002 foi vendido para Mark Alessi<sup>8</sup>), o que inviabilizou os *webcomics* enquanto negócio, voltando, para a maioria dos seus escritores, a ser apenas um passatempo, apenas uma atividade sem vistas à remuneração.

Atualmente temos vários agregadores, porém a idéia de “agregadores” de *webcomics* ampliou-se para o desenvolvimento do quadrinho aliado à idéia de rede social, fóruns de discussões e divulgadores. Na internet atualmente a maior dificuldade é a da promoção. Esta preocupação é tão grande que a “encontrabilidade”, ou seja, a capacidade de ser encontrado na miríade de páginas lançadas diariamente na internet, tornou-se a maior preocupação de todas as empresas e pessoas que desejam manter uma página na rede.

Paralelo ao desenvolvimento de ferramentas sociais, tais como *Orkut*, *Facebook* ou *MySpace*, foram desenvolvidas formas de utilizar tais ferramentas como estratégias de promoção e venda de produtos e serviços. Com isso, o criador de quadrinhos teve que deixar de ser apenas desenhista e roteirista. Teve que ampliar seus conhecimentos até o status de desenvolvedor, ou seja, além de criar seus quadrinhos, tem que ser capaz de divulgá-los, promovê-los e torná-los vendáveis aos leitores.

Para Horton & Romero (2008), as principais ferramentas para o desenvolvedor de *webcomics* atualmente são *websites* como *ComicGenesis*, *ComicSpace*, *DrunkDunk*, *LiveJournal* e *ClickWheel*. Há também, como já dissemos, outras redes sociais que podem ser adaptadas pelo criador do *webcomic*, como *Orkut*, *MySpace*, *FaceBook* entre outras.

No Brasil há poucos *websites* agregadores de quadrinhos. Franco (2008) analisou em sua obra o extinto *CyberComix*, pertencente, em sua origem, ao grupo ZAZ, que mais tarde virou o grupo Terra. Este *website* teve sua estréia em 1997 e contava com grandes nomes do quadrinho brasileiro como Laerte, Adão, Orlando Pedrosa, Spacca e Gonsales além de alguns iniciantes como Tom B. e Mário AV. *CyberComix*, entretanto não resistiu ao “estouro da bolha” da internet e fechou no final de 2002.

Atualmente há também o *Webcomix*, ([www.webcomix.com.br](http://www.webcomix.com.br)) no ar desde primeiro de setembro de 2006, que promove apenas tiras e histórias em quadrinhos nacionais. Neste *website* os criadores de quadrinho têm à sua disposição um fórum para troca de informações, além da categorização não apenas das tiras, mas também dos artistas. Desta forma, o leitor pode encontrar mais trabalhos realizados pelo mesmo artista, além de uma breve biografia e forma de contato. Importante ressaltar que o agregador é mantido pelo portal *UAI*, do grupo *O Estado de Minas*. Assim, é necessário que o artista entre em contato com o responsável pelo portal antes de publicar seu conteúdo. Há, então, uma seleção de conteúdo e artistas por parte dos

8 Alessi é o fundador da ComicGen, uma das companhias de quadrinhos que rivalizava com *DC Comics* e *Marvel Comics*, embora nunca tenha realmente chegado perto da venda ou popularidade destas.

responsáveis pelo agregador.

Já o *Tiras Nacionais* ([www.tirasnacionais.blogspot.com](http://www.tirasnacionais.blogspot.com)) surgiu em 2005, quando o responsável pelo agregador, o usuário Andrews, começou a postar algumas tiras publicadas na internet, sem conhecimento ou permissão de seus autores. Naquele período, havia material dos quadrinistas Salvador, Joatan Dutra, Laerte, Cadu Simões e também André Dahmer, além de outros. Com o passar do tempo, o responsável pelo agregador entrou em contato com os responsáveis pelos *webcomics* e passou a mostrar as tiras indicando os *blogs* ou *websites* de origem, atraindo cada vez mais colaboradores, sendo que novos colaboradores estão sempre sendo inseridos no *website*. Ainda que não armazene as tiras (elas aparecem na página do *Tiras Nacionais*, mas na realidade estão hospedadas em seus servidores de origem) o serviço pode ser considerado agregador, pois para o leitor é uma forma de encontrar, em apenas um endereço, diversas tiras. Para o *webcartunista* também é interessante, pois é mais uma maneira de divulgar seu trabalho e seu *website*.

Há também o *Casa das Tiras* ([www.casadastiras.com](http://www.casadastiras.com)), cuja proposta é muito semelhante ao *Tiras Nacionais*, porém o conteúdo, ou seja, as tiras, ficam armazenadas no próprio *website*. Há, claro, o *hiperlink* que liga a tira ao *website* do autor, que promove, tal qual no *Tiras Nacionais*, seu trabalho para um público maior.

Há alguns mais, porém de menor expressão, tais como *Seu Cartum*, que também promovem os *webcomics* na rede. Estes, no entanto, estão ainda em estado incipiente, devido ou ao baixo número de tiras constantes ou à falta de algum cartunista mais importante no contexto da internet para dar o seu aval e atrair mais leitores ao *website*.

### 3. CARACTERÍSTICAS DOS QUADRINHOS

As histórias em quadrinhos estão, como vimos nos capítulos anteriores, presentes desde a criação e manutenção de uma cultura de massa. A linguagem dos quadrinhos possui características próprias, que se aproxima, ora se afasta das demais mídias de massa, como o cinema ou a televisão, o design gráfico ou as artes plásticas, por exemplo. Além disso, com a imprensa cada vez mais atuante, em determinado momento do século XVII, como nos fala Chartier (2002), a própria leitura de livros baratos e de consumo mais fácil torna-se padrão na Europa. Assim, os quadrinhos também utilizam-se das características da literatura.

Compreender a linguagem dos quadrinhos é mister para que possamos, nos quadrinhos de André Dahmer, analisar além daquilo que está escrito e desenhado. Compreender como o desenho se articula com o texto, a relação espaço/tempo na tira, como movimentos e cores conferem diferentes andamentos e dinamismos diferentes nas histórias, a mediação entre artista e leitor, permeado pela tela opaca de um computador que se interpõe entre estes agentes.

#### 3.1 ELIPSE TEMPORAL

Talvez a maior contribuição dos quadrinhos e sua principal força, a elipse temporal é a razão de existir arte sequencial a partir de elementos estáticos, quando as imagens e textos oriundos de quadros estáticos distintos constroem uma narrativa.

A elipse temporal nos quadrinhos utiliza-se do espaço denominado “sarjeta”, ou seja, o espaço existente entre dois requadros, entre dois quadrinhos. Esta seria, de acordo com Mendo (2008), o espaço a ser completado pela imaginação do leitor, espaço que liga o quadro anterior ao posterior, fazendo com que a história tenha uma sequência contínua. Para Cirne (1975, p. 41), cada hiato que separa a cercadura dos requadros praticamente representa uma elipse. Este corte, em si, já impõe ao leitor uma leitura de imagens “ocultas ou subentendidas pela narrativa”. Por outro lado, pode-se obter também interessantes surpresas temáticas com grande eficácia. Na sequência a seguir, cabe ao leitor compreender o caminho entre o quintal da casa onde estavam as personagens e o interior da residência, bem como imaginar o trajeto e suas peculiaridades.



Figura 23. Transição entre quintal e casa.

Fonte: EISNER, Will. *O nome do Jogo*. São Paulo: Devir, 2003. p. 18

Carrier (2000) explica que para entender uma história em quadrinhos, é necessário apreender o que aconteceu no quadrinho anterior ao lido para compreender o que acontecerá depois. Em uma narrativa quadrinizada, uma imagem pode parecer ambígua até ser vinculada ao quadro anterior ou posterior.

Para o autor de quadrinhos, criar a elipse não é apenas escolher o que não se vai mostrar entre um quadro e outro, mas também, como diz Quella-Guyot (1994), o que vai negligenciar “ao redor” da cena desenhada, ou seja, o que está fora do campo de visão do leitor, tal qual no cinema, com o fora de cena, ou mesmo na literatura, ou até na discurso oral, quando o autor decide omitir certas informações para obter melhor narrativa. O recurso de esconder ou mostrar determinada questão da história não é, de forma alguma, exclusivo das histórias em quadrinhos, e Beronã (2002) mostra que em qualquer tipo de narrativa a omissão tem um papel crucial na história contada. Para o autor, a história não existe e não pode existir sem ambos os atores: narrador e platéia. Narrativa é uma troca social que é comprometida se um dos lados é esquecido no momento de sua formulação.

McCloud (2005) ignora os quadrinhos de apenas um quadro. Para ele, este tipo de expressão não pode ser chamada de artes sequencial, uma vez que não constitui sequência. Duas imagens constituem uma narrativa, desde que sejam colocadas como uma sucessão, ou que o leitor as entenda assim. Nas histórias em quadrinhos, o leitor constrói e confirma a narrativa que faz sentido na história. A elipse de tempo aceitável entre duas imagens é explicitada pela capacidade ou não destas imagens representarem uma continuidade. As transições são possíveis porque o leitor está acostumado a ler o corpo do texto como narrativa.

O leitor procura, então, juntar ambos os quadros para formar uma linearidade. Para McCloud (2005), esta busca para “fechar” a narrativa, ou para “completá-la” vem da incapacidade humana de perceber toda a “realidade” existente. Assim, os seres humanos têm que completar as lacunas existentes, observar apenas as partes para perceber o todo, ainda

que haja uma percepção gestáltica existente pela própria diagramação da página ou desenhos da tira. McCloud (2005) chama este processo de conclusão. A conclusão é oriunda não só do processo mecânico da leitura, mas principalmente do processo cultural da leitura e apreensão da realidade existente. Os hábitos e modos de leitura são diversos nas diversas localidades do mundo ou, como salienta Munari (1968); são tantos quantos são os habitantes do planeta. A tentativa de compreensão será única para cada um dos leitores. Há, no leitor, além da função de receptor, de consumidor, a função de co-criador da obra. Para Chartier (1999) o leitor é produtor da obra e, portanto, cada obra tem dinâmica diferenciada de acordo com quem a lê.

O texto lido não tem apenas o sentido que o autor tentou passar. Todo leitor tem a liberdade de subverter aquilo que o escritor parece lhe impor. As restrições do leitor estão associadas muito mais as próprias regras da sua cultura do que as regras impostas pelo livro em si. Nos quadrinhos e, principalmente nas tirinhas, estas regras parecem ser ainda mais flexíveis. O tempo de leitura, tempo de reflexão e o resultado obtido na leitura da sarjeta é próprio de cada leitor, ainda que o autor possa evidenciar um aumento ou diminuição do tempo por meio também das sarjetas.

A sarjeta é a responsável pela essência dos quadrinhos. É na sarjeta que a imaginação humana capta duas imagens distintas e as transforma em uma única idéia. O leitor vale-se de seu repertório para concluir algo que não está nem desenhado e nem escrito, algo que está ausente, que permanece apenas no vácuo da sarjeta, como a capacidade do leitor de perceber que a personagem está ficando com sono, e que o último quadrinho representa o sonho dela. Os indicadores para esta percepção são, de certa forma, sutis, e o que deixa explícito o sono da personagem é justamente a experiência do leitor.



**Figura 24.** Passagem do tempo.

CREPAX, Guido. *Valentina de botas*. São Paulo: Conrad, 2007. p.20

A elipse é completada pelo leitor, segundo Quella-Guyot (1994), a partir da análise dos dois requadros: o anterior e o posterior, além da diagramação da página, que influencia graças a escolha do autor no que tange à disposição dos quadros para a leitura. Além disso, há também o ato de virar a página, que altera a percepção da elipse por parte do leitor, uma vez que há uma quebra muito maior no movimento de virada de página do que no movimento de passar os olhos de um quadrinho à outro. Eisner (2001) diz que o artista deve ter cuidado ao fazer a transição

das páginas, uma vez que este parece ser o momento onde o leitor pode abandonar o título. Para Eisner (2001), sempre é necessário colocar um elemento de suspense ao final de cada página, justamente para que o movimento conseguido por meio da elipse não se perca com o folhear da página.

Já Quella-Guyot (1994) considera que a arte do quadrinista é a arte da ruptura, da descontinuidade, é a arte de fazer o leitor acreditar que existe uma continuidade, mesmo que esta não esteja visualmente representada. O autor da obra de quadrinhos precisa criar um elo com seu leitor em que ele concorde e participe ativamente da leitura do quadrinho. Quella-Guyot (1994 p.37) afirma: “inúmeros autores se divertem com frequência ao se referir ao fato de leitores lhes falarem de imagens que eles nunca desenharam; o que não causa espanto, pois elas nascem da imaginação do leitor”, como na figura 25, onde Dahmer não desenha, entre o segundo e o terceiro quadrinho, o tempo gasto na frente do computador, tampouco a chegada da personagem ao bar. O leitor, porém, consegue imaginar ambas as situações.



Figura 25. Tira 518

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha518.gif>> acesso em 12/01/09

O tamanho da sarjeta, para Saraceni (2003) é menos importante do que o fato dela existir, e para ele é a ausência de elementos entre um quadrinho e outro, a divisão entre os quadros que é de suma importância. Prova-se esta afirmação quando percebemos histórias em quadrinhos onde apenas um risco separa um quadro do outro, como a tira de Bennett, que não possui nada além de uma linha separando um quadrinho do outro, como vemos na figura 26:

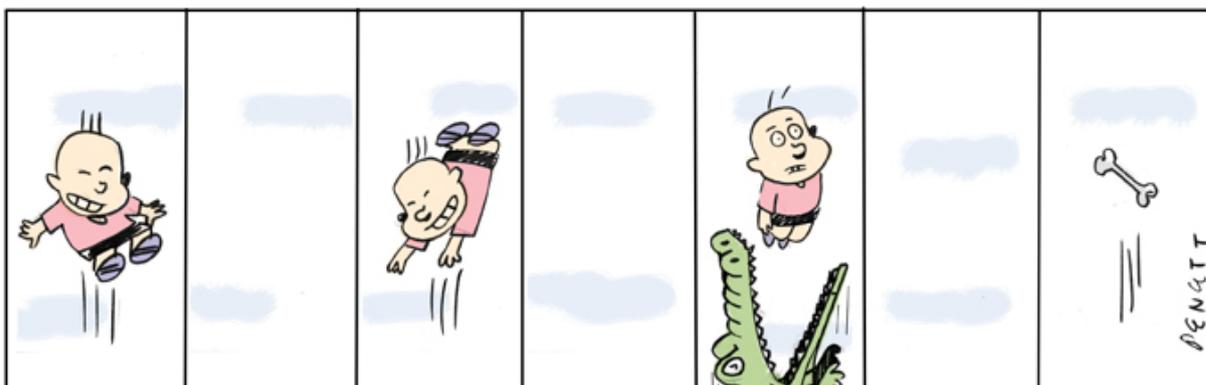


Figura 26. Jacaré

Fonte: GAZETA DO POVO Online in: <<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/charges/index.phtml?offset=188&offset=160&ch=Benett>> acesso em 20/07/09

Há também aquelas que não há sequer um risco, apenas um vazio entre um quadrinho e outro, como a de Sérgio Aragonés, a seguir. Mesmo não havendo uma demarcação clara indicando ao leitor onde está o final de um quadro e o começo de outro, este vazio é facilmente compreendido por qualquer leitor já habituado à leitura de quadrinhos de um modo geral.



Figura 27. Cimentando.

Fonte: ARAGONÉS, Sérgio. *Action Speaks*. EUA:Dark Horse, 2001. p.08

Pode-se inclusive inserir algo “dentro” da sarjeta, como faz André Dahmer, que em todas suas tirinhas insere o endereço *online* de seu *website* no espaço entre os requadros. Como o arquivo digital da tira é um elemento apenas, uma só imagem, ainda que composta pelos vários requadros, torna-se interessante para o autor no momento em que estas tiras são inseridas em outros contextos, outros *websites* ou publicadas. Assim o leitor sempre pode conhecer o endereço virtual das tiras que está lendo, como vemos na figura 28:



Figura 28. Tira 522

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha522.gif>> acesso em 12/01/09

Há, então, diversos tipos de transição. McCloud (2005) divide-as como transições momento-a-momento, onde obtém-se pouca conclusão, onde está tudo posto para o leitor, é quase explícita; transições ação-para-ação, onde há um único tema em progressão, efetuando uma ação óbvia; transições tema-para-tema, onde há um mesmo tema direcionando o pensamento do leitor, fazendo com que este reflita um pouco mais; transições cena-a-cena, onde o escritor direciona o leitor através do tempo ou do espaço, com distâncias significativas entre eles; transição aspecto-para-aspecto, onde são mostrados vários aspectos de um mesmo lugar, como se o leitor estivesse virando seu rosto e percebendo o lugar com um olho migratório; e por fim, as transições non-sequitur, onde é impossível para o leitor conectar os quadros.

McCloud (2005), porém, percebe que dificilmente haverá uma sequência entre quadros sem nenhuma ligação entre eles. Isto porque, mesmo que o escritor deseje algo sem conexão, a mente leitora vai tentar ligar os quadros, com resultados variáveis. Devemos lembrar que os elementos omitidos de uma obra são tão partes dela quanto os elementos explícitos. Nos dois quadros da figura 29, extraídos da história de Schaal intitulada *Opus I*, não há aparente conexão entre as imagens. O que gera a conexão que faz com que o leitor entenda a relação entre os quadros é o próprio leitor. O autor, entretanto, utiliza esta conexão da mente do leitor com intuito de gerar um final surpreendente. Neste caso, embora pareça que as personagens estão assistindo a um telejornal, e que a guerra nuclear havia sido deflagrada, na verdade era apenas um filme.



Figura 29. Explosão nuclear.

Fonte: SCHAAL. Opus I. in: Superalmanaque Astronauta 2. São Paulo: A, 1991. p.16

Os quadrinhos podem, então, ser aditivos, quando coloca-se mais quadros para compor a história, ou subtrativos, quando retiram-se quadros para que o leitor componha a história.

As transições podem ser percebidas também através das mudanças de tempo entre os requadros. Cirne (1975) percebe a mudança da transição espacial, recurso que o escritor utiliza para mover o leitor de um ponto da história para outro ponto no espaço. Há várias formas disto ocorrer, tais como a mudança de plano que revela uma nova imagem com legendas do tipo “enquanto isso...”, como podemos perceber nos quadrinhos de Goscinny e Uderzo. Aqui o leitor é remetido de um cenário (o acampamento romano) a outro (a vila dos irredutíveis gauleses). A forma encontrada pelos autores de explicitar isto ao leitor é com o recordatório acima do segundo quadrinho.



Figura 30. Mudança espacial.

Fonte: GOSGINNY, René & UDERZO, Albert. Asterix o Gaulês. Rio de Janeiro: Record, 2001. p.12

Outra forma que os autores podem utilizar é indicar o local da ação, como na figura 31, onde Millar e McNiven deixam claro a transição de espaço para o leitor. No primeiro quadrinho vê-se uma sala de controle de televisão. No próximo, uma cidade. Ambos os requadros possuem legendas que informam ao leitor a transição espacial que se dá no momento da narrativa.



Figura 31. Estúdio / externa

Fonte: MILLAR, Mark, McNIVEN, Steve & HOLLOWELL, Molly. Guerra Civil 1. São Paulo: Panini, 2007. p.2

Ainda outra forma de ocorrer a transição espacial é por meio do detalhe que se insere no meio de uma dada imagem ou sequência, como podemos perceber na sequência da história mostrada anteriormente, e que reproduzimos na figura 32. Cabe ao leitor perceber que a personagem está empunhando um binóculo no primeiro quadrinho e, no segundo, ele é deslocado para a ação mais próxima, graças ao detalhe gerado pelo binóculo.



Figura 32. Binóculos

Fonte: MILLAR, Mark, McNIVEN, Steve & HOLLOWELL, Molly. Guerra Civil 1. São Paulo: Panini, 2007. p.3

Há ainda a imagem que se completa com o plano precedente, o posterior, o superior ou inferior, como na figura 33, onde o rastro produzido pela personagem atravessa dois quadrinhos, proporcionando ao leitor a sensação de deslocamento no espaço.



Figura 33. Rastro

WOLFMAN, Marv & PEREZ, George. Crise nas Infinitas Terras. São Paulo: Abril, 2003. p.21

Também há a montagem alternada entre planos temporais simultâneos, unificados especialmente pelo balão que contém o mesmo discurso personagens diferentes, como no caso das televisões diferentes, em casas diferentes, mas com o mesmo balão, mostrando a distância espacial entre as casas.



Figura 34. Televisores.

Fonte: BARKS, Carl. Meninos Modernos. in: O Melhor da Disney - As Obras Completas de Carl Barks vol.2. São Paulo: Abril, 2004. p.140

E ainda podem existir dois ou mais planos que focalizam a mesma situação temática a partir de dois ou mais ângulos diferentes, como no diálogo da figura 35, onde ora uma personagem é o foco, ora outra.



Figura 35. Ângulos

Fonte: JOHNS, Geoff. JIMENEZ, Phil & LANNING, Andy. Crise Infinita 1. São Paulo: Panini, 2006. p.30

O autor percebe também a transição temporal, a mudança de plano que revela uma nova imagem com legendas do tipo “mais tarde”, “pouco depois” etc. e os planos de uma sequência cujo tempo ficcional não corresponda ao tempo da narrativa. Os artistas de quadrinhos utilizam-se destes recursos para desenvolver uma quebra no ritmo de leitura, avançando o leitor até o

próximo ponto de interesse da história, como percebemos na figura 36.



Figura 36. Mais tarde...

Fonte: DISNEY. Almanaque do Superpato. São Paulo: Abril, 1982. p.10

Por último, Cirne (1975) vê a transição espaço-temporal: o plano que indica uma mudança de lugar e tempo, como na figura 37, onde percebe-se o avançar da motocicleta, indicando mudança não só de tempo mas também de lugar, uma vez que esta movimenta-se na estrada.

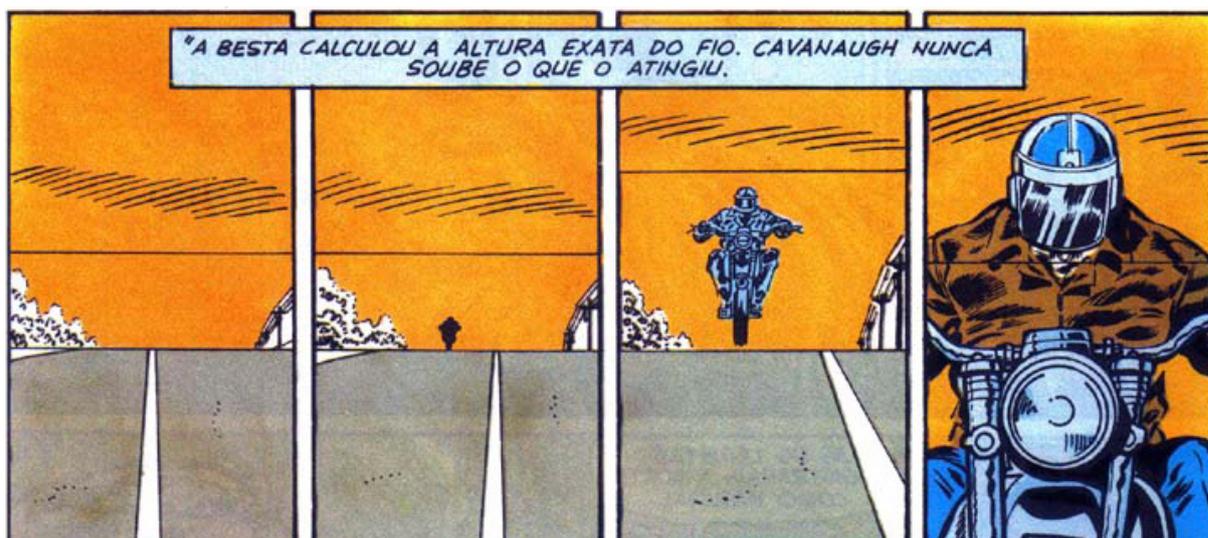


Figura 37. Espaço-tempo

Fonte: STARLIN. Jim & APARO, Jim. As dez noites da besta. São Paulo: Abril, 1989. p.13

Salienta-se também os planos que indicam uma ação paralela à temática principal de uma dada história ou ainda o corte que marca a passagem de uma realidade concreta para uma realidade abstrata na história, como no corte providenciado pela porta que vai aos poucos fechando a personagem antagonista, indicando um tempo não real, mas psicológico às duas personagens envolvidas.



Figura 38. Cerrando a porta

Fonte: STARLIN. Jim & APARO, Jim. *As dez noites da besta*. São Paulo: Abril, 1989. p.93

McCloud (2005) lembra que o escritor de quadrinhos tem que se preocupar com o nível de flexibilidade de interpretação do leitor. Quando a conclusão entre os quadros fica mais intensa, a interpretação do leitor parece mais flexível. Para McCloud (2005), quanto mais o autor de quadrinhos deseja ter efeito sobre o leitor, menores deverão ser as elipses. Entretanto, como explica Chartier (1999), este processo não determina a maneira que a leitura se efetuará, já que o leitor é produtor e condutor do processo de leitura e, portanto, possui liberdade muito maior do que a imposta ou imaginada pelo artista, que no máximo pode sugerir a maneira pela qual esta leitura se produzirá.

Outra questão, contrárias às idéias de McCloud (2005), são as histórias em quadrinhos de apenas um quadro. Nestas a elipse é maior ainda, uma vez que é necessário que o leitor compreenda a história sem um prévio conhecimento do acontecido, apenas com as indicações fornecidas pelo desenhista. Neste caso, o processo de criação do leitor é ainda maior, provavelmente gerando maior quantidade de interpretações. Para Carrier (2000), o leitor interpreta o que conhece, tanto relacionada ao universo da história em particular quanto da sua vida em geral, daí a popularidade da charge e da caricatura. O exagero e a sequência narrativa imaginada é o que conduz à comicidade ou ao entendimento da trama estabelecida naquele mínimo espaço temporal. Neste tipo de narrativa, o repertório do leitor é mais exigido que nas narrativas compostas de vários quadros. Na figura 39, apenas com prévio conhecimento da filosofia cristã se é capaz de compreender a piada.



Figura 39. Deus e Jesus

Fonte: SIEBER, Alan. *Últimas Palavras*. São Paulo: Opera Graphica, 2001. p.13

O mesmo pode-se dizer da figura 40, que só faz sentido quando o leitor compreende o que é o *Titanic* e qual seu destino histórico.



Figura 40. Titanic

Fonte: SIEBER, Alan. *Últimas Palavras*. São Paulo: Opera Graphica, 2001. p.18

Em ambos os casos, a narrativa completa-se na capacidade de compreensão do leitor e em seu conhecimento prévio de determinadas questões. A compreensão da piada, tomando como base as teorias de Chartier (1999), parece fazer-se mais graças ao leitor, e menos graças ao artista. As questões culturais são novamente entendidas como a forma pela qual os leitores compreendem determinado texto, seja ele em quadrinhos ou não.

### 3.2 REQUADRO<sup>9</sup>

Há, nos quadrinhos, uma divisão clara dos momentos em que se passa cada ação da história contada. Esta divisão é chamada de requadro. Para Ramos (2009), cada requadro condensa uma série de elementos da cena narrativa que, pela capacidade de agrupamento, possui grande grau informativo. No espaço de um requadro, o autor da história em quadrinhos constrói um recorte da realidade. O quadro é a unidade básica da história em quadrinhos. Quella-Guyot (1994) diz que cada requadro é a unidade mínima que forma o desenho completo, são momentos congelados da história, ainda que, segundo Saraceni (2003), raramente apresentem apenas um instante da história. O autor explica que o conteúdo do requadro pode representar mais de um instante da história a partir do momento que se desenrola um diálogo dentro dele. Um diálogo é mais longo do que o instantâneo de uma fotografia, por exemplo. O requadro pode ser visto como o instante pregnante da imagem, conforme Aumont (1993). Neste momento escolhido pelo artista, pretende-se passar a maior porção possível de informação ao leitor.

Cagnin (1975) explica que o requadro é normalmente um retângulo delimitado por linhas retas bem definidas, no entanto sua forma pode variar. Para o autor, existem histórias em que todos os quadrinhos são perfeitamente iguais, principalmente nas tiras diárias, onde seu tamanho é imposto pela diagramação do jornal. Já nas revistas próprias de quadrinhos esse formato pode variar, e podemos encontrar desde requadros irregulares, redondos, quebrados ou mesmo a ausência de requadros.

Sua forma e tamanho dependem muito da disposição orgânica da página em que eles estão inseridos, assim como a ordem hierárquica ou estética da composição da página como um todo e a carga dramática desejada pelo autor da história. O requadro quadrado na figura 41 faz com que o leitor perceba mais claramente a carga dramática que os autores desejaram imprimir na cena. Ao fazer um requadro de fundo vermelho e “quebrado”, faz-se uma natural analogia ao fato do herói estar sendo também “quebrado” por um vilão.

---

9 Usaremos a terminologia requadro em consonância com o termo adotado por Eisner (2001). Para referir-se ao mesmo elemento das histórias em quadrinhos, Carrier (2000), Mendo (2008) e McCloud (2005), por exemplo, utilizam a terminologia “quadro”, enquanto Saraceni (2003) utiliza “painel” e Quella-Guyot (1994) e Ramos (2009) utilizam “vinheta”, adotando o termo cunhado por Fresnault-Deruelle.



Figura 41. Herói quebrado.

Fonte: DIXON, Chuck, MOENCH, Doug, NOLAN, Graham & APARO, Jim. O fundo do poço. in: Batman 1. São Paulo: Abril, 1995. p.160

Esta carga dramática também pode ser aproveitada para dar destaque ao texto, como no caso da obra de Frank Miller, onde o requadro arredondado é utilizado para demonstrar ao leitor que ali está se passando uma mensagem televisiva. Interessante perceber que na solução encontrada por Miller, os balões não ficam dentro do requadro quando trata-se da televisão. É como se o leitor estivesse ouvindo o som por meio de auto-falantes televisivos, e não pela voz natural das personagens.

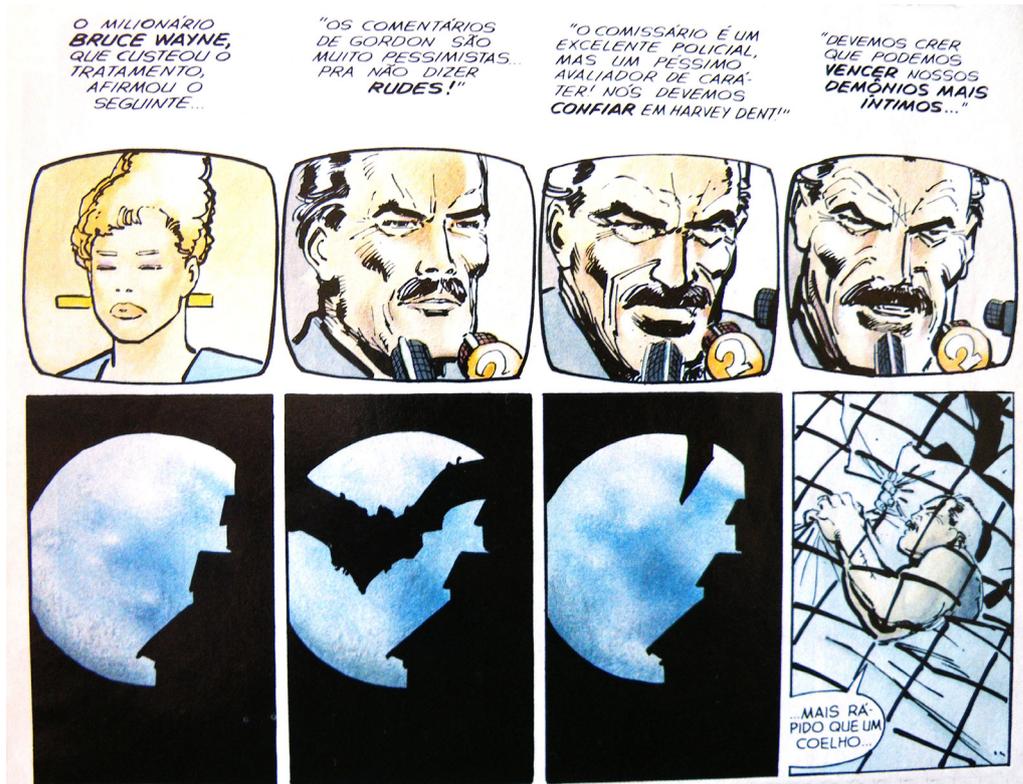


Figura 42. Televisão

Fonte: MILLER, Frank. *Batman: O Cavaleiro das Trevas*. São Paulo: Abril, 1997. p.11

No entanto, como salienta Eisner (2001), além da sua função principal de contenedor dos objetos e ações, o requadro pode também ser usado como parte de uma linguagem não verbal dos quadrinhos, podendo ser explorado tanto pelo autor, que escolhe as melhores maneiras de diagramação, quanto pelo leitor, que consegue ter múltiplas leituras graças à diagramação imposta. O requadro imposto por Crepax para sua história *Valentina*, presente na figura 43, por vezes desafia o leitor. Neste exemplo, percebemos que, graças à diagramação da página e ao uso dos requadros de maneira não usual, promove uma maior interação por parte do leitor, que vê-se compelido a compreender o que a personagem está lendo, e para isso tem que virar a página de ponta-cabeça, ou forçar-se a ler de um modo não convencional. Com isso, percebe-se a importância do requadro na leitura, que ajuda ou dificulta a compreensão do texto por parte do leitor. A saída encontrada pelo autor da história, de fazer o leitor ler “com os olhos” da personagem promove uma nova interpretação e nova interação entre leitor e personagem além de, neste caso, criar meta-linguagem, já que a personagem está lendo uma revista que muito se assemelha àquela que o leitor está nas mãos no momento desta leitura.



Figura 43. requadros irregulares.

Fonte: CREPAX, Guido. *Valentina* 66-68. São Paulo: Conrad, 2007. p.20

Eisner (2001 p.44) nos lembra que:

Por exemplo, requadros regulares com traçado reto, a menos que a parte verbal da narrativa o contradiga, geralmente sugerem que as ações contidas no quadrinho estão no tempo presente. O flashback (mudança de tempo ou deslocamento cronológico) muitas vezes é indicado por meio da alteração do traçado do requadro. O traçado sinuoso ou ondulado é o indicador mais comum de passado. Embora não haja nenhuma convenção do consenso universal para a expressão do tempo através do requadro, o “caráter” do traçado - tal como no caso de som, emoção ou pensamento - cria um hieroglifo.

André Dahmer, ainda que raramente, utiliza-se do recurso apontado por Eisner (2001), e transforma, na figura 44, seus requadros em traçados ondulados, para que o leitor compreenda que se trata de um sonho ou imaginação. Cabe ao leitor perceber se o sonho que a personagem está tendo é um sonho dormindo ou desperto, ou seja, sua imaginação. Esta construção do significado do requadro, abre espaço para a interpretação de individual de cada leitor.

### DA SÉRIE PROIBIDÕES DOS MALVADOS: SONHOS DE COROINHA



Figura 44. Tira 524

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha524.gif>> acesso em 12/01/09

O formato do requadro também pode ser utilizado como personagem, tal qual a câmera de Orson Welles em *Citizen Kane*<sup>10</sup>. Ele pode se tornar parte da história em si. O requadro pode expressar o clima emocional da história, ou a dimensão do som produzido pelas personagens, bem como contribuir para aumentar o envolvimento do leitor com a narrativa. Eisner (2001, p.46) salienta que “o requadro convencional, de contenção, mantém o leitor distanciado”. O uso, então, do requadro como elemento contador de histórias pode ajudar o leitor a adentrar melhor no clima e nas idéias da história contada, como no caso dos quadrinhos de Jaime Diaz, que além de proporcionar múltiplas leituras graças à sua forma arrojada de diagramação de página, também contribuía para que o leitor adentrasse na história, criando maior cumplicidade entre leitor e escritor, como podemos perceber na figura 45, a história *Pateta Faz História como Tutankamon*, onde o personagem da *Disney* imagina-se como o faraó do Antigo Egito e o requadro faz às vezes de um hieroglifo egípcio, ambientando ainda mais o leitor na história.

10 *Citizen Kane* ou *Cidadão Kane* é a obra máxima do cineasta Orson Welles. Lançado em 1940, o filme apresenta a história de um jornalista claramente inspirada na história de William Randolph Hearst e traz consigo o uso de câmera como principal aliado do diretor para contar sua história. Quando o protagonista aparece, por exemplo, as tomadas são feitas de baixo para cima, evidenciando o poder da personagem. Quando algum desafeto é filmado, ele é filmado de cima para baixo, mostrando a fragilidade da personagem. Assim, a câmera parou de ser apenas o olho do espectador para ser mais um elemento cênico pronto a contar a história.



Figura 45. Pateta Faz História

Fonte: DIAZ, Jaime. Pateta faz História 1. São Paulo: 1981. p.64

Para Eisner (2001), há uma quase infinita gama de possibilidades de utilização do requadro como auxiliar para enfatizar elementos da história. As únicas limitações efetivas do uso do requadro são as exigências da narrativa e as dimensões da página. Ainda segundo o autor, pode-se alterar o formato e o tratamento do requadro para lidar com as emoções do leitor, aumentando o envolvimento emocional na narrativa.

Jim Starlin e Bernie Wrightson tentam fazer com que seu leitor perceba a carga emocional da personagem *Batman* por meio do recorte quebradiço do requadro. A diagramação da página segue a postura psicológica da personagem no momento da história. O leitor depara-se então com uma tripla camada de dramaticidade: o texto, o desenho e a diagramação da página.



Figura 46. Requadro quebrado.

Fonte: STARLIN, Jim, WRIGHTSON, Berni & WRAY, Bill. O Messias 1. São Paulo: Abril. 1999. p.27

A ausência do requadro, por sua vez, implica um espaço ilimitado. Para McCloud (2005), pode haver inclusive a ausência da linha demarcatória do requadro, porém a falta desta linha não dificulta a leitura, pois o leitor é capaz de imaginar o contorno que não existe. Para Eisner (2001), este requadro nulo tem o efeito de abranger o que não está visível, ainda que tenha existência reconhecida. Neste caso, pode-se utilizar a página inteira como um metaquadrinho, fazendo dela uma unidade de contenção. O autor utiliza este recurso em um de seus mais premiados trabalhos, *Um Sinal do Espaço*, de onde foi extraída a figura 47:



**Figura 47. Ditador Mboobe.**

**Fonte: EISNER, Will. Um Sinal do Espaço. São Paulo: Abril, 1991. p. 54**

Outro aspecto importante na relação entre o requadro e a história é o apontado por McCloud (2005 p.99) como sendo o tempo. A duração do tempo e as dimensões do espaço são definidas não só pelo conteúdo do quadro, mas também pelo formato quadro em si. Para o autor “o quadro age como um tipo de indicador geral de que o tempo ou o espaço está sendo dividido (...) os requadros são nosso guia através do tempo e do espaço”. Existe uma relação entre o tempo apresentado nos quadrinhos e o tempo percebido pelo leitor, uma vez que a forma do requadro pode alterar a percepção do tempo. Um requadro maior faz o leitor perceber um tempo maior, uma pausa. Essa pausa normalmente é utilizada como recurso dramático, uma

vez que o leitor demora-se mais neste requadro, podendo constituir uma espécie de suspense até o próximo quadro, que pode ser para o leitor de quadrinhos impressos na próxima página, na continuação da mesma página ou mesmo na próxima edição, possivelmente dentro de um mês.

Para o leitor de quadrinhos na internet este próximo quadro está a um clique de distância. Este suspense pode ser percebido nos quadrinhos de Dahmer, onde o tempo mostra-se mais lento entre a legenda e a última fala da personagem ou nos requadros utilizados por Wolfman e Perez em *Crise nas Infinitas Terras*, que promovem um suspense entre um quadro e o seu seguinte.



Figura 48. Tira 187

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha187.gif>> acesso em 12/01/09



Figura 49. Precursora e Pirata Psíquico

Fonte: WOLFMAN, Marv & PEREZ, George. *Crise nas Infinitas Terras*. São Paulo: Abril, 2003. p.63

Ramos (2009) também informa que quanto maior o número de requadros para descrever uma mesma ação, maior a sensação de prolongamento do tempo e menor o tempo percebido em cada quadro, como percebemos em outro diálogo das mesmas personagens, na figura 50:



Figura 50. Máscara

Fonte: WOLFMAN, Marv & PEREZ, George. *Crise nas Infinitas Terras*. São Paulo: Abril, 2003. p.23

O aumento de número de quadros entre a máscara planar no ar e atingir o rosto da personagem parece fazer com que o momento demore-se mais. É criada uma sensação semelhante à câmera lenta do cinema, tal como nos explica Cirne (1975).

Para Quella-Guyot (1994), dois quadros bastam para mostrar o início e o fim de uma ação, cabendo ao leitor imaginar as fases intermediárias. Entretanto, quanto mais quadros incidentais o autor utilizar, maior será a impressão de lentidão. O mesmo podemos dizer, de acordo com McCloud (2005), que nos quadros sangrados<sup>11</sup> o tempo não é mais contido pelo fechamento do quadro. Assim, o leitor não tem a exata noção do tempo transcorrido, porém percebe que este tempo é maior do que o padrão, tal como a figura 51, que apresenta um requadro sangrando todos os demais existentes na diagramação, fazendo com que o leitor perceba a demora da personagem em transcorrer o percurso.



Figura 51. Heróis e Precursora

Fonte: WOLFMAN, Marv & PEREZ, George. *Crise nas Infinitas Terras*. São Paulo: Abril, 2003. p.141

<sup>11</sup> requadros que extrapolam a margem da página ou dos outros quadros.

Outro aspecto importante salientado por Ramos (2009) é o fato de que o requadro onde o leitor repousa os olhos é tido, na maioria das vezes, como sendo o presente da narrativa. O requadro anterior é percebido como o passado da mesma narrativa e o futuro será visto no próximo. Os quadrinistas então podem valer-se desta convenção e subvertê-la para obter um melhor efeito dramático ou um melhor efeito cômico, como faz André Dahmer em algumas de suas tiras. O efeito passado-presente-futuro se quebra, no momento em que o “vidente” da história altera o conceito do leitor para passado-futuro-presente, alterando de forma cômica a narrativa e transformando-a em piada.

### MESTRE BARBARÁ DAS NOTÍCIAS BOAS



Figura 52. Tira 998

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha998.gif>> acesso em 12/01/09

O requadro também é mais um elemento que foi gravemente afetado pela nova tecnologia computadorizada que passou a fazer parte da produção de quadrinhos a partir da década de 1990. Com ela, até os mais diferentes requadros podem ser feitos facilmente pelos *softwares* de manipulação de imagem, como o requadro da figura 53, que consiste em uma onomatopéia, criado por computador e que contribui com a carga dramática da história.



Figura 53. Boom.

Fonte: JOHNS, Geoff. JIMENEZ, Phil & LANNING, Andy. *Crise Infinita 1*. São Paulo: Panini, 2006. p.23

Cabe ressaltar, porém, que o processo de usar excessivamente o computador, por parte de desenhistas, diagramadores, coloristas etc, acabou por afetar negativamente também as formas das quadrinhos, principalmente aquelas feitas com maior necessidade de produção rápida. As páginas atualmente já vêm diagramadas, com os espaços para os desenhos dentro da página, ou seja, com os requadros já montados em um *software* informatizado. Ao abrirmos a maioria das revistas em quadrinhos produzidas atualmente,

percebemos facilmente a uniformidade dos quadros existentes e também dos desenhos, que podem contribuir negativamente para a criatividade de seus criadores e acabando por criar um certo aspecto tedioso para o leitor mais crítico, como podemos perceber na figura 54.



Figura 54. Quadrinhos iguais.

Fonte: BENDIS, Brian Michael & GAIDOS, Michael. Marvel Max 24. EUA: Marvel Comics, 2007. p.07

A tecnologia, então, pode influenciar a linguagem e a interpretação dos quadrinhos propostos pelos autores.

### 3.3 ENQUADRAMENTO E PLANOS

Nos quadrinhos, os planos pictóricos traduzem a distância entre o observador e a cena ou objeto. Para Cagnin (1975), estes enquadramentos trazem ao leitor informações conotativas, que variam de acordo com o plano e o ângulo escolhido pelo autor para contar a história.

Cagnin (1975) destaca nove planos utilizados pelos autores de quadrinhos. São eles: Grande Plano, Primeiro Plano, Plano Médio, Plano Americano, Plano Conjunto, Plano Geral, Plano em Perspectiva, Plano Plongé e Plano Contra-Plongé, que detalhamos a seguir:

**a) Grande plano, close-up ou zoom:** abrange parte do corpo de um personagem ou detalhe de um objeto. Para o autor, este plano constitui um dos tempos intensos da narrativa, além de fornecer ambientação de suspense, como no caso da figura 55, onde só é possível ver os pés da personagem, criando para o leitor aspecto de dramaticidade.



Figura 55. Sapatos.

Fonte: CASOTTO, Giovanna. Giovanna. São Paulo: Conrad, 2006. p.71

André Dahmer utiliza-se muito deste tipo de enquadramento, sobretudo quando trabalha com suas duas personagens principais, as duas flores malvadas. O intuito do autor, no caso de mostrar apenas parte do rosto das personagens é conferir uma maior dinamicidade e importância ao texto, uma vez que na imagem percebe-se apenas a sutil diferença de olhar das personagens, que confere o humor também pelo enquadramento escolhido pelo autor, como podemos ver na figura 56.



Figura 56. Tira 855

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha855.gif>> acesso em 12/01/09.

**b) Primeiro plano:** inclui da cabeça da personagem até seus ombros, e é interessante para perceber o diálogo entre personagens, em um momento íntimo entre personagem e leitor, mas sem a carga dramática possibilitada pelo zoom. Neste tipo de plano podemos encontrar grande parte dos diálogos existentes nas histórias em quadrinhos. Na figura 57 vemos as personagens da *Disney* cochichando entre si, em uma tomada de primeiro plano que dá, ao mesmo tempo, a aproximação necessária para que o leitor compreenda que se trata de um diálogo íntimo, sussurrado, próximo e a visão completa das feições das três personagens.



Figura 57. Cochichos.

Fonte: DISNEY. Almanaque do Superpato. São Paulo: Abril, 1982. p.4

Com os *Malvados* esta intimidade de diálogo está em diversas tiras, permitindo ao autor uma cumplicidade maior com o leitor, principalmente quando a personagem está divagando. Ao concentrar seu enquadramento no rosto e ombros das personagens há uma segunda questão a ser colocada. As flores de Dahmer são mostradas no máximo até seus ombros. O autor nunca as apresenta de corpo inteiro. O leitor não sabe como é o restante da fisionomia das personagens, o que acaba criando um estreitamento ainda maior entre o leitor e o texto do autor. Dahmer inclusive não define estas personagens, que na imprensa ora são tidas como margaridas, ora como girassóis, ora como pessoas.



Figura 58. Tira 359

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha359.gif>> acesso em 12/01/09

c) **Plano médio ou aproximado:** da cabeça da personagem até o meio do peito ou cintura. Este é o plano que em geral é usado para cenas de diálogo, onde o leitor pode perceber as expressões faciais construídas pelo desenhista. Dahmer utiliza-se muito deste tipo de enquadramento quando utiliza outras personagens. Quando torna-se necessário demonstrar o caráter ou idiossincrasia da personagem desenhada, Dahmer opta por este tipo de plano, que o deixa mais livre para a representação visual, mas sem tirar o foco do diálogo, como podemos ver na figura 59:



Figura 59. Tira 685

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha685.gif>> acesso em 12/01/09

d) **Plano americano**, que mostra até os joelhos das personagens é provavelmente derivado do cinema, e é utilizado quando torna-se necessário mostrar a personagem inteira mas não se quer deixar que o leitor perca o foco no cenário, ainda que este esteja presente. Eisner (2005b) diz que só é necessário mostrar o cenário uma vez, indicando ao leitor onde se passa a ação. A partir daí pode-se trabalhar com o plano americano, que foca a personagem quase inteira e deixa transparecer o ambiente em que ela está inserida, mas não perde a cumplicidade, como podemos demonstrar na figura 60.



Figura 60. Na lua com os americanos.

Fonte: PRATT, Hugo. La Lune. França: Casterman, 2005. p.16

Dahmer também utiliza-se deste tipo de plano, ainda que em menor escala. Normalmente quando o autor o usa, está criando uma tira com referências cinematográficas ou de algum gênero clássico do cinema, como a ficção científica ou o terror. Abaixo, na figura 61, percebe-se a clássica cena de cinema onde a protagonista da história é amarrada ao trilho de um trem para que o “mocinho” da história a salve.

### MESTRE BARBARÁ DAS NOTÍCIAS BOAS



Figura 61. Tira 1002

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha1002.gif>> acesso em 12/01/09

e) **Plano conjunto**: onde o cenário é mínimo, as personagens são mostradas por inteiro, porém sem mais espaços acima das cabeças ou abaixo de seus pés; f) **Plano geral ou panorâmico**: engloba, além das personagens, o cenário; g) **Plano em perspectiva**: conjunto de vários planos; h) **Plano plongé**: mostra a personagem vista de cima; i) **Plano contra-plongé**: mostra a personagem vista de baixo.

Para Quella-Guyot (1994), os ângulos de visão ou “pontos de vista” representam a “direção do olhar”, sendo elemento fundamental do enquadramento, uma vez que pode-se, a

partir do mesmo plano, variar a representação em função dos valores a serem absorvidos pelo leitor. A direção padrão é a da personagem que olha para frente, com um ângulo de visão plano. As deformações começam quando o autor da história em quadrinhos insere outros tipos de visão, como a visão oblíqua, a inferior ou a superior. “a visão superior serve com frequência para reduzir uma personagem a fim de representar sua solidão, inferioridade ou precariedade. A visão inferior, inversamente, exalta, glorifica, acentua a superioridade de um ser”. O ponto de vista, de acordo com Saraceni (2003), ajuda o leitor a se identificar com a personagem, ajudando a compreender melhor suas motivações, acessando sentimentos e emoções que o autor da obra deseja passar.

Há também o ponto de vista subjetivo, onde o autor da história coloca o leitor “nos olhos” da personagem, vendo o que a personagem vê. E, também, podemos perceber o encadeamento de planos, o *travelling*, onde uma série de imagens permitem ir para frente, para trás ou para os lados.

Eco (2006) propõe que estes planos e ângulos foram importados do cinema, tendo também correspondentes na pintura. Eisner (2005) já explica que os quadrinhos influenciaram muito o cinema nas idéias de enquadramento e planos. Quella-Guyot (1994 p.23) diz “na origem, o cinema é que fazia empréstimos das histórias em quadrinhos”. Cirne (1975 p.27), por sua vez, afirma que ambas as expressões artísticas têm uma gênese comum, e que esta discussão pode ser estéril. O autor nos lembra que o mais importante seria perceber que ambas as mídias possuem interferências e interrelações desde seu início. E que estas interferências “são comuns às diversas práticas criativas fundadas na imagem”.

### 3.4 BALÕES

O balão de fala é mais do que mero acessório nos quadrinhos. Ele é o responsável por fazer com que o leitor escute o que a personagem ou o narrador está dizendo. Seu formato, suas convenções e seu conteúdo são, junto com as onomatopéias, o que confere o dinamismo auditivo do leitor, compondo uma espécie de metáfora biológica, onde ouve-se com os olhos. Esta percepção é tão forte que quando lê-se um quadrinho sem balões diz-se que ele é mudo.

A figura estrutural do balão nas histórias em quadrinhos surge, sistematicamente e sendo recorrentemente utilizada, segundo Nicolau (2008), com a já citada tira *Yellow Kid* em 1895. Para Eco (2006), o balão é a “nuvenzinha<sup>12</sup>” que, segundo certas convenções pode indicar uma pessoa falando, pensando, dormindo etc. A importância dos balões é tão grande para os quadrinhos que, segundo Saraceni (2003), é o elemento constituinte da linguagem que os indivíduos mais associam a ela. Carrier (2000) imagina que talvez os balões tenham sido criados por algum antigo cartunista que viu a fumaça corpórea sair da boca das pessoas durante o inverno e associou este elemento à fala.

---

12 Na Itália, os balões são chamados *fumetti*, e, graças a eles, os quadrinhos são também assim chamados no país de origem do semiólogo

É importante destacar que outras figuras históricas já utilizavam-se da idéia do balão antes do século XIX. Podemos perceber em algumas pinturas a existência de frases, ditos ou mesmo figuras idênticas aos balões atualmente em uso. As iluminuras do século XIV, por exemplo, podem conter apontamentos de seus escritores ou revisores em formato de balões, como podemos ver na figura 62, que representa um diálogo e o escrito em vermelho parece ser uma resposta ao que foi dito em preto. Pode-se perceber o ornamento em volta do texto, tal qual um contemporâneo balão de história em quadrinhos.



Figura 62. Amante tocado pela seta do amor.

Fonte: Guillaume de Lorris & Jehan de Meung 1340-1350 in: <[http://www.enluminures.culture.fr/documentation/enlumine/fr/visites\\_00.htm](http://www.enluminures.culture.fr/documentation/enlumine/fr/visites_00.htm)> acesso em 29/06/09

Há outros casos onde o autor da pintura utiliza-se de elementos escritos para passar sua idéia. Na tela *Les Bergers d'Arcadie* o pintor Nicolas Poussin, entre 1638 e 1640, inscreveu a frase *Et in Arcadia ego* em um túmulo, de tal forma que tanto personagens quanto público pudessem ler, como podemos ver na figura 63.



**Figura 63.** Les bergers d'Arcadie.

**Fonte:** POUSSIN, Nicolas. Les Bergers d'Arcadie in: <[http://cartelfr.louvre.fr/cartelfr/visite?srv=car\\_not\\_frame&idNotice=2143](http://cartelfr.louvre.fr/cartelfr/visite?srv=car_not_frame&idNotice=2143)> acesso em 29/06/09

Não é difícil comparar o trabalho de Poussin com a própria vestimenta do *Menino Amarelo*, que tinha a mesma função, ou seja transmitir uma mensagem para o leitor por meio de um texto.

Com o aprimoramento da Indústria Cultural e dos quadrinhos, o balão tornou-se o recurso gráfico utilizado para tornar visível algo naturalmente não visualizado na literatura: o som. Cirne (1970) indica que através do balão o artista consegue uma instigante visualização espacial do som. Para Ramos (2009), o balão seria o recurso gráfico representativo da fala ou do pensamento, que procura indicar um solilóquio, um monólogo ou uma interação conversacional. O quadrinho necessita do balão para a visualização das palavras ditas pelas personagens. Diferente da literatura, mesmo a ilustrada, os quadrinhos não precisam indicar ao leitor qual personagem está falando. Esta é a função dos balões que, com seu apêndice, conforme explicaremos mais tarde, informam a quem está lendo qual personagem está falando ou pensando aquelas palavras.

É interessante perceber, também, que alguns dos mais importantes quadrinistas não utilizavam-se do recurso do balão, o que indica que a leitura dos quadrinhos não necessariamente está associada a este elemento, mas a uma série de outros. Hal Foster, criador da personagem *Príncipe Valente*, por exemplo, nunca utilizou-se dos balões. Eram as legendas abaixo, que incluíam o discurso direto literário, colocando um travessão antes da fala da personagem e principalmente os desenhos das personagens com a boca aberta ou fechada quem indicavam

o falante. O próprio *Yellow Kid*, de Outcault, como informa Couch (2002), não se utilizava dos balões em grande parte de suas histórias, mas sim de outros elementos, que vão desde o “vestido” do protagonista aos caixotes de rua, como podemos perceber nas figuras 64 e 65.



Figura 64. Valente e Gawain

Fonte: FOSTER, Hal. *Príncipe Valente* Vol. 5. Rio de Janeiro: EBAL, 1987. p.381

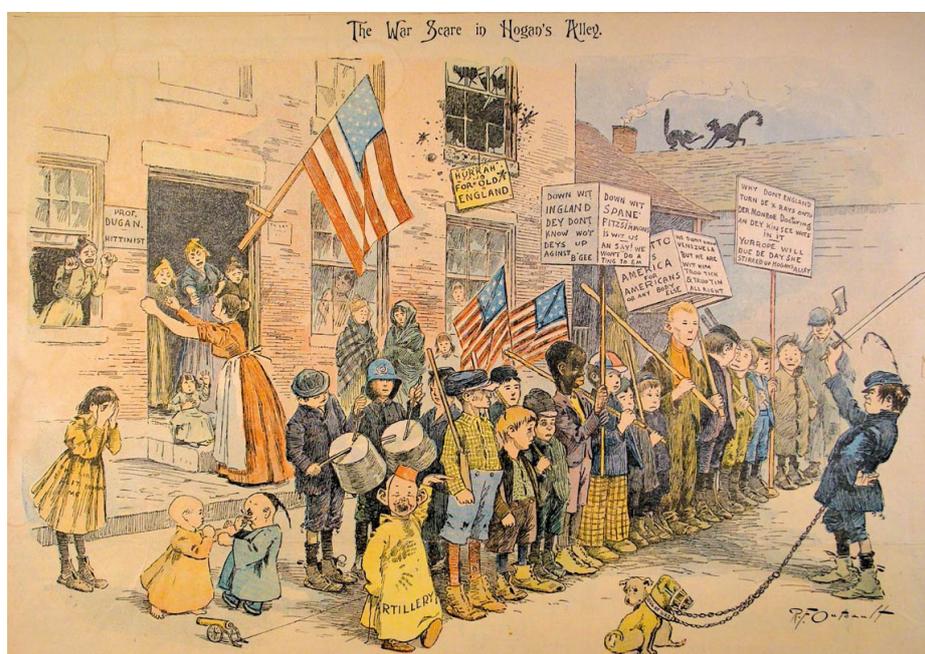


Figura 65. The war scare in Hogan's Alley.

Fonte: OUTCAULT, Richard Felton. *War Scare in Hogan's Alley*. in: <[http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Yellow\\_Kid\\_1896-3-15.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Yellow_Kid_1896-3-15.jpg)> acesso em 29/06/09

Os balões não são nem puramente verbais nem puramente pictóricos. Eles podem ser vistos como um algo que diminui a distância entre texto e imagem. Carrier (2000) afirma que os

balões estão dentro do quadrinho, ou seja, dentro da cabeça da personagem falante. Logo, eles não ocupam a “tela” para o leitor. Quando o leitor lê a história, não percebe este elemento como parte do cenário, e sim como uma demonstração de algo etéreo. O balão enquanto elemento visual não “aparece” efetivamente na leitura visual da história em quadrinhos. Seu fundo normalmente branco, segundo Quella-Guyot (1994), corta sistematicamente o cenário, “quebra” a imagem. Vários artistas, como o já citado Foster, incomodavam-se com esta “intrusão” ao seu desenho, preferindo inclusive não usar este recurso.

É importante notar que os fundos dos balões eram da cor branca também para facilitar sua tradução. É muito mais fácil eliminar um conteúdo sobre o fundo branco e adicionar outro em outra língua do que fazê-lo quando o balão tem um fundo preto ou vermelho, por exemplo. Esta utilização do balão colorido como forma de representar uma personagem específica só pôde ser colocado efetivamente em prática quando os sistemas informáticos estavam maduros o suficiente para que esta troca de idiomas não surtisse maiores dissabores e, principalmente, maiores gastos para as produtoras das histórias. Em *Sandman*, de Neil Gaiman, percebemos o protagonista sempre pela inversão das cores de seus balões de fala, ou seja, eles são, como podemos perceber na figura 66, escritos em branco sobre um fundo preto.



**Figura 66. Sandman & Cluracan**

**Fonte: GAIMAN, Neil & WATKISS. O Relato de Cluracan. in. Sandman - Fim dos Mundos, volume 8. São Paulo: Conrad, 2007 pg.18**

Em outra história, podemos perceber apenas nuances de outras cores, como o verde da personagem *Espectro*, presente na história de Ross e Dini, *Reino do Amanhã*.



Figura 67. Espectro

Fonte: WEID, Mark & ROSS, Alex. Reino do Amanhã. São Paulo: Panini, 2004. p.14

Os quadrinhos não reproduziram as funções do sistema de leitura e expressão da literatura. Tampouco duplicaram a do cinema ou as da fotografia. Eles adicionaram novos caminhos. Quando o leitor lê o conteúdo dos balões sua preocupação primária é entender as palavras que ali estão. Entretanto, os quadrinhos são uma arte também visual, e há uma preocupação com as qualidades visuais dos balões. Para Cagnin (1975), os balões, além de inserir o discurso direto na narrativa, participam também da imagem, transformando o elemento linguístico em elemento imagístico.

Ainda segundo este autor, podemos salientar o balão de fala, cujo contorno é contínuo e forte, nítido. Já o balão de pensamento tem outra forma. Ele é irregular, ondulado ou quebrado. Isto dá-se porque muitas vezes é necessário diferenciar, para o leitor, se a personagem está falando ou pensando. Quando o pensamento é representado, ele o é mais etereamente, mais fugidio e menos concreto. Daí a idéia de informar ao leitor por meio de ondulações ou irregularidades em seu contorno. A personagem, ao falar, o faz em voz alta, ou seja, mais preciso, mais enfático, daí o contorno contínuo. Quando a personagem grita, o contorno tende (assim como as letras dentro do balão) a ficar mais saliente, maior e mais denso, como podemos perceber no desenho de Kelley Jones na figura 68.



Figura 68. Deadman.

Fonte: BARON, Mike; JONES, Kelly & DORSCHIED, Les. *Deadman*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 1992

Para Ramos (2009), do ponto de vista tanto da personagem quanto do leitor, pensar é algo bem diferente de falar em voz alta (ainda que seja um monólogo), por isso a distinção entre os balões é pertinente. Enquanto o balão de fala representa o diálogo mantido entre as personagens, o balão de pensamento, segundo Cagnin (1975), pode ser entendido como uma intromissão do narrador-onisciente na cabeça das personagens, informando ao leitor o que eles pensam. Para Saraceni (2003), por causa da diferença visual entre os balões, a representação da fala e dos pensamentos nos quadrinhos é muito mais simples do que na literatura, uma vez que o autor precisa indicar o falante apenas apontando o rabicho do balão para a boca ou cabeça do que fala.

O formato dos balões, no entanto, pode variar de acordo com as intenções do contador de histórias. Quella-Guyot (1994) observa que o contorno do balão pode ser tremido, indicando medo ou emoção forte, pode ser recortado, que indica explosão verbal ou cólera, ou mesmo dentado, fazendo o leitor perceber que o som está sendo emitido por uma máquina. Assim o balão acaba fazendo parte do universo imagético da figura. Não há como o leitor perceber certas nuances de comportamento das personagens e mesmo do enredo sem o prévio conhecimento tácito das regras dos balões e suas diferenças. Na figura 69, só podemos compreender que o pedido de socorro vêm de um vídeo graças ao balão dentado, que indica ação maquínica. O não reconhecimento da fala mediada por um dispositivo de vídeo poderia implicar na incapacidade de compreender a história, mesmo podendo compreender por meio do desenho hachurado

existente no segundo quadrinho.



Figura 69. videofone

Fonte: STARLIN. Jim. A Ameça Final. in. Grandes Heróis Marvel 01. São Paulo: Abril, 1983. p.18

O mesmo podemos dizer dos contornos metafóricos, como as estalactites que indicam frieza na resposta ou pequenas flores que indicam o oposto, como podemos perceber nos quadrinhos abaixo, na figura 70. Sem a percepção da frustração no primeiro quadrinho e sem a compreensão de uma fala doce no segundo, o leitor não consegue perceber a intenção do criador da história.



Figura 70. Casamento do Pato Donald

Fonte: Disney. O Casamento do Pato Donald. São Paulo: Abril, 1987. p.43 & p.51

Robert Benayoun (*apud* CIRNE, 1970) consegue caracterizar 72 espécies de balões, entre as quais o balão censurado, em cujo interior há símbolos como caveiras, bombas etc, o balão personalizado, cujos caracteres tipográficos indicam a personalidade ou nacionalidade do

falante e até mesmo o balão mudo, que se apresenta vazio. Em quase todos os balões, enfim, são apresentadas relações ideogramáticas entre imagem e conteúdo expresso. O balão propriamente dito não corresponde a nenhum objeto da imagem, como lembra Carrier (2000), mesmo assim, o desenho do balão ajuda o leitor a identificar seu conteúdo expressivo.

Temos que lembrar também que estas marcas na linguagem são claramente influenciadas pela cultura. Um quadrinho típico de super-herói, gênero muito consolidado e forte nos Estados Unidos, providencia respostas em relação a um problema diferente dos artistas europeus. A relação entre texto e gráfico modifica-se não só de continente para continente, mas também de país para país e de autor para autor. O mesmo problema, que é evidenciar o pensamento em determinada personagem, tem soluções diferentes em uma história norte-americana, como a de Jim Starlin e uma européia, como a de Bilal e Dionnet, como podemos conferir na figura 71

No primeiro caso, os balões e seus apêndices são ondulados. Ainda na figura 71, no caso europeu, apenas o apêndice é em formato de círculos. Isto ocorre pois, como informa Quella-Guyot (1994) na Europa os quadrinistas têm mais liberdade e mais tempo para trabalhar suas idéias, haja vista que suas obras são vendidas normalmente no formato álbum, que privilegia um melhor acabamento e, portanto, uma maior demanda de tempo em sua confecção. Já nos Estados Unidos, berço histórico da cultura de massa, tudo é feito de forma padronizada, para que tanto a produção quanto o consumo sejam efetuados de maneira mais rápida. Lá são mais comuns as revistas de 24 páginas, mensais ou quinzenais, que fazem com que os artistas trabalhem em formato de parceria, normalmente com uma pessoa fazendo a arte, outra o texto e uma terceira os balões e letreiros. Esta produção em massa, como é mostrado por Eisner (2007), naturalmente abre menos possibilidades para a invenção ou a criatividade no que tange à linguagem dos quadrinhos.



Figura 71. Comparação entre quadrinhos norte-americanos e europeus.

Fonte: STARLIN, Jim. A Ameça Final. in. Grandes Heróis Marvel 01. São Paulo: Abril, 1983. p.20 & DIONNET, Jean\_Pierre & BILAL, Enki. Exterminador 17. Rio de Janeiro: Globo, 1992. p. 5

É importante notar que estas convenções não são utilizadas por todos os quadrinistas. Além daqueles, como o já citado Hal Foster, que não se utilizam dos balões, há aqueles que subvertem a convenção comum para obter melhor resultado. Jim Davis utiliza, em sua tira diária *Garfield*, balões de pensamento como fala, e de fala como pensamento, tudo para que o leitor interprete um diálogo entre um homem e um animal, como podemos perceber na tira abaixo, criando assim uma diferente interface entre leitor e história, uma vez que este nunca tem certeza se o gato está falando ou pensando.



Figura 72. Médicos e gatos.

Fonte: DAVIS, Jim. Garfield numa boa. Porto Alegre: L&PM, 2006. p.80

Outra diferença que podemos encontrar é na história em quadrinhos *Blanche Epifany*, de Jacques Lob e Georges Pichard. Para os autores, o balão agudo não significa um tom de voz mais alto, mas sim o pensamento da personagem.



Figura 73. *Blanche Epifany*

Fonte: LOB, Jacques & PICHARD, Georges. *Blanche Epifany*. São Paulo: Abril, 1990. p.36

O quadrinista Jano, por sua vez, faz com que todos os diálogos em sua história sejam feitos dentro de balões ondulados, como vemos na figura 74, contrariando a idéia de que balões ondulados são utilizados para descrever sonho ou pensamento. O autor se utiliza desta forma para deixar na sua história um ar mais boêmio, mais malandro e despreocupado, tal qual os habitantes da cidade onde a história se passa.



Figura 74. *Wallaye*

Fonte: JANO. *Wallaye*. São Paulo: Abril, 1991. p.14

Um dos principais quadrinistas da revista norte-americana *Mad*, Don Martin, utiliza-se sempre de balões quadrados, não importando se o quadrinho representa sonho, futuro, presente, diálogo ou pensamento. O artista faz seus balões em formato quadrado muito provavelmente

para aproveitar a estética de suas personagens, que sempre são desenhadas com ângulos e feições quadradas.



Figura 75. Numa manhã romântica.

Fonte: MARTIN, Don. Don Martin Completamente Mad. Rio de Janeiro, 1991. p.75

Os balões também podem conferir uma certa dramaticidade graças ao seu contorno ou à sua forma. Nos quadrinhos de Todd McFarlane, a personagem principal ressurgiu como um enviado do inferno na Terra. Portanto, sua voz é gutural, semelhante às vozes feitas pelos personagens demoníacos no cinema. Para ilustrar este tipo de som, este tipo de voz, McFarlane usou o recurso de um contorno muito mais forte cada vez que este personagem fala. Não importando, na história, se ele está falando calmamente ou gritando, sua voz sempre é adornada com um contorno muito mais grosso em seu balão, como podemos ver na figura 76.



Figura 76. A fala de Spawn

Fonte: McFARLANE, Todd. A Caçada parte 2. in: Spawn 21. São Paulo: Abril, 1997. p.7

Dave Gibbons e Alan Moore, alguns anos antes exploraram o mesmo conceito, ao fazer os contornos dos balões da personagem *Rorschach* diferente dos demais. Neste caso, o contorno indicava uma voz mais áspera que a das outras personagens, além da clara influência da máscara, que também alterava sua voz. Como a personagem é a mais violenta da história, o leitor identifica o contorno ríspido com a rispidez característica da personagem, provavelmente chegando ao conceito previamente esperado pelos autores da história.



Figura 77. Rorcharch e Nite Owl

Fonte: MOORE, Alan & GIBBONS, Dave. Watchmen. São Paulo: Panini, 2009. p.17

O apêndice do balão, como afirma Cagnin (1975), difere dele no valor ou função que desempenha. É função do apêndice transformar a narração em discurso direto. Ao apontar para a cabeça de uma personagem em especial, explica ao leitor qual delas está falando. Para Quella-Guyot (1994), o apêndice equivale a um “eu digo que” do ponto de vista da personagem, ou seja, é o informativo para o leitor do texto dito pela personagem. Seu traçado é contínuo se a fala é em volume normal, pontilhado ou ondulado ao falar em voz baixa e pontiagudo quando a personagem emite um grito. Ao apresentar o pensamento da personagem, o apêndice é normalmente formado de pequenas bolas, ou bolhas. Um mesmo balão pode ter vários apêndices para o caso de uma fala (ou, mais raramente, pensamento) em uníssono das personagens, como podemos perceber nas imagens de Uderzo a seguir.



Figura 78. Balão de fala normal.

Fonte: GOSCINNY, René & UDERZO, Albert. O adivinho. Rio de Janeiro: Record, 2001. p.06



Figura 79. Balão de grito e sussurro.

Fonte: GOSCINNY, René & UDERZO, Albert. O adivinho. Rio de Janeiro: Record, 2001. p.32



Figura 80. Balão de pensamento.

Fonte: GOSCINNY, René & UDERZO, Albert. O adivinho. Rio de Janeiro: Record, 2001. p.12



Figura 81. Balão de uníssono

Fonte: GOSCINNY, René & UDERZO, Albert. *O adivinho*. Rio de Janeiro: Record, 2001. p.08

Tal qual o contorno do balão, o apêndice adquire sentidos contextualmente distintos. Para Ramos (2009), o apêndice pode inclusive apresentar caracterização própria, como o apêndice de elementos maquímicos, que em geral são em forma de raio, conforme percebemos na figura 82, ou os apêndices de indicação, que podem ser flechas, como os da história *Fun Home*, de Alison Bechdel, que apontam para diferentes pontos que a autora deseja indicar para compor sua história e que vemos na figura 83.



Figura 82. Tira 602

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha602.gif>> acesso em 12/01/09



Figura 83. Apêndice em forma de seta

Fonte: BECHDEL, Alison. Fun Home. São Paulo: Conrad, 2007. p.66

Há alguns casos onde o apêndice é apenas um risco, e serve como a mínima referência visual para que o leitor saiba qual das personagens está falando, como na história *Biscoitos Fresquinhos*, de Miquelanxo Prado. Aparentemente o autor não desejava poluir o desenho com algum espaço preenchendo o apêndice do balão.



Figura 84. Balão com apêndice riscado

Fonte: PRADO, Miquelanxo. Biscoitos Fresquinhos. in: Heavy Metal 14. São Paulo: Heavy metal, 1995. p.94

Há autores, como André Dahmer, que não se utilizam do contorno dos balões, utilizando-

se apenas dos apêndices para indicar qual personagem fala o que. Cagnin (1975, p. 124) diz que nesses casos o texto “fica desguarnecido em um canto qualquer do quadrinho, ao lado do falante”. Em Dahmer, só temos o uso de contorno e apêndice juntos quando o pensamento das personagens é formado por meio de ícones, e não de palavras. Os apêndices, para Dahmer, servem tanto para indicar o falante quanto para indicar quando a personagem está pensando, não sendo necessário, para o autor, o uso do contorno do balão. Neste último caso, o apêndice é formado de pequenos círculos, para indicar ao leitor que a personagem não está se comunicando verbalmente e sim apenas divagando.

### OS MISTÉRIOS DA VIDA SELVAGEM



Figura 85. Tira 984

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha984.gif>> acesso em 12/01/09

### SARA, A SOFRIDA



Figura 86. Tira 1032

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha1032.gif>> acesso em 12/01/09

Há também a legenda. Sua localização mais comum, segundo Quella-Guyot (1994), é no alto, à esquerda do quadro, em geral com um fundo amarelo. Esta localização não é casual, é diretamente ligada à maneira ocidental de ler, ou seja, da esquerda para direita e de cima para baixo. Naturalmente, em uma outra forma de leitura, como a oriental, esta posição pode mudar. Para Carrier (2000), a legenda é, por padrão, a voz do narrador-onisciente, a narração feita por alguém externo à ação e ao mesmo tempo sabedor de todas suas complexidades. Saraceni (2003) salienta que, diferente da literatura, nos quadrinhos a voz do narrador é separada da voz dos personagens. Ramos (2009), entretanto, defende que este recurso não é usado apenas pelo narrador onisciente. O narrador-personagem várias vezes também se apodera deste recurso.

A identificação de qual personagem está falando através da legenda pode ser obtida de várias maneiras, entre elas atribuir o nome antes da fala ou mesmo colorir de formas diferentes as legendas de diferentes personagens, além de trocar a tipografia de acordo com a personagem falante.

A própria localização da legenda modifica-se de acordo com a personagem que está falando, ou de acordo com a carga dramática imprimida pelo autor da obra, ou ainda para que componha harmoniosamente o *layout* da página. Os quadrinhos que seguem gêneros mais tradicionais, aqueles criados mensalmente ou quinzenalmente têm naturalmente um apelo maior de uma estrutura previamente estabelecida, haja vista sua necessidade de produção com pouco tempo, logo suas legendas estão normalmente no canto superior esquerdo e são retangulares, como já foi dito. Há, porém, quadrinhos cujos autores inovam constantemente na criação de novas formas de comunicação com o público, gerando outras localizações e formas para a legenda. Para o *Reino do Amanhã*, de Mark Waid e Alex Ross, foi criado um tipo de legenda que parecia uma página rasgada de uma bíblia, inclusive com os caracteres tipográficos semelhantes à escrita gótica. Sendo que a personagem principal e condutor da história era o leitor da bíblia, há uma troca de tipos quando as palavras são da bíblia e quando são da personagem e que pode-se ver na figura 87.

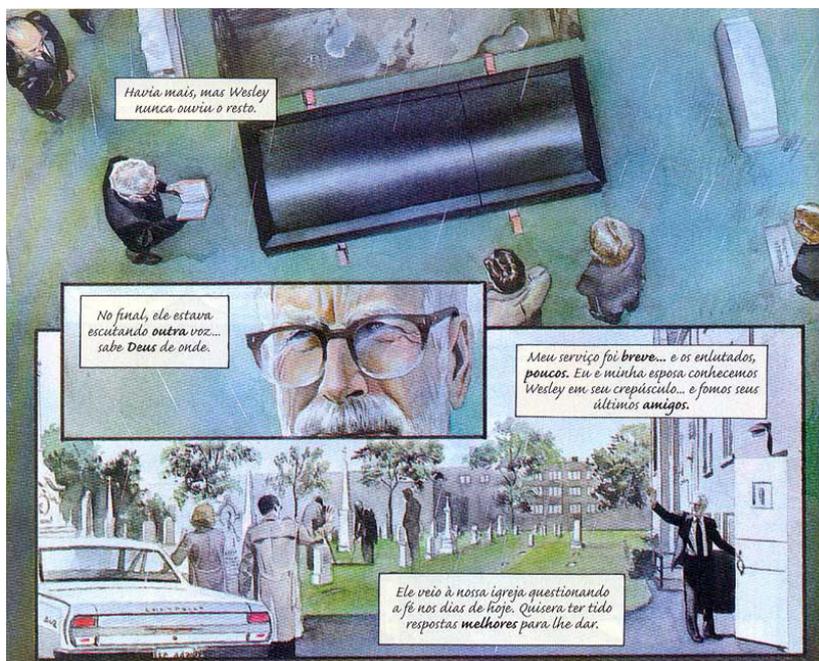


**Figura 87. Tipografia no balão**

**Fonte: WEID, Mark & ROSS, Alex. Reino do Amanhã. São Paulo: Panini, 2004. p.14**

A tipografia também é de extrema importância na criação dos balões e, sobretudo, na criação da mensagem. O tipo de letra, segundo Ramos (2009), pode adquirir diferentes expressões no contexto do texto escrito. Para Cagnin (1975), as letras dentro dos balões são normalmente escritas à mão. As formas diferentes são pilares da função figurativa do elemento escrito. Ainda segundo o autor, podemos dizer que as palavras não são contadas, são também representadas. Passando da narração (*diegese*) à representação (*mimese*). A tipografia, além de poder indicar o falante, também ajuda na dramaticidade da história a ser contada, como

podemos perceber na obra já citada *Reino do Amanhã* e os tipos cursivos oriundos do padre protagonista da história, mostrados na figura 88.



**Figura 88. Letra cursiva**

**Fonte: WEID, Mark & ROSS, Alex. Reino do Amanhã. São Paulo: Panini, 2004. p.18**

Os autores sempre puderam trabalhar a questão das fontes diferentes para diferentes personagens, mas com o auxílio da ferramenta informática, a partir da primeira metade da década de 1990, esta diferenciação começou a ser dar de maneira deveras mais simples, bastando, com um clique do mouse, trocar o tipo de determinado personagem ou grupo, gerando possibilidades interessantes no que tange tanto à dramaticidade quanto à identificação das personagens e suas características. Por meio da figura 89, podemos perceber que a personagem *Homem de Ferro* produz um som maquínico através de sua máscara. Atualmente este som é reproduzido na forma de balões e tipografias próprias para esta identificação, bem como o estilo de fala da personagem *Thor*, um deus nórdico mostrado na figura 90, que possui tipografia diferenciada para indicar sua divindade e superioridade ante os mortais. É importante ressaltar que a facilidade para se incorporar e trabalhar tipografias diversas ocorreram principalmente graças ao advento dos programas gráficos de computador. Até então, este tipo de interferência na maneira que o leitor “ouve” o quadrinho existia, porém era muito mais restrita, até porque muito mais difícil.

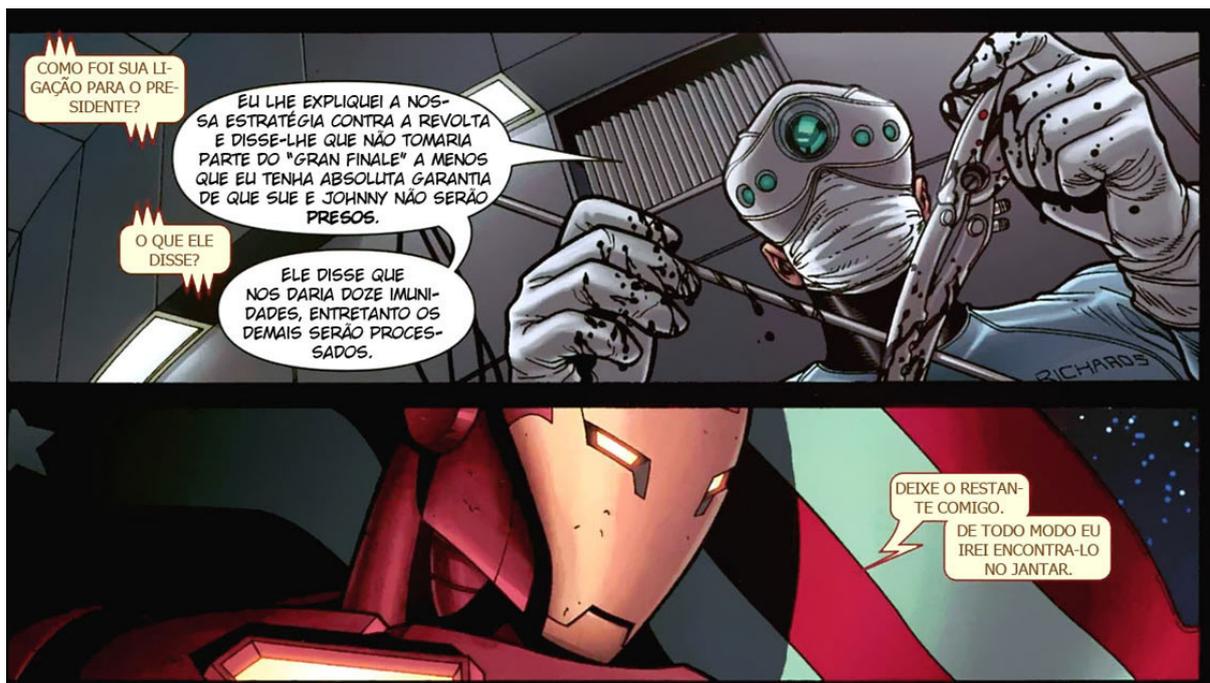


Figura 89. Balão maquínico.

Fonte: MILLAR, Mark, McNIVEN, Steve & HOLLOWELL, Molly. Guerra Civil 4. São Paulo: Panini, 2007. p.4



Figura 90. Balão de um deus.

Fonte: MILLAR, Mark, McNIVEN, Steve & HOLLOWELL, Molly. Guerra Civil 6. São Paulo: Panini, 2007. p.6

Os letrados não são neutros, como afirma Quella-Guyot (1994). Cada autor utiliza-se de formas diferentes e traços diferentes em suas personagens. Quando espera-se uma reação mais tímida da personagem, o traço das letras é mais fino e menor. Uma reação colérica envolve traços largos e em negrito. Isso porque qualquer corpo de letra, segundo Ramos (2009), que fuja da letreiragem tradicional obtém um resultado expressivo diferente. A letra pode agregar

outro sentido, variando conforme o contexto da história. Mesmo sem trocar o tipo da letra, seu incremento ou decremento dentro do balão pode ter significado, como na história de Uderzo e Goscinny, onde primeiramente vemos o incremento da letra, fazendo com o que o leitor ouça este som mais alto do que os demais. Logo a seguir, vemos a letra diminuindo, ao mesmo tempo que as linhas cinéticas indicam que a personagem foi arremessada para cima, assim o leitor ouve o som se afastando.

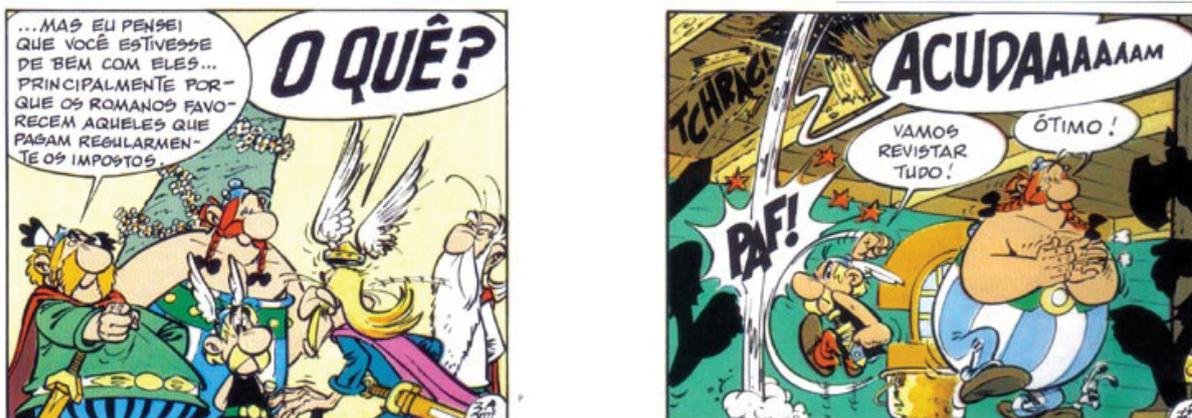


Figura 91. Letra diminuindo.

Fonte: GOSCINNY, René & UDERZO, Albert. *O Caldeirão*. Rio de Janeiro: Record, 2001. p.07

Eisner (2001) nos lembra que várias vezes artistas tentaram “conferir dignidade” aos quadrinhos utilizando tipos mecânicos ao invés de uma letreiragem feita pelo artista, à mão. Nenhuma dessas tentativas, até a intervenção informática, lograram êxito, pois o efeito mecânico da tipografia tirava da história a personalidade do artista. Segundo Saraceni (2003), nos quadrinhos o valor gráfico das palavras pode ser melhor explorado porque graças ao desenho das letras, há mais liberdade para os artistas. A letra desenhada também é mais efetiva porque tendemos a associar escrita manual ao ser humano. Os tipos irregulares das letras lembram as maneiras irregulares que as pessoas falam, com variação de tonalidade e volume.

A partir da década de 1990, como já mencionamos, esta capacidade de criação de tipos irregulares também ficou, na maioria das vezes, à cargo de pessoas que se utilizavam do computador para esta tarefa, produzindo quantidade grande de fontes para que o artista utilize. Atualmente há tipos próprios para o letreiramento de histórias em quadrinhos, onde pode-se encontrar, inclusive, diferentes formas para a mesma letra. Tudo para imprimir o efeito de escrita manual do artista. Há até um estilo próprio de letra intitulado *cartoon*, ou *comic*, que serve justamente para este fim. Uma simples busca em um *website* especializado em fontes tipográficas gratuitas na internet revela a existência de 630 tipos especializados em quadrinhos e diferentes entre si, livres para uso comercial. A liberdade do artista, comentada por Saraceni (2003) continua efetiva graças à miríade de fontes facilmente encontradas. Além disso, se o artista efetivamente desejar, pode ele próprio criar sua fonte personalizada, por meio de *softwares* de relativo fácil manuseio.

Há também outros elementos que podem ser colocados dentro dos balões, que não são

letras, porém representam icônicamente as falas ou intenções das personagens. Um ponto de interrogação em um balão, por exemplo, indica que a personagem tem dúvida ou não entendeu algo. Uma série de caveiras, bombas e outros elementos, como já dissemos anteriormente, indicam palavrões. Os irmãos gêmeos Gabriel Bá e Fábio Moon, por exemplo, para fazer com que o leitor escutasse uma música na sua história, criaram um balão com uma partitura rascunhada dentro, indicando a presença da música.



Figura 92. Música no rádio

Fonte: BÁ, Gabriel & MOON, Fábio. 10 Pãezinhos Rock 'n' Roll, 2004. p.19

O uso de palavras junto com imagens dentro do balão não é comum, porém pode resultar em interessante comunicação com o leitor, como podemos ver na figura 93, de Morvan e Buchet, onde o artefato procurado é colocado visualmente para o leitor, que entende o que deve ser procurado ao mesmo tempo em que compreende que as demais personagens receberam apenas uma descrição oral.



Figura 93. Balão de texto e imagem.

Fonte: MORVAN & BUCHET. Por que tanto ódio. in: Heavy Metal 10 ano 2. São Paulo: Heavy Metal, 1995. p.95

Outra característica dos balões é ajudar a mostrar ao leitor a ordem de leitura e a passagem do tempo. Para Eisner (2001, p.26), a disposição dos balões, tanto em relação às personagens quanto em relação ao quadro ou ao emissor, contribui para a medição do tempo. “Uma exigência fundamental é que sejam lidos numa sequência determinada para que se saiba quem fala primeiro”. Com isso, a leitura dos balões em determinada ordem definida pelo autor acaba por reforçar a noção de tempo.

Graças à percepção, pelo leitor, do local onde a personagem está falando, consegue intuir qual dos falantes é o primeiro. Isto é feito tanto pela posição do desenho quanto pela posição dos balões de fala. A revista *Mad* caracterizou-se também pela sátira de filmes, e nestas sátiras o acompanhamento dos balões é a única forma para o leitor compreender o diálogo, uma vez que ele é feito em apenas um quadrinho com inúmeras interlocuções, como podemos perceber na figura 94.



Figura 94. Balões intercalados

Fonte: KOGEN, Arnie & MEJIA, Hermann. *Indiálise Jones e o monte de besteira sacal*. in: *Mad 10*. São Paulo: Panini, 2007. p.6

Outro ponto importante levantado por Carrier (2000) é o fato de que quando se faz nova impressão da história, pode-se refazer os balões. Com isso, a arte é alterada. Os balões fazem parte da arte original, mas quando é necessária modernização ou troca de língua, esta arte é modificada. Ainda que seja, em alguns casos muito difícil, graças ao tratamento visual dado ao balão ou à arte que o cerca, como no caso do balão vazado utilizado por Miller e Sienkiewicz na sua obra *Demolidor*, que ao traduzir, é necessário refazer a arte do fundo do balão. Entretanto, é graças aos balões que esta tradução pode ser feita.



Figura 95. Balão vazado

Fonte: MILLER, Frank & SIENKIEWICZ, Bill. *Demolidor*. São Paulo: Abril, 1986. p.39

Cagnin (1975) diz que os balões trazem em si todos os elementos necessários à sua

interpretação, mas que esta não é entendida senão dentro da própria história em quadrinhos. Os balões são, assim, importante e fundamental elemento dos quadrinhos, fazendo com que sejam, segundo Quella-Guyot (1994 p.10), “um tesouro de inventividade”.

### 3.5 ONOMATOPÉIAS

Como os balões, as onomatopéias também são a materialização do som nos quadrinhos. E, assim como os balões, afetam o “ouvido” do leitor, que reconhece em certos ideogramas ou palavras sons culturalmente reconhecíveis e identificáveis em seu cotidiano. Para Quella-Guyot (1994), nas histórias em quadrinhos há um uso muito vigoroso deste letreiro gráfico, que o autor coloca como “iconização” do texto que faz da palavra, de uma só vez, ser lida e vista.

Para Cirne (1970), o ruído nos quadrinhos, mais do que sonoro, é visual. O autor realça que os artistas estão e sempre estiveram procurando novas formas de expressar sons e ruídos para o leitor, novas expressões gráficas para sensibilizar a “audição” humana. Ainda segundo Cirne (1970), o efeito de um *buumm* ou um *crash* é antes de mais nada, plástico, ainda que possa, como veremos a seguir, ser uma palavra cujo significado expresse a ação em sua língua de origem.

A onomatopéia apresenta duplo aspecto: analógico e linguístico. Para Cagnin (1975), enquanto elemento analógico, sua motivação é fácil, compreendendo a maneira que as letras são desenhadas no papel, seu tamanho e sua forma participam ativamente como elemento da cena. Quando desenhada com mais negrito é um som mais forte, tremida é um som baixo e fugidio, e assim por diante, como podemos perceber na figura 90, o som emitido pelo soco da personagem (SOC!) é mais alto que a expiração da personagem que levou o golpe (UNNNFFF!). Isto porque o leitor lê uma onomatopéia com letras maiores e mais saturadas e naturalmente associa com um som de maior amplitude.



Figura 96. Tamanho da onomatopéia

Fonte: BYRNE, John. Sparta. in: Heróis da TV 71. São Paulo: Abril, 1985. p.20

O mesmo raciocínio podemos fazer no exemplo da figura 97, onde a personagem joga

dois dardos e o primeiro faz um barulho mais alto. O leitor percebe esta diferença na amplitude sonora graças ao tamanho e à cor das letras envolvidas.

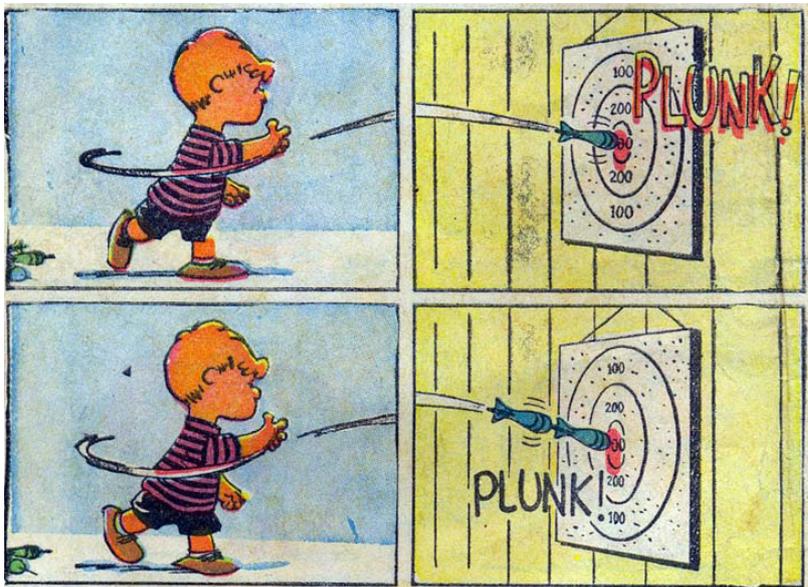


Figura 97. Força da onomatopéia

Fonte: SCHULZ, Charlie. *Pingo de Gente*. Rio de Janeiro: O Cruzeiro, 1963. p.7

Não é, porém, apenas com a adição de cor mais saturada ou de fontes maiores que obtém-se um som mais alto. Angeli com seu *Chiclete com Banana* por vezes aumentava o volume escutado pelo leitor não adicionando cor nem aumentando fundamentalmente o corpo da letra, uma vez que ambas as características estavam condicionadas ao reduzido espaço e a ausência de cores da tira diária de jornais. O artista então se valia do expediente de colocar para o leitor apenas a onomatopéia, tornando-a, assim, mais alta.



Figura 98. Cuspe

Fonte: ANGELI. *Bob Cuspe é a Salvação*. in: *Chiclete com Banana 1*. São Paulo: Circo, 1985. p.9

André Dahmer utiliza-se pouco das onomatopéias desenhadas, preferindo aquelas apenas escritas. No entanto o autor faz algumas concessões quando faz-se necessário grande impacto na leitura, como na figura 99, quando a onomatopéia *BAM!* é lida, e por sua vez escutada, com mais intensidade do que as demais palavras.



Figura 99. Tira 1227

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha1227.gif>> acesso em 12/01/09

A onomatopéia enquanto elemento linguístico normalmente aproveita tanto a qualidade linguística quanto a qualidade sonora do grafema apresentado, portanto, varia de língua para língua. Verbos como *crash* em inglês ou *corre* em português podem ser tratados como onomatopéias, alterando-se apenas sua tipografia para que o leitor compreenda ser uma ação, e não um dizer da personagem. Neste caso, as onomatopéias fazem menção direta à ação que estão representando. Em alguns casos, porém, isto não procede. Por exemplo *gulp*, do verbo de língua inglesa *to gulp*, que significa engolir, ao *glup* no caso de histórias nacionais, a tradução e adaptação não são correlatas à língua portuguesa. Em várias revistas de artistas estrangeiros, as onomatopéias são vertidas para o português ou, mais precisamente, para o vocabulário brasileiro.

Na figura 100 percebemos a tradução e adaptação das onomatopéias existentes na história em quadrinhos de Frank Miller.



Figura 100. Comparação de onomatopéias.

Fontes: MILLER, Frank. *Batman: The Dark Knight Returns*. EUA: DC Comics, 1996. p.12

MILLER, Frank. *Batman: O Cavaleiro das Trevas*. São Paulo: Abril, 1987. p.12

MILLER, Frank. *Batman: O Cavaleiro das Trevas*. São Paulo: Panini, 2006. p.12

Percebemos que além de haver uma troca de caracteres (uma vez que não podemos dizer que a palavra “UUF!” faz parte do idioma), há também uma adaptação quando da retradução, ou seja, na confecção de nova edição da obra. As onomatopéias variam de acordo com o idioma, a cultura, a época e a edição. A adaptação é evidente não apenas nos vocábulos, mas também nas cores utilizadas. A versão em português traduz igualmente o primeiro vocábulo, no entanto, a utilização da cor amarela faz com que a onomatopéia da versão mais recente possa produzir um som mais alto durante a leitura. Já o segundo vocábulo da versão original em português faz o grito da personagem parecer um pouco mais prolongado do que a versão mais recente e também a versão original. De qualquer forma, o som emitido pelos morcegos da história não foi traduzido, muito provavelmente por não haver necessidade desta tradução para a compreensão do leitor.

Já nos quadrinhos orientais, não há como retirar a onomatopéia original, uma vez que ela compõe, na maioria dos casos, a própria imagem. A solução encontrada foi traduzir, com pequenos caracteres ocidentais a idéia ou proposta da onomatopéia original. Como podemos ver na figura 101, retirada da obra *Nausicaä*, de Hayao Miyazaki, as onomatopéias foram traduzidas como *BUM* e *CLEC!*, e adaptadas ao lado das onomatopéias no idioma original.



Figura 101. Tradução de onomatopéia

Fonte: MIYAZAKI, Hayao. *Nausicaä do Vale do vento* 1. São Paulo: Conrad, 2006. p.06

Paulo Ramos (2009) afirma haver uma tendência de mescla de onomatopéias norte-americanas e brasileiras em nossos quadrinhos. Os autores utilizam-se ora de um idioma, ora de outro. Um bom exemplo deste sincretismo são os quadrinhos de Lourenço Mutarelli, que utiliza, em dois quadrinhos subsequentes, as onomatopéias *POW*, norte-americana, e *PIMBA*, brasileira.



Figura 102. Sincretismo

Fonte: MUTARELLI, Lourenço. *As impublicáveis*. São Paulo: Pro-C, 1990. p.06

De qualquer forma, a onomatopéia é sempre uma aproximação do som, nunca uma reprodução exata. Aizen (1970) diz que as onomatopéias são palavras que pretendem imitar, através dos fonemas que se compõem, certos ruídos, ainda que nem todas as onomatopéias

sejam compostas de palavras, como, por exemplo, *shhhhh!* que não é de forma alguma uma palavra.

A maioria dos autores, principalmente aqueles muito calcados na produção industrial dos quadrinhos, não se preocupa em gerar suas próprias onomatopéias, preferindo utilizar aquelas já pré-existentes, uma vez que são de conhecimento do público leitor e compõem um repertório já devidamente conhecido, não havendo necessidade de criar novas idéias no exíguo tempo de criação que dispõem. Existem, porém, alguns artistas que preferem criar suas próprias onomatopéias e, mais do que isso, seus usos. A partir da idéia do som, alguns autores, como o americano Don Martin, criam suas próprias noções de representação sonora e, através dela, promovem o riso de seu leitor.



Figura 103. Comédia por meio da onomatopéia.

Fonte: MARTIN, Don. Don Martin. *The Completely Mad Don Martin vol.2*. EUA: Running Press, 2007. p.186

As onomatopéias, portanto, como afirma Quella-Guyot (1994), acabam por constituir a sonoplastia das histórias em quadrinhos. Elas constituem os ruídos que tendem a conferir credibilidade à cena desenhada. Para Cirne (1970), a onomatopéia está para os quadrinhos assim como o ruído está para o cinema. Ramos (2009) vai um pouco adiante e conclui que

as onomatopéias ganharam força e se consolidaram como recurso de linguagem graças à introdução do som no cinema. Também há de se considerar o som presente no cotidiano dos leitores. As onomatopéias são forjadas a partir destes sons. Com a industrialização cada vez maior e a vida da cidade cada vez mais cheia de ruídos, a utilização das onomatopéias acabou por tornar-se mais evidente. Sevcenko (2001) afirma que a partir do final do século XIX há a mudança dos mecanismos e processos técnicos outrora conhecidos nas cidades. Com isto surgem os novos, grandes e barulhentos complexos industriais. Esta multiplicidade de ruídos da qual nenhum habitante da cidade consegue se livrar torna-se fundamental para a propagação das onomatopéias. Esta acumulação e uso de ruídos, segundo Quella-Guyot (1994), serve para satirizar a vida urbana, onde os artistas tenderam a inovar, encontrando novos equivalentes gráficos, neológicos ou não. O mundo industrial é, por definição, um mundo de máquinas e, portanto, um mundo barulhento. Os quadrinhos apenas retratam isso com suas campainhas, alarmes, buzinas, freadas, explosões... André Dahmer, na figura 104, consegue retratar o mecânico som de uma campainha utilizada por *software* de computador, elemento presente cada dia mais em nossa sociedade e cujo som é facilmente reconhecível pelo leitor, que também utiliza o aparato informático.

### OS RICOS SE DIVERTEM



Figura 104. Tira 1047.

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha1047.gif>> acesso em 12/01/09

Cirne (1970) afirma que na criação da onomatopéia seu desenho pode e deve ser o mais livre possível, o mais próximo do ruído ou da estilização que o artista quer dar à cena, inclusive criando tensões visuais e conclusões por meio das onomatopéias, que, ainda segundo o autor, pode tomar todo o quadro ou até mesmo invadir os requadros vizinhos: sua área semântica está subordinada apenas ao espaço gráfico da página que criam zonas icônicas e indexiais de consumo rápido e fácil. As onomatopéias podem ser inclusive os próprios requadros, como percebemos na simulação de um trovão criada por Frank Miller, na figura 105. Neste caso, a onomatopéia tem duas funções: a de fazer com que o leitor ouça o barulho provocado pela tempestade, ao mesmo tempo que condensa o tempo, fazendo com que o leitor demore-se mais naquele quadro, gerando expectativa e suspense para os quadros que vêm abaixo e que estão desenhados por cima da parte inferior da onomatopéia/quadro, gerando uma sensação de superposição interessante para pensar o trovão no fundo e os quadros na frente.



Figura 105. Krakk.

Fonte: MILLER, Frank. *Batman: O Cavaleiro das Trevas*. São Paulo: Abril, 1997. p.24

Cirne (1975) diz que a imagem dos quadrinhos oferece um recorte do objeto desenhado com idênticas implicações verbais e não-verbais. O tratamento gráfico das onomatopéias, segundo Quella-Guyot (1994, p.86) já é em si um tratamento ideogramático, haja vista que seus letrados fornecerem outras indicações além das sonoras.

Distinguem-se: o tratamento tipográfico, isto é, jogo com a espessura e o tamanho (o calibre) do texto. Letras fininhas evocam um sussurro, enquanto as de corpo mais cheio traduzem o choro, o riso, as ordens. A intensidade crescente ou decrescente também é marcada sem dificuldade; o tratamento analógico, isto é, a aparência tremida, fraturada, fissurada, retalhada ou ondulada que traduz toda espécie de fenômenos reais (ataque de cólera, explosão, diversos estrépitos); (...) o tratamento cromático, que acompanha ou reforça o que poderíamos denominar o tratamento dinâmico indicado precedentemente; o tratamento plástico, a saber, o papel que o tratamento onomatopaico ocupa na posição do desenho, que também deve ser levado em conta. Por fim, não se poderia deixar de lado o tratamento cronológico, que vincula com o comprimento das letras ou com sua repetição.

O elemento tipográfico utilizado na onomatopéia também é componente importante. Dahmer normalmente utiliza fontes tipográficas como *Arial* ou *Courier*. No entanto, para as onomatopéias, desenha as letras, dando assim destaque à onomatopéia e, por consequência, à ação, como podemos perceber na figura 106.

## Rei Emir Saad, o monstro de Zazanov



Figura 106. Tira 689

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha689.gif>> acesso em 12/01/09

Um tipo mais largo pode indicar um som mais grave, bem como um tipo mais fino pode indicar um som mais agudo. Na figura 107, o leitor reconhece o som como saído sempre da mesma personagem, porém o alargamento do tipo faz com que se perceba um som mais grave do que o do primeiro quadrinho.



Figura 107. Espessura da onomatopéia

Fonte: WOLFMAN, Marv & PEREZ, George. Crise nas Infinitas Terras. São Paulo: Abril, 2003. p.128

Ramos (2009) coloca outro ponto importante em relação ao desenho das onomatopéias: a cor. No exemplo acima já percebemos a diferença no ouvido do leitor graças também à maior saturação de cor no terceiro quadrinho. Com a profusão dos computadores e seu auxílio na

criação das histórias em quadrinhos a partir da década de 1990, principalmente no quesito colorização, há um rol enorme de possibilidades para o artista inserir esta ou aquela sensação de barulho por meio de onomatopéias coloridas.

A cor enquanto difusor de idéias é elemento chave para percebermos certas nuances nas onomatopéias. Quanto mais extravagante a cor, mais chamará a atenção do leitor para aquela onomatopéia indicada. Isto é sabiamente usado por alguns profissionais dos quadrinhos quando querem que um som sobreponha-se ao outro, mas não deseja aumentar demais o carácter tipográfico ou desejam chamar a atenção mesmo em um quadrinho colorido, o que naturalmente desvia a atenção do leitor caso a onomatopéia não esteja tão colorida quanto o restante da obra, como podemos perceber na figura 108.



Figura 108. Onomatopéia e cenário.

Fonte: JONES, Gerard, BARRETO, Eduardo & TOLLIN, Anthony. *A Cabeça da Morte*. in: *The Shadow Strikes 1*. EUA: DC Comics, 1989. p.10

A função da onomatopéia, enfim, como afirma Quella-Guyot (1994) é principalmente a de tornar o som palpável ou, melhor dizendo, audível para o leitor. Esta função “imageante” do som há muito explorada pelas histórias em quadrinhos é uma das suas maiores peculiaridades, e para o autor, também uma de suas maiores conquistas.

### 3.6 MOVIMENTO

A arte pictória dos quadrinhos é inerentemente imóvel. Quella-Guyot (1994) nos alerta, porém, que a ilusão e a impressão de movimento são necessárias à história em quadrinhos enquanto o dinamismo do desenho depende em grande parte da representação do tempo.

Para Cagnin (1975 p.110) há duas formas de inserir movimento nas histórias. A primeira delas é através do movimento corporal das próprias personagens: “As pessoas falam também com os gestos. Os quadrinhos, especialmente os atuais, exploram ao máximo as possibilidades de expressões corporais”. Por meio destes movimentos o leitor tem a possibilidade de acompanhar o delinear da conversa mais naturalmente, como se estivesse acompanhando um diálogo natural.

Ainda segundo Cagnin (1975), é necessário sugerir os momentos da ação, além de caricaturar os gestos para que melhor sejam compreendidos, como nos quadrinhos da personagem *Asterix*, onde o principal bordão da personagem *Obelix* é “esses romanos são uns loucos!” Tal bordão se completa com o dedo indicador batendo na têmpora da própria cabeça da personagem. O bordão não é, então, apenas o texto. Também é o movimento feito pela personagem. O diálogo, a tensão e principalmente o conteúdo humorístico da cena só são possíveis graças à emulação do movimento de bater repetidamente o dedo na própria cabeça, como podemos perceber na figura 109.



Figura 109. Obelix e seu bordão

Fonte: GOSCINNY, René & UDERZO, Albert. *O Caldeirão*. Rio de Janeiro: Record, 2001. p.15

Este mesmo efeito, de movimentação na imagem estática é facilmente percebido por alguns códigos historicamente constituídos das histórias em quadrinhos, como a pequena fumaça que sai dos pés da personagem na figura 109. Ao longo do tempo foi-se constituindo este tipo de símbolo para designar movimento. Uma pequena nuvem de fumaça indica movimento rápido. Várias, movimento mais rápido e assim por diante. Percebemos na figura 110 que a personagem move-se mais rápido que o exemplo anterior graças à quantidade de fumacinhas atrás dela. E novamente percebemos o dedo indicador batendo na própria cabeça, reforçando uma espécie de bordão visual da personagem.



Figura 110. Fumacinhas e rapidez.

Fonte: GOSCINNY, René & UDERZO, Albert. *O Caldeirão*. Rio de Janeiro: Record, 2001. p.11

Percebemos a ação da fumaça também na figura 111, onde o leitor percebe a rápida movimentação do míssil graças à fumaça expelida desenhada por Dahmer.



Figura 111. Tira 405

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha405.gif>> acesso em 12/01/09

Cagnin (1975) afirma que é o dinamismo da imagem que atrai leitores à obra. Entretanto, várias personagens e obras tornaram-se marcos das histórias em quadrinhos com um dinamismo estreito. Nas pranchas dominicais de Hal Foster para seu personagem *Príncipe Valente* o dinamismo é muito escasso, parecendo os quadrinhos pinturas estáticas muito mais do que desenhos que estimulassem o movimento na mente leitora. Mesmo em situações onde o movimento poderia ser mais explícito, o autor não o inseria, como podemos perceber na imagem abaixo



Figura 112. Quadrinhos estáticos

Fonte: FOSTER, Hal. *Príncipe Valente* Vol. 5. Rio de Janeiro: EBAL, 1987. p.334

Dahmer utiliza pouco o movimento em suas tiras. A grande maioria delas é composta

por piadas onde não há movimento, ainda que este seja utilizado quando faz-se necessário. Na figura 113, há uma passeata e, portanto, uma ação implícita por parte das personagens. Ainda assim, Dahmer faz a tira sem demonstrar o movimento existente na história, ou demonstrando apenas muito sutilmente ao virar a placa de paz na mão de uma das personagens.

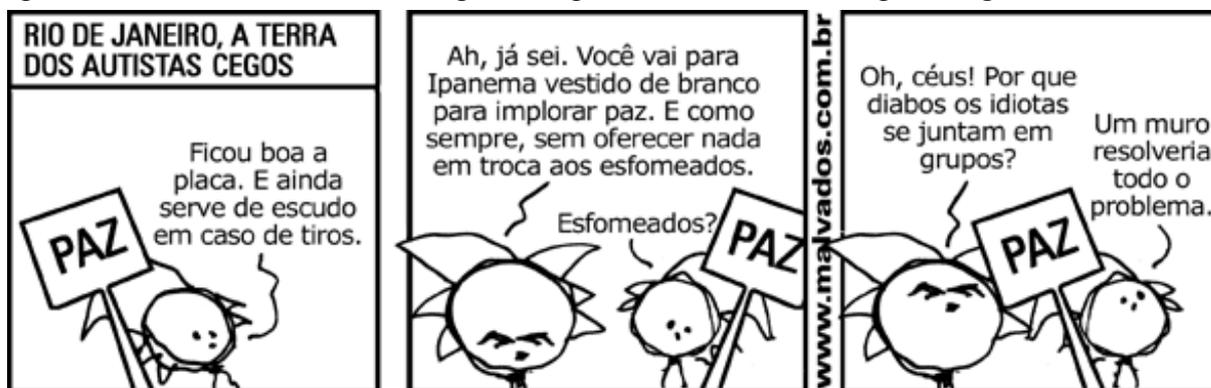


Figura 113. Tira 491

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha491gif>> acesso em 12/01/09

Além do movimento corporal, onde principalmente braços e pernas indicam perfeitamente o movimento, ainda que sejam desenhados estaticamente, há o movimento facial. Cagnin (1975) considera várias representações de movimento relacionado ao rosto das personagens, demonstrando quão variável podem ser estes movimentos faciais. Olhos, sombrancelha e boca, os principais elementos de expressão do rosto formam inúmeras formas de movimento e expressões. Neste quesito, o exagero oriental é muito expressivo, uma vez que as partes do rosto de personagens de mangá podem e são deformados a todo momento para indicar movimento e conferir emoção à cena, como vemos na figura 114, onde o rosto da personagem está claramente deformado para indicar ao mesmo tempo a emoção da cena e o seu movimento.



Figura 114. Expressão japonesa.

Fonte: USUI, Yoshito. Shin-Chan 3. São Paulo: Panini, 2004. p.20

Ramos (2009) também fala do corpo como estratégia de movimento. Segundo o autor, o movimento pode ser indicado também pela repetição do desenho no mesmo requadro, como o virar de cabeça da personagem no exemplo a seguir. O leitor consegue compreender que não se

trata de um desenho da personagem com duas cabeças, e sim de uma convenção que indica que a personagem está mexendo sua cabeça no instante em que o leitor está com os olhos pousados naquele requadro.



**Figura 115. Movimento de cabeça**

**Fonte: SPEATES, Steve & FRADON, Ramona. As Dentadas destruidoras. in: Homem-Borracha 1. Rio de Janeiro: Ebal, 1976. p.08.**

Há também os requadros alinhados. Quando o corpo de um personagem é desenhado diversas vezes e com diferentes gradações de cor ou tons de cinza, o leitor tende a imaginar a cena em câmera lenta. Este recurso, herdado do cinema, atualmente é muito mais utilizado graças à capacidade de controlar a gradação de cor por meio de *softwares* de computador. Antes da utilização da informática na produção das histórias em quadrinhos, como salienta Higgins (2009), a sutileza das cores se perdia antes mesmo de chegar na gráfica, uma vez que o próprio artista já era consciente da dificuldade da gradação de cores sair exatamente como o imaginado. Para Higgins (2009), este problema só foi solucionado quando surgiu a oportunidade de trabalhar em arquivos digitais para colorização, recurso cada vez mais utilizado pelos desenvolvedores de histórias em quadrinho, sobretudo aquelas de grande consumo, uma vez que este processo, além de melhorar o aspecto visual das cores, tornando-as mais nítidas e próximas à intenção do artista, também é mais rápido que o processo manual. Na figura 116 percebemos a utilização deste recurso, quando a personagem velocista passa de um tom mais pálido de cor para um mais saturado, indicando além de sua velocidade, sua direção.



Figura 116. Velocidade

Fonte: MILLAR, Mark, McNIVEN, Steve & HOLLOWELL, Molly. Guerra Civil 6. São Paulo: Panini, 2007. p.4

Ainda que utilizada em menor escala, nas tiras de Dahmer há escolha pela cor para demonstrar movimento, uma vez que há mais cor vermelha próximo à personagem e ela vai se espalhando, podendo dar ao leitor a sensação de “espirro” de sangue que o autor pretendia, como vemos na figura 117.



Figura 117. Tira 548

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha548.gif>> acesso em 12/01/09

Outra possibilidade ocorre quando o contorno do corpo da personagem ou alguma parte deste é reproduzida várias vezes na mesma sequência, indicando um movimento rápido e contínuo, como faz o artista Glauco, cuja personagem se destaca das demais por ter cinco pernas, ou seja, uma repetição que indica movimento, para que o leitor perceba a movimentação das pernas da personagem. Comparado às demais personagens na cena, ela pode parecer ao leitor ter um movimento mais rápido, ou pelo menos mais afoito, em direção à mula, o objetivo das três personagens.



Figura 118. Muitas pernas.

Fonte: ANGELI, GLAUCO & LAERTE. Los três Amigos vol.2. São Paulo: Ensaio, 1994. p.31

Mas apenas o movimento das personagens é pouco para a linguagem dos quadrinhos. A linha cinética foi então criada para dar ao leitor a ilusão do movimento. Estas linhas, que servem para indicar movimento, segundo McCloud (2005) são desenhadas sobre o cenário que estaria “atrás” das linhas cinéticas, indicando, além do movimento, a posição espacial dos elementos componentes da cena. Estas linhas podem ser sutis, indicando um leve movimento ou largas, indicando grande velocidade, além de sempre indicarem direção. Na figura 119, o leitor percebe um sutil “chacoalhar” das lanças, providenciado pelas linhas cinéticas tremidas, que indicam que os portadores das lanças estão com medo. Neste caso, mais do que direção e movimento, as linhas promovem ao leitor o conhecimento do estado psicológico das personagens.



Figura 119. Arcos tremendo.

Fonte: GOSCINNY, René & UDERZO, Albert. Asterix o Gaulês. Rio de Janeiro: Record, 2001. p.31

O mesmo pode ser dito dos riscos acima da cabeça da personagem, que informam a postura dela. Também temos vários exemplos de estado psicológico quando autores inserem gotas d’água, expressões faciais de sorrisos surgindo entre outras. Para Gordon (2002), estas expressões de estado psicológico e movimento já aparecem nos quadrinhos no final do século XIX. Nestes casos, assim como no acima, o contexto psicológico da linha cinética é maior que

a expressão do movimento.

Interessante ressaltar a importância da direção do movimento na utilização e leitura das linhas cinéticas. Na figura 120, Dahmer dá ao leitor a possibilidade de compreender a torção no braço da personagem apenas acompanhando a linha cinética desenhada por ele. A personagem Emir Saad não está apenas levantando o braço da sua vítima. Está torcendo-o. E esta compreensão dá-se apenas por meio do trajeto do risco que o artista fez.



Figura 120. Tira 777

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha777.gif>> acesso em 12/01/09

Ramos (2009) afirma que este recurso acabou tornando-se um marco nas histórias norte-americanas, e que no Japão, as linhas cinéticas são opostas às americanas, ou seja, o objeto em primeiro plano fica “estático” enquanto o fundo, o cenário “se move”. Os artistas japoneses em geral desfocam o fundo para dar ilusão de movimento, como podemos perceber na figura 121, onde todo o cenário é desfocado para mostrar a velocidade das personagens que estão correndo.



Figura 121. Linhas orientais.

Fonte: OTOMO, Katsuhiko. Akira 1. Rio de Janeiro: Globo, 1990. p.41

As linhas cinéticas desenvolveram-se de forma diferente no ocidente e no oriente. Esta diferença pode ser atribuída à cultura dos leitores e às origens dos quadrinhos em ambos

os continentes. Entretanto, atualmente podemos perceber um acréscimo de linhas cinéticas claramente influenciadas pelos mangás nos quadrinhos norte-americanos, como as histórias dos *Jovens Titãs*, grupo da editora norte-americana *DC Comics* e que se vale dos parceiros mirins dos grandes ícones da empresa. Ainda que essencialmente norte-americanos, sua estética foi claramente inspirada na estética oriental.



Figura 122. Linhas orientais no ocidente.

Fonte: TORRES, J. & NAUCK, Todd. Contagem Regressiva. in: *Jovens Titãs 11*. São Paulo: Panini, 2006. p.7

O mesmo podemos dizer a respeito do grupo de personagens de Mauricio de Sousa, que ao serem vertidos para versões mais adultas adotaram a estética oriental de contar a história e criar movimento, como podemos perceber na figura 123.

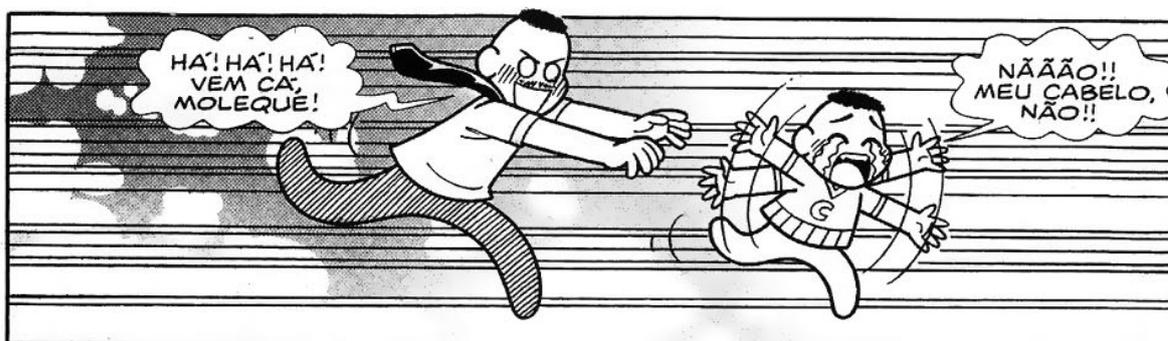


Figura 123. Linhas orientais no Brasil.

Fonte: SOUSA, Mauricio de. *Turma da Mônica Jovem 1*. São Paulo: Panini, 2008. p.18

Alguns orientais, porém, também se utilizam da estética ocidental nos seus mangás mais novos. Principalmente quando desejam demonstrar um leve movimento, utilizam-se das pequenas linhas cinéticas oriundas dos quadrinhos europeus ou norte-americanos, como vemos

na imagem 124.



Figura 124. Linhas ocidentais no oriente.

Fonte: ARAKAWA, Hiromu. *Fullmetal Alchemist 1*. São Paulo: JBC, 2007. p.7

A linguagem dos quadrinhos é, como já afirmado, um híbrido entre texto e imagem em um ambiente estático. Podemos perceber, entretanto, que muito de seu vocabulário dialoga com as linguagens cinéticas, conferindo-lhe uma gama muito grande de movimentos gerados na mente do leitor a partir dos elementos aqui discutidos.

### 3.7 COR

Desde seu início enquanto produto de disputa dos dois maiores jornais dos Estados Unidos, os quadrinhos são também coloridos. Em geral, como nos informa Gordon (2002) os jornais publicavam tiras em preto-e-branco de segunda a sábado e, no suplemento semanal de domingo, tiras coloridas. Joseph Pulitzer percebeu, a partir de 1895 com a tira *Yellow Kid*, de Outcault que as tiras ajudavam a aumentar a vendagem dos jornais.

Pulitzer parece ter percebido que as tiras coloridas chamavam mais a atenção dos consumidores da mídia e, conseqüentemente, produziam vendas, aumentando o capital do jornal e gerando lucro. Quella-Guyot (1994) afirma que os custos gerados pelo processo de quadricromia eram e ainda são largamente amortizados graças à esta maior venda decorrente da presença da cor nos jornais.

O processo de quadricromia deriva do processo da tricromia produzido por Maxwell, e que é assim descrito por Pedrosa (2006, p.109)

chama-se seleção à decomposição das cores naturais nas três cores primárias. Isso é feito através de fotografias com três filtros coloridos (vermelho, verde e azul). Cada filme possibilita a obtenção de uma película monocromática contendo todas as gamas de uma das cores primárias existentes no objeto fotografado. Obedecendo aos mesmos princípios de seleção, modernamente a sensibilização das três cores é feita numa única película composta de três camadas, cada uma destinada a receber determinada cor primária, criando os diapositivos, ou slides coloridos. Com base nesse princípio, desenvolveram-se a grande indústria gráfica do século XX, a fotografia em cores e o cinema colorido

A partir de Maxwell, foi desenvolvido o processo de mescla subtrativa, onde as cores básicas podiam compor quaisquer outras, uma vez que

as cores básicas subtrativas são o amarelo, o vermelho-magenta e o azul-esverdeado(ciano). cada uma delas reflete dois terços do espectro e absorve um terço. O ciano reflete a zona do espectro relativa ao azul-violeta e ao verde, mas absorve o vermelho-alaranjado. A parte absorvida de luz corresponde sempre à cor complementar, já que a parte refletida e a absorvida dão juntas a luz branca. (...) a base inicial da síntese subtrativa é o branco refletido pela totalidade das ondas luminosas que incidem sobre a superfície de um objeto. Cada cor básica subtrativa subtrai à reflexão um terço do espectro. A mescla de duas cores básicas subtrativas, como já vimos, forma uma outra cor. A mescla das três cores básicas subtrativas (amarelo, vermelho-magenta e ciano) produz o preto.” (FARINA, 1990, p.96)

Com a possibilidade da impressão colorida, tanto produtores quanto consumidores demandavam por tiras ou histórias coloridas, e os jornais com seus encartes de desenhos coloridos provocavam intensa batalha entre si. Os dois principais concorrentes, segundo Gordon (2002), eram *New York World*, de Joseph Pulitzer e *New York Journal*, de William Randolph Hearst. A batalha, ainda segundo o autor, foi desestabilizada a favor de Pulitzer graças ao suplemento colorido, ilustrado com o garoto com um pijama amarelo. Hearst para não perder vendagem e conseqüentemente anunciantes, também desenvolveu um suplemento colorido aos domingos, além de contratar Outcault para desenvolver o *Yellow Kid* no *Journal*. Provava-se assim que a utilização da cor revertia em vendagem e lucro para os jornais da época.

Quella-Guyot (1994) avisa, porém, que o colorido obtido entre o final do século XIX e o final da Segunda Guerra Mundial era muito inferior ao que poderia ser obtido depois, principalmente graças à melhoria dos equipamentos e a adição da cor preta na mistura resultante da cor. Daí o processo chamar-se quadricromia. Amarelo, magenta, ciano e, para reforçar os tons mais escuros, preto.

McCloud (2005) diz que o processo de quadricromia, mesmo nesta época, era ainda instável, e as cores, portanto, mal feitas, fruto tanto da economia de tinta, quanto da competência das máquinas impressoras do período. McCloud (2005 p.188) informa: “para compensar o ‘efeito empobrecedor’ do papel jornal e se destacar da concorrência, os heróis foram trajados com cores primárias e brilhantes e colocados num mundo primário brilhante”. Assim, nos Estados Unidos, o fator predominante para o uso desta ou daquela cor era seu destaque perante as demais. Porém, na maioria das páginas, graças ao acúmulo de cores contrastadas intensamente, nenhuma delas efetivamente predominava.

O papel utilizado tanto nos suplementos dos jornais quanto nas recém instauradas revistas em quadrinhos, principalmente após a Guerra, também não ajudava. Feito de polpa de papel, ou seja, o subproduto do papel utilizado para impressos mais “nobres” como livros, era capaz de apresentar bons resultados quando na impressão de textos apenas com tinta preta. Com a inserção das cores, o papel já se mostrava inadequado. No entanto, por ser muito barato, maximizava o lucro dos produtores, tornando além de viável o negócio dos quadrinhos também possibilitando a entrada das revistas em quadrinhos na indústria cultural.

Com o avanço da tecnologia de maquinário, as cores foram a parte dos quadrinhos que mais foi afetada, sendo que, segundo McCloud (2005), sempre houve uma tentativa norte-americana de tentar copiar a capacidade de colorização européia, muito superior à estadunidense.

Há, de acordo com Quella-Guyot (1994) uma preocupação européia em relação à utilização da cor que motivou o aprimoramento de certas técnicas e materiais, além da própria conotação dos quadrinhos nas terras do Velho Mundo. Na Europa os quadrinhos, desde *Tintim* em 1929, são vendidos também enquanto álbuns, ou seja, com melhor impressão e melhor papel. Esta diferença foi diminuída na segunda metade da década de 1980, com a popularização, nos Estados Unidos, da idéia de quadrinhos para pessoas adultas, fundamentalmente após as obras *O Cavaleiro das Trevas* de Frank Miller e *Watchmen* de Alan Moore e Dave Gibbons. As duas escolas de quadrinhos, porém, só se equivaleriam com a chegada em massa dos microcomputadores.

A primeira mudança inserida pelos computadores na estética dos quadrinhos foi justamente a colorização por computador. Antes dos artistas começarem a desenhar ou letrair em seus PCs, começaram a colorir. Com base na otimização das paletas de cores, o processo tornou-se mais fácil, mais rápido e, portanto, mais barato.

Podemos concluir que otimizar a paleta de cores é constituir cores padrões, computadorizadas, para cada elemento ou personagem. Define-se, então, a cor da roupa de determinada personagem no sol, na sombra, sob luz indireta, sob luz direta e assim por diante. Além disso, define-se as interações entre as cores, buscando uma paleta de cores perfeita para o equilíbrio e harmonia dos quadros dispostos em uma página. Esta otimização de cores já existia antes da invenção dos computadores, porém era mais imprecisa, e difícil de ser utilizada durante anos a fio, uma vez que suas cores eram estabelecidas baseada em misturas de outras cores, o que dependia não apenas do artista, mas também dos fabricantes de tinta e da depreciação natural do material.

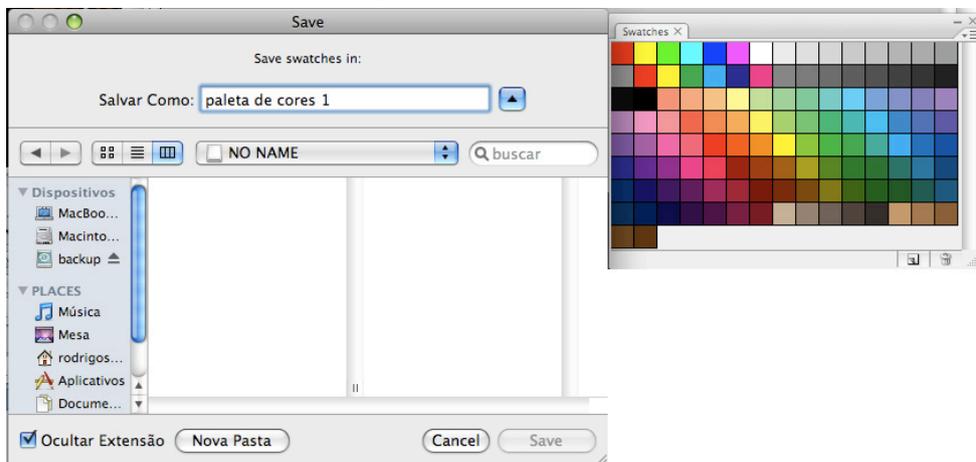
A criação da paleta de cores pode ser vista na figura 125, paleta da edição original de *Watchmen*, onde percebe-se códigos de misturas de cores para indicar motivos e situações onde serão utilizadas, além de seu composto pigmentar.



Figura 125. Paleta de cores analógica

Fonte: HIGGINS, John. in: GIBBONS, Dave. *Os Bastidores de Watchmen*. São Paulo: Aleph, 2009 p.165

Em contrapartida, para se criar uma paleta de cores em algum aplicativo específico, sabendo operar tal sistema, basta escolher as cores e mandar salvar sua opção. O artista só precisa ter cuidado para escolher cores no modo CMYK (*Cian, Magenta, Yellow e Black*) cujo espectro é passível de ser impresso.



**Figura 126. Paleta de cores digital.**

**Fonte: Autor.**

Há então um aumento no rol de possibilidades para o colorista de quadrinhos. O computador faz com que a cor seja perfeita, não importando se o motivo tem cores chapadas, gradientes ou texturizadas.

As cores digitais permitiram aos artistas um refinamento não apenas nas histórias inéditas como também naquelas que foram refeitas ao longo do tempo, onde artistas puderam refazer as cores originais utilizando métodos digitais, como podemos perceber nesta comparação feita em cima da obra *Watchmen*, criada em 1987 e recolorizada por computador em 2005.



Figura 127. Comparação de cores.

Fonte: HIGGINS, John. in: GIBBONS, Dave. Os Bastidores de Watchmen. São Paulo: Aleph, 2009 p.266

Com tal possibilidade, as mais vendidas obras de histórias em quadrinhos puderam ser reinseridas no mercado, com o diferencial da cor digital, gerando mais dividendos aos seus detentores, ao mesmo tempo que mostrava ao leitor a importância do processo de colorização em uma história em quadrinhos.

Grande parte das informações transmitidas nos quadrinhos são transmitidas por meio do uso de cores. Ramos (2009, p.84) diz que “a cor é um elemento que compõe a linguagem dos quadrinhos, mesmo nas histórias em preto-e-branco”. Para Farina (1990), a cor age de forma tripla no leitor. Ela impressiona sua retina, provoca uma emoção e tem valor de símbolo. Assim, a força psicológica exercida pelas cores em uma história em quadrinhos é muito grande. Após impressionar a retina, o leitor inicia o processo de identificação da cor relativo a seu

aspecto emocional. Aqui, fica claro que uma página de quadrinhos com cores mais próximas ao preto, por exemplo, tem influência diferente no leitor do que uma com cores mais saturadas. O artista, ao escolher sua paleta de cores, também influencia o valor simbólico da cor, uma vez que influencia a leitura e tem possibilidade de decidir o tom da história a partir de sua escolha. Até mesmo para indicar determinadas idéias do roteiro as cores podem ser utilizadas como marcador, como no exemplo abaixo, onde além do requadro ondulado, temos a utilização de um tom sépia nos quadrinhos, naturalmente indicando ao leitor um evento do passado da personagem, remetendo às cores das fotografias do início do século XX.

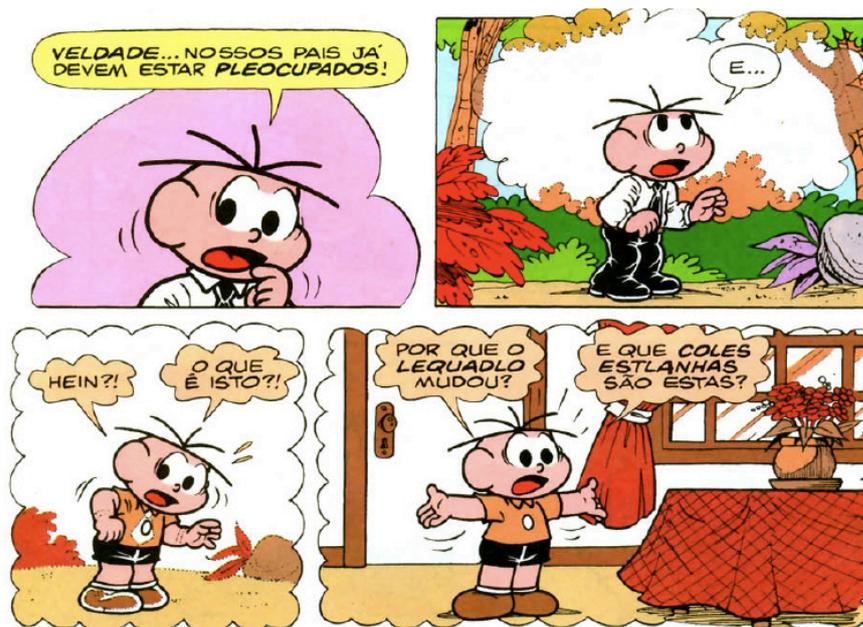


Figura 128. Passado e sépia.

Fonte: SOUSA, Mauricio de. *Turma da Mônica em Lostinho perdidinhos nos quadrinhos*. São Paulo: Panini, 2007. p.13

O valor simbólico da cor também pode ser visto na própria escolha das cores das vestimentas das personagens. Além de um processo técnico, onde pode-se avaliar vantagens e desvantagens técnicas da utilização de determinada cor, a associação com idéias e ideologias é facilmente identificável nos quadrinhos, principalmente nos norte-americanos e naqueles que estão mais arraigados com o processo de consumo, que são os chamados super-heróis. Não é difícil perceber que vários dos super-heróis daquele país carregam as cores da bandeira em seus símbolos. *Superman*, *Homem-Aranha*, *Mulher Maravilha* são alguns dos exemplos que podemos encontrar.

Mesmo no nicho de super-heróis, podemos encontrar diferentes usos para as cores, e todas com o aspecto psicológico das personagens envolvido. Ao analisarmos a personagem *Batman*, por exemplo, percebemos que graças à sua caracterização de personagem sombrio, suas melhores histórias, em geral, possuem alto teor de tinta preta nas páginas, como podemos perceber na figura 129.



Figura 129. Personagem sombrio.

Fonte: MORRISON, Grant & McKEAN, Dave. Asilo Arkham. São Paulo: Panini, 2003. p.54

Já a personagem *Superman* é tida como um ser iluminado, inclusive extraindo sua força indescritível a partir do sol. Em suas histórias, o tom de preto é naturalmente menor, sendo substituído, em geral, por tons mais saturados e mais claros, como mostra a figura 130.



Figura 130. Personagem iluminado.

Fonte: MORRISON, Grant & QUITELY, Frank. Grandes Astros Superman 3. São Paulo: Panini, 2007.

p.6

As cores assumem, então, segundo McCloud (2005), a capacidade de simbolizar determinados elementos, principalmente nos quadrinhos norte-americanos de massa. Elas passaram a simbolizar personagens na mente do leitor. Ramos (2009, p.84) diz

O Incrível Hulk é verde. O Lanterna Verde também. O Capitão América tem o uniforme com as cores da bandeira norte-americana. O vestido da Mônica é vermelho. Os Smurfs são conhecidos por serem todos azuis.

As cores também podem ser utilizadas nos quadrinhos tradicionalmente preto-e-brancos. Dhamer utiliza a cor em dois momentos: inicialmente quando deseja imprimir na história um aspecto que necessita de atenção especial, como na figura 131, onde a piada se completa com um único quadrinho colorido. Esta iniciativa de colocar apenas um quadro colorido no meio de vários preto-e-branco reforça o tom da piada. Apenas com a imagem colorida no quadro do centro consegue-se obter o impacto existente no último quadrinho.



Figura 131. Tira 1195

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha1195.gif>> acesso em 12/01/09

Também podemos perceber na obra de Dahmer uma preocupação com o reconhecimento do leitor em relação ao que foi apresentado pelo artista. Por isso na figura 132, os quadros pintados pelo macaco são coloridos. Do contrário a piada perder-se-ia no não reconhecimento dos leitores relativo ao quadro de Leonardo da Vinci, que na tira foi pintado pelo símio. Também é importante perceber que não se trata de um desenho de Dahmer (como na imagem anterior), mas sim uma fotografia inserida na tirinha.



Figura 132. Tira 583

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha583.gif>> acesso em 12/01/09

A utilização de fotografias coloridas misturadas ao desenho preto-e-branco está presente na obra de Dahmer em vários momentos. Além dos exemplos já apresentados, Dahmer insere imagens cada vez que as suas personagens flores viajam, ou estão em outro ambiente que não as tirinhas, como podemos ver na figura 133 onde suas personagens estão invadindo o palco do televisivo *Big Brother*. Para o reconhecimento do leitor era necessário a utilização da cor no cenário e na logomarca do programa.

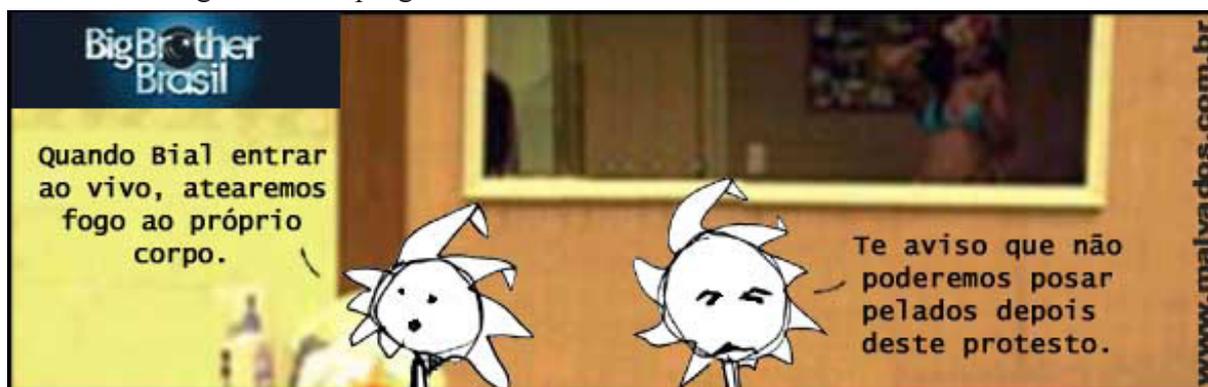


Figura 133. Tira 120

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha120.gif>> acesso em 12/01/09

Outra razão para Dahmer utilizar a cor é o impacto. O artista proporciona ao leitor maior impacto graças à utilização de breves elementos coloridos, que chamam a atenção do leitor e proporcionam a comicidade ou a crítica. Na figura 134, vemos uma personagem levar um tiro e sangue ser espirrado de sua cabeça.



Figura 134. Tira 733

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha733.gif>> acesso em 12/01/09

Já na figura 117, vimos outra história com uma personagem levando um tiro, porém desta vez o sangue está colorido.

Assim, há muito mais impacto na imagem colorida, no sangue vermelho do que no sangue cinza. O sangue como único elemento colorido da tira pode chamar ainda mais atenção do que se toda a tira fosse colorida, como percebemos na figura 135. Nesta, como a tira é inteiramente colorida, e com grande destaque à cor vermelha, o impacto visual do sangue saindo da personagem é inferior ao da figura 130, já que ele não é o único elemento saturado.

### Rei Emir Saad, o monstro de Zazanov



Figura 135. Tira 689

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha689.gif>> acesso em 12/01/09

Percebe-se então que Dahmer não utiliza as cores em tempo integral em suas tiras por uma razão estilística. Ramos (2009) mostra que para qualquer autor atualmente, o não uso das cores é apenas um recurso estilístico. Vários autores de quadrinhos preferem ver suas criações sem as cores, seja por conta da expressão obtida com o contraste máximo, seja por causa da própria cultura do gênero, que é descendente direto das tiras em jornais, estas em preto e branco.

## 4. CARACTERÍSTICAS DOS WEBCOMICS

### 4.1 ARQUIVAMENTO E ARQUIVOS

O arquivamento, armazenamento ou disponibilização na web, ou seja, a capacidade do leitor acessar todas os arquivos de determinado autor, obra ou tira, proporciona uma nova interação entre leitor e obra. Na maioria dos *webcomics* atuais há a capacidade de poder ler toda a obra a partir de um mesmo lugar (o *website*), transformando a maneira com que leitor e autor relacionam-se com a obra.

O artista acaba por ter maior liberdade graças a esta característica, uma vez que, segundo Campbell (2006) os arquivos *online* podem deixar o leitor a par do que aconteceu até então na história, fazendo com que o escritor não necessite de recordatórios ou *flashbacks* para orientar seu leitor acerca do que está ocorrendo.

Outra característica apontada ainda por Campbell (2006) é o fato de a tira não “desaparecer” da mente dos leitores. Em um jornal, como o autor compara, uma tirinha se perde em poucos dias, quando este jornal acaba por ser descartado. Na internet, graças ao arquivamento, o leitor tem consciência que pode encontrar a tira que leu anteriormente, e o medo da perda do escrito, salientado por Chartier (1999) existe em menor proporção. Na maneira como os *websites* são articulados, o único medo do leitor é que o *website* seja fechado, ou seja, apagado da internet.

Com isso, vários artistas começaram a produzir grandes arcos de histórias, que se alongavam durante dias e por vezes durante meses. Graças ao arquivamento, porém, seus leitores não precisavam buscar muito para compreender toda a história. Bastava um *hyperlink* indicando qual a tirinha que iniciava a história para que o leitor saciasse sua curiosidade e, mais importante, não abandonasse a leitura graças ao desconhecimento dos fatos acontecidos até então.

Esta característica é importante também quando comparamos com as histórias em quadrinhos impressas, que também processam grandes arcos, mas que acabam por ficar incompreensíveis para alguém que não começou a ler no início da saga. McCloud (2006) fala que um dos problemas para a “crise” dos quadrinhos norte-americanos de super-herói foi justamente a incompreensão por parte do leitor não-iniciado. O autor explica que, se o leitor não está acostumado àquela saga, ou àquelas personagens, muito provavelmente não comprará e tampouco lerá as histórias, refletindo na venda e popularidade do título em questão, como veremos no tópico sobre distribuição.

O arquivamento é possível graças à facilidade tanto técnica quanto econômica provida pelos servidores de internet. Uma vez que os arquivos de imagem utilizados pelos quadrinistas são, em geral arquivos com compressão JPEG ou GIF estes ocupam ínfimo espaço relativo.

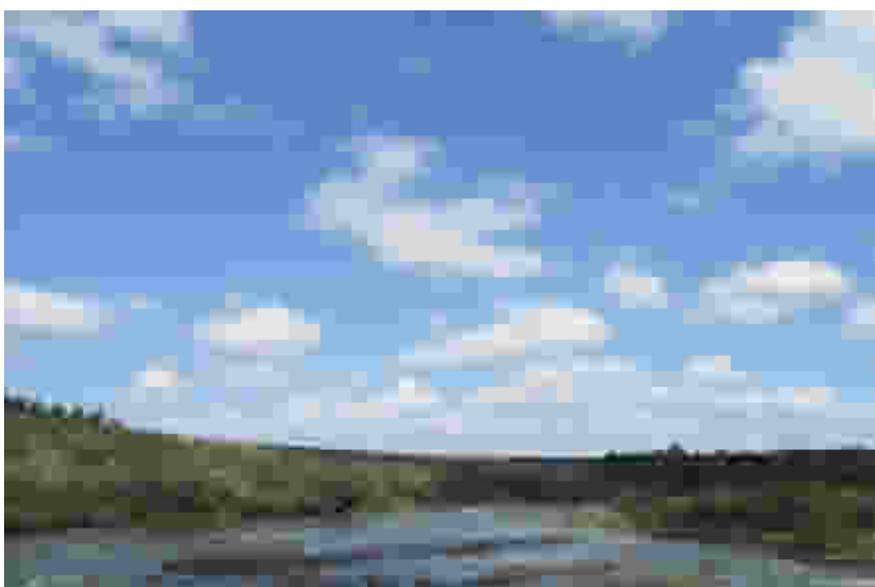
O formato JPEG (*Joint Photographic Experts Group*) foi projetado por um enorme grupo de desenvolvedores, das principais empresas mundiais no que tange à fotografia e às

imagens. Segundo o *website* oficial ([jpg.org](http://jpg.org)), participaram do comitê de criação do formato JPEG empresas como *Kodak*, *Microsoft*, *Adobe* e *Apple* entre muitas outras, além de várias instituições acadêmicas. O motivo da criação deste formato de arquivo foi a compressão significativa do tamanho de arquivos para fotografias. O grupo foi organizado em 1986 e o formato foi aprovado em 1994, menos de um ano depois da introdução do *Mosaic* por Marc Andreessen e, conseqüentemente, utilizado desde seu início para imagens na internet. Além da compressão, outra das peculiaridades importantes do formato é sua escalabilidade. Pode-se escolher a compressão do arquivo final em JPEG. Quanto maior a compressão, menor o arquivo, porém pior a qualidade. Para demonstrarmos isto, nas figuras abaixo temos a primeira com compressão de aproximadamente 10% e a segunda com compressão de 90%.



**Figura 136.** compressão 10%.

**Fonte:** autor.



**Figura 137.** Compressão 90%.

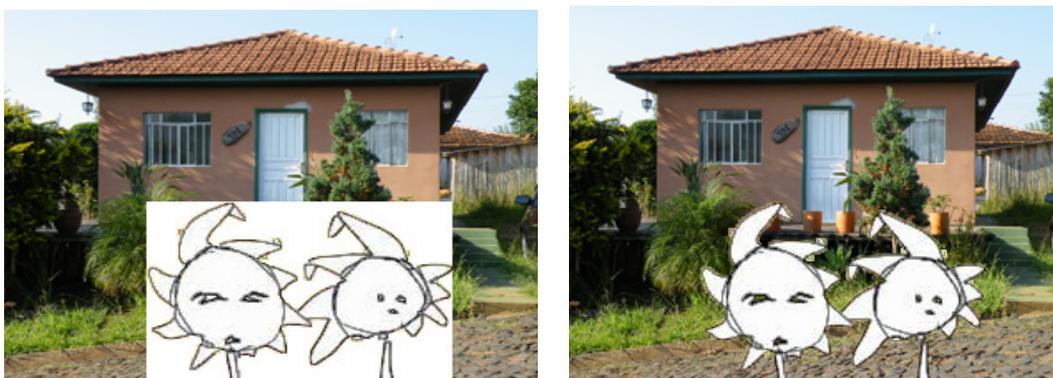
**Fonte:** Autor.

Grande parte dos quadrinhos *online* utiliza imagens comprimidas no formato JPEG em alguns locais no *website*, mas fica restrito às imagens que necessitam de mais cores, uma vez que o padrão JPEG proporciona uma paleta de aproximadamente 16 milhões de cores, ou seja, praticamente infinita dadas as condições do olho humano e com as mesmas capacidades de compreensão de cores do *browser* do usuário. É importante salientar que, por mais que o monitor e a placa de vídeo do leitor estejam configurados para 32 ou até 64 milhões de cores, o *browser* as limita em apenas 16.

Já os arquivos em formato GIF, para Graham (1998), podem ser melhor do que os JPG por serem capazes de indexar uma paleta de cores de até 256 cores, ou seja, para exibir uma imagem, o algoritmo de compressão do arquivo escolhe as 256 melhores cores para representar aquela figura. Quando há um número menor de cores, como no caso da maioria das tiras de Dahmer, onde só há preto e branco, o formato acaba por indexar apenas estas cores, diminuindo significativamente o tamanho e o peso dos arquivos, facilitando a navegação do usuário, que carrega arquivos menores e, portanto, mais rápidos.

O formato de arquivo GIF foi desenvolvido e introduzido pela primeira vez em 1987 pela empresa *Compuserve* que, segundo o consórcio W3C (2009) entrava no lugar do antigo formato, RLE, que era apenas preto e branco. Ainda segundo o *website* do consórcio, um arquivo GIF89a, nome completo do formato, utilizaria compressão LZW, muito mais eficiente do que todos os demais que existiam naquele momento, principalmente por gerar arquivos leves o suficiente para serem enviados pelos modems da época, que trabalhavam em uma velocidade de 9.600 kbps. Apenas para comparação, atualmente um modem residencial pode operar em até 100.000.000 kbps.

Os arquivos *.gif* ainda tinham outras duas vantagens em relação aos seus concorrentes: Uma das cores poderia ser transparente e eles poderiam ser animados. Assim, ao necessitar de determinada imagem sem fundo, com o recorte perfeito, no tamanho da imagem, era necessário que esta imagem fosse GIF. Os demais formatos de arquivo sempre colocavam um fundo quadrado de determinada cor, como podemos perceber na figura 138, onde colocamos uma imagem sobreposta a outra, no primeiro caso com formato JPG e no segundo com formato GIF, percebendo que apenas a GIF pode trabalhar com fundo transparente:



**Figura 138.** Transparência no formato GIF.

**Fonte:** Autor.

Além disso, o formato GIF pode também ser animado. Vários criadores de *websites* utilizam este recurso para chamar atenção ou mesmo para promover uma interação entre imagem e fundo. É importante ressaltar que os arquivos GIF ficam muito menores em relação aos JPGs se poucas cores forem utilizadas. Quando se colocam muitas cores, principalmente acima de 250 cores diferentes, a paleta otimizada do GIF acaba por gerar um arquivo maior que o equivalente JPG da mesma imagem.

Os arquivos que não são imagéticos são, em geral, arquivos de linguagem HTML. A linguagem HTML (*Hypertext Markup Language*) não é uma linguagem de programação. Ela é considerada apenas linguagem de marcação, uma vez que, segundo Graham (1998), cabe a ela apenas gerar códigos que, interpretados pelo *browser*, mostram ao usuário o *layout* definido pelo programador visual da página. Seus atributos são basicamente visuais.

Ainda segundo Graham (1998, p.1), linguagem de marcação “é uma forma de descrever, utilizando instruções incorporadas ao documento, o que o texto do documento significa, ou como deve parecer”. Existem dois tipos de linguagens de marcação. A física, onde as marcações dizem como o documento deve parecer em qualquer ambiente, ou seja, servem apenas para meios onde pode-se controlar completamente o ambiente final. É ideal para o uso em impressos, pois o programador tem controle sobre as dimensões e gramatura do papel. O outro tipo de marcação é a lógica, ou semântica. Neste caso, a marcação define o papel funcional do elemento naquele contexto, e não necessariamente como ele deve parecer. O HTML faz parte deste segundo tipo de marcação.

A linguagem trabalha por meio de comandos, chamados *tags*, ou rótulos, que são interpretados pelo navegador do usuário, transformando o código HTML em diagramação e conteúdo visíveis na tela. As *tags*, normalmente estão dentro dos marcadores < e > em seu início de formatação e </ > em seu final de formatação. Podemos exemplificar dizendo que no texto “Quadrinhos <i>Malvados</i> - André Dahmer” a palavra *Malvados* será lida pelo *browser* como itálico graças à inserção da letra *i* dentro dos marcadores das *tags*.

A linguagem é dividida em dois grandes blocos: <head> e <body>. No cabeçalho (<head>) são inseridas pelo programador visual as instruções para o *browser*, tais como *scripts* de programação ou *meta-tags*, que veremos adiante. Já na parte do corpo do documento (<body>) há a possibilidade de inserção de *layouts* e conteúdos para que o usuário possa ler na tela de seu computador. O que está entre <body> e </body> é visto pelo usuário que está navegando pela página em questão.

Por meio do HTML o programador visual pode alterar a tipografia, ainda que isto seja restrito às fontes passíveis de existência na máquina do usuário-leitor. É importante salientar, como faz Nielsen (2000) que as fontes são arquivos locais de cada máquina, e que não necessariamente uma máquina tem as fontes idênticas às de outras máquina. Assim, comumente usam-se as fontes de letras mais comuns aos usuários, como os tipos sem serifa *Arial*, *Verdana* e *Helvética*, e os tipos com serifa como *Times New Roman*, *Times* e *Georgia*. Há também espaço para as fontes monoespaciaçadas (aquelas cujo espaçamento é idêntico em todas as letras) como

*Courier* ou *Courier New*. Também o programador pode optar por utilizar as fontes de sistema, ou seja, aquelas cujo sistema operacional é dependente. Estas fontes, obviamente são diferentes nos diferentes sistemas operacionais, como *MacOS*, *Windows* ou *GNU/Linux*. No entanto, tais fontes são mais difíceis de serem apagadas pelos usuários do sistema. Nielsen (2000 p.26) afirma:

É muito arriscado ser excessivamente específico no uso de fontes na *web*. (...) Na maioria das vezes, é melhor não especificar fontes e simplesmente aceitar a fonte padrão, pois sabidamente sempre funcionará. Uma alternativa para quando quiser criar uma determinada fonte é listar várias alternativas a fim de maximizar a probabilidade de que uma das fontes esteja efetivamente disponível na máquina do usuário.

Outra característica da HTML é a possibilidade de controle do corpo das fontes a serem mostradas. Usualmente, estes tamanhos vão de 1 (menor tamanho possível) à 7 (maior tamanho possível), em uma unidade criada especificamente para a internet em sua origem. Este tamanho também é determinado pelo tipo. Uma fonte *Verdana*, por exemplo, é naturalmente maior que uma fonte *Times New Roman*. As fontes utilizadas por André Dahmer em sua diagramação são todas de tamanho 1.

A linguagem HTML também possibilita ao desenvolvedor das páginas manipular as cores existentes tanto no texto quanto no fundo das páginas. Estas cores podem ser representadas por meio da combinação de códigos hexadecimais. Os códigos hexadecimais são elaborados através de três pares de algarismos alfanuméricos, indo de 0 à F, sendo este o mais intenso e aquele o mais fraco. Assim, o primeiro par refere-se à cor vermelha na tela, o segundo par ao verde e o terceiro par ao azul. Com isso, temos, para cada uma das cores primárias, 256 posições de cor, sendo a mais fraca (ausência) 00 e a mais forte (cor pura) FF. A combinação destas posições gera 16.777.216 cores, ou seja, 16 bits de cor. Para exemplificar, podemos dizer que o azul puro é definido como 0000FF, ou seja, nada de vermelho, nada de verde e 100% de azul. O ciano pode ser obtido com a mistura das cores verde e azul, ou seja, 00FFFF. Se quisermos um ciano mais escuro, basta diminuirmos a gradação de azul e de verde. 009999 é um ciano mais escuro. Assim percebendo, 000000 é ausência de cor e FFFFFFFF é a soma de todas as cores, ou seja, respectivamente preto e branco.

O HTML, segundo Graham(1998), também pode ser usado para diagramação, sendo o uso de tabelas o mais comum entre os que o utilizam assim. Ainda que esta forma de diagramação esteja aos poucos sendo abolida dos *websites*, graças à dificuldade das ferramentas de busca em encontrar conteúdo dentro das tabelas, e sendo trocada pela linguagem de marcação CSS (*Cascade Style Sheets*), que falaremos adiante, por muitos anos estas foram as principais auxiliares na criação e execução dos *layouts* dos *websites*. Pode-se, com o código HTML, definir “áreas” onde ficarão, por exemplo, a logomarca da tirinha, a tira em si e os *links* superiores e inferiores, como percebemos nas páginas do *website Malvados*. Ali percebemos a utilização de tabelas aninhadas (uma “dentro” da outra) para diagramar o *website*, além da utilização de *frames*, ou seja, páginas aninhadas. Dahmer, por exemplo, divide a página principal de suas tirinhas em três grandes áreas, como mostra a figura 139. Percebemos uma célula de tabela superior onde

encaixa-se o título da tira, uma célula de “respiro” de diagramação, ou seja, um espaço para que título e tira não se confundam, e abaixo desta a tira propriamente dita. Atualmente, ao lado de ambas, o espaço comercializado pela empresa *Google* e seu programa *AdSense*, que serão explicados posteriormente neste estudo. Esta última célula, porém, só começou a fazer parte da diagramação a partir da tira número 805, datada de 28 de junho de 2007, provavelmente a data em que Dahmer incorporou o serviço da empresa *Google* ao seu rol de maneiras de obtenção de lucro pelo *website*.



Figura 139. wireframe da página com tiras.

Fonte: Autor.



Figura 140. Tira 804

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha804.gif>> acesso em 12/01/09



Figura 141. Tira 805

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha805.gif>> acesso em 12/01/09

Outra característica das páginas HTML é a possível inclusão de *meta-tags*, ou seja, *tags* que informam não ao usuário, mas sim ao *browser*, segundo Graham (1998), fornecendo um local para inserção de informações que não foram definidas por outros elementos do <head>. Entre estas *tags*, as mais comuns são aquelas que dizem respeito à facilitar com que os motores de busca na internet, como os da *Google*, encontrem a página mais facilmente. Há também *meta-tags* que informam o criador do *website*, tempo de atualização automática no *browser* do usuário, qual o *software* utilizado para criação das páginas, suas palavras-chave, a descrição do *website* como um todo e até mesmo qual o idioma e conjunto de caracteres deve o *browser* utilizar para melhor enxergar a página.

Para auxiliar o código HTML, temos os códigos CSS (*Cascading Style Sheets*), Folhas de Estilo em Cascata. Com a utilização da CSS, ainda segundo Budd, Moll & Collison (2006), a marcação torna-se mais concisa, torna-se significativa e estruturada. Ou seja, qualquer desenvolvedor consegue compreender uma página estruturada por outro desenvolvedor, graças tanto à estrutura, que é sempre a mesma, quanto à significação, que marca para o programador o que cada pedaço do código está realizando naquele momento.

Além dessas características, a performance do *website* pode também melhorar, uma vez que o código CSS pode estar em outro arquivo, fora das páginas visitadas. Com isso, várias páginas podem se valer do mesmo arquivo .css que conterá todas as estruturas de diagramação do *website*. Quando o visitante carrega a primeira página do *website*, seu computador carrega também o arquivo .css com as formatações. A partir deste momento, todas as demais páginas visitadas não mais precisarão carregar as estruturas de formatação, gerando um acréscimo na velocidade de carregamento de cada uma das páginas posteriores, graças à leitura já feita do arquivo .css.

Como a estrutura visual separa-se do conteúdo, fica também mais fácil a encontrabilidade do *website* pelas ferramentas de busca online, como *Google* ou *Yahoo!*. Segundo Battelle (2006), estas empresas possuem pequenos *softwares* chamados *robots* ou *webbots* ou *crawlers* que

vasculham a rede indexando as páginas encontradas para uma melhor busca posterior. Como páginas diagramadas apenas por meio do código HTML são mais confusas e com maior número de estruturas (muitas delas inúteis), esses *softwares* têm dificuldade em indexar, fazendo com que sua pontuação no *PageRank*, cuja definição veremos adiante, decresça, deixando esta página como uma das últimas da lista das páginas de busca e, em muitos casos, inviabilizando o próprio *website* que, se não for encontrado, não será visitado.

Graças ao tamanho ínfimo destes tipos de arquivo, atualmente é possível ter dez anos de tiras armazenadas sem comprometer o espaço em disco existente no servidor ou a performance do mesmo. De fato, pouquíssimos quadrinistas preocupam-se com este tipo de detalhe, haja vista a capacidade de armazenamento existente nos servidores atuais. Cerca de 3800 arquivos existentes no *website Malvados.com.br* entre 2001 e 2008 ocupam espaço de 56.8 Mb apenas. A título de comparação, o menor armazenamento que se pode alugar atualmente no Brasil é de 5 Gb, ou seja, 90.000 vezes mais do que Dahmer gasta com toda sua produção.

Muda-se assim um aspecto muito importante no que tange tanto a produção quanto o consumo das histórias em quadrinhos. Problemas encontrados pelos quadrinistas de outrora, como separação de cores, papel utilizado e distribuição caem por terra. Junto com eles a dificuldade de compreensão de alguns desenhos, ou cores ou até mesmo das palavras, que por vezes não ficava legível, seja por problemas relacionados à impressão, seja por problema da dificuldade em relação ao tipos, por parte dos leitores.

Como salienta McCloud (2005), uma das severas críticas recebidas principalmente pelas histórias de super-heróis diz respeito à cronologia, ou seja, conhecer toda a história de determinada personagem para poder compreender a história. Esta incapacidade de compreensão levava muitos indivíduos a pararem de comprar as revistas, ao mesmo tempo que inviabilizava novos leitores. Com o armazenamento e sua fácil consulta, qualquer leitor pode procurar o início da história e compreender toda a trama, no momento em que quiser, desde que previsto no projeto do *website*.

Podem existir também alguns motivos para que o autor de quadrinhos não utilize em demasia o recurso do arquivamento praticamente infinito: primeiramente uma necessidade estilística e de liberdade em relação às histórias criadas. É muito comum determinado autor utilizar seu espaço para criação de várias histórias com várias personagens que não têm ligação entre si, como Dahmer faz, por exemplo, com suas histórias de *Emir Saad*, *o monstro de Zazanov* e *Sara a Sofrida*. Além disso, o autor não necessariamente tem interesse em utilizar grandes arcos de histórias. Mesmo que a temática proporcione e seja possível, em vários casos é opção do artista “quebrar” vários arcos em arcos menores e mais densos.

O segundo motivo para não utilizar em demasia o armazenamento digital é explicitado por Fagin (2009), que ressalta que não necessariamente as pessoas estão interessadas em ler grandes arcos de histórias e que normalmente as pessoas só usam os arquivos por dois motivos: abrir múltiplas janelas para poder ler mais rapidamente as tiras, facilitando o processo de transferência de dados do servidor ao seu *browser*; e para achar uma tira em particular. O autor

fala que é importante ter os arquivos armazenados, mas a maneira como estes arquivos chegarão ao leitor também é importante, e que a navegação por estes arquivos deve ser facilitada, de preferência indicando ao leitor sobre o que se trata cada arco de histórias ou cada conjunto de tiras.

## 4.2 LEITOR

Toda leitura é apropriação. Chartier (1999) já nos fala que a leitura também é produção de significados, invenção, consumo. O texto implica significações que cada leitor constrói a partir de seus próprios códigos de leitura, onde ele recebe e se apropria do texto de forma determinada. O texto, ou o quadrinho, não tem o sentido que lhe atribui seu autor. Pelo menos não totalmente. O leitor é livre para interpretar e inventar, criar, fazer e desfazer. Mas esta liberdade, como ainda nos indica Chartier (1999, p.77) não é absoluta. Há para o leitor várias limitações “derivadas das capacidades, convenções e hábitos que caracterizam, em suas diferenças, as práticas de leitura”.

Crianças, adolescentes, jovens e idosos lêem diferentemente. Além disso, segundo Chartier (2002), há diferentes formas de leitura, mesmo na mesma “esfera” de leitores. Há os que não prestam atenção na história como um todo, pegando apenas os fragmentos que interessam. Outra leitura é feita quando retêm-se apenas aquilo que é facilmente memorizável, como lugares-comuns e expressões feitas, que, ao final, não permitem uma relação íntima com a história. E há também a leitura que capta o texto na sua totalidade complexa sem o reduzir a episódios esparsos ou à leitura rasa. Por um lado, a leitura é prática criadora, atividade produtora de sentidos singulares, de significações irreduzíveis às intenções dos autores ou daqueles que fazem os livros. Por outro lado, ainda segundo Chartier (2002), o leitor é sempre pensado (pelo autor, pelo editor, pelo crítico...) como devendo ficar sujeito a um sentido único, a uma compreensão correta, a uma leitura autorizada.

A leitura de *webcomics*, já em sua gênese, deixa de ser uma leitura apenas de histórias em quadrinhos para ser uma leitura utilizando o suporte do monitor de vídeo do computador utilizado pelo leitor: o suporte do computador e da internet. Para Manguel (1997, p.151), o suporte do computador é correlato aos “desajeitados rolos que possuíam uma superfície limitada”. Para o autor, voltamos ao antigo formato de livro que revela apenas uma parte do texto de cada vez, enquanto temos que rolar a tela para baixo ou para os lados em nossos computadores.

A maior perda, segundo Manguel (1997) é a incapacidade da anotação, a incapacidade do leitor de fazer inclusões e comentários às margens das páginas digitais. Além desta perda, outra coisa que caracteriza a leitura dos *webcomics* é a incapacidade de transporte fácil. Característica que por vezes é compensada pela facilidade de acesso mundial. Se o livro não está com o leitor, ele não poderá ser lido. Já uma leitura digital pode ser feita em qualquer computador do mundo com acesso à internet. Mesmo com a existência cada vez mais presente dos computadores de mão, ou laptops, entretanto, ainda assim não há o conforto da leitura que pode realizar-se em

qualquer lugar, apenas mantendo o livro confortavelmente aberto nas mãos do leitor. Condição esta que pode mudar graças ao conforto proporcionado por novas tecnologias de livros digitais tais como o *Kindle*, da empresa norte-americana *Amazon*, *Ipad* da também estadunidense *Apple* ou o *Reader*, da empresa japonesa *Sony*, bem como tecnologias que surgirão para suprir esta necessidade de mobilidade e confortabilidade do texto digital. Manguel (1997) também afirma que quanto mais confortável é o formato do livro, mais popular ele se torna, é outra leitura, são outros quadrinhos.

Atualmente pode haver uma distinção não apenas do tipo de leitura, mas do tipo de produção destas obras e também de consumo. As pessoas parecem consumir textos impressos em determinadas ocasiões e textos digitais em outras, quando ambos estão disponíveis. O conforto de ler um livro em papel, que pode facilmente ser transportado, anotado, manuseado não é o mesmo que um livro ou quadrinho digital, porém, as obras digitais oferecem uma praticidade muito maior no momento que é necessário pesquisar determinado termo, consultar rapidamente ou mesmo distrair-se de forma mais rápida. A rapidez não é inerente aos livros, mas parece ser à internet.

A distração rápida, a fuga do objeto do trabalho durante poucos momentos é um dos principais motores dos *webcomics* segundo Allen (2007). Grande parte das pessoas que acessam quadrinhos *online* o fazem no horário comercial, ou seja, provavelmente em seu horário de trabalho. A leitura dos quadrinhos torna-se então, uma forma de consumo dito não produtivo, como nos fala Lemos (2008). As pessoas do mundo corporativo utilizam a rapidez e a praticidade das páginas de internet para refugiar-se alguns momentos no universo dos quadrinhos.

Com o texto virtual, numa tela de computador, a própria palavra “objeto” perde seu sentido para representar uma história em quadrinhos. Chartier (1999) diz que tanto a estruturação do que foi escrito quanto a leitura deste se modificam. Para ele, há uma distribuição, estruturação e até mesmo uma organização totalmente nova no que diz respeito aos textos digitais. O leitor não é mais obrigado a ler a partir da organização montada do texto em formato livro. Ele é, portanto, mais livre para montar, organizar e ler da maneira que lhe melhor convier. A leitura torna-se fragmentada, seja com a “colagem” de vários textos que, impressos, dão novo sentido à leitura, seja com a descartabilidade oferecida pela internet, onde as pessoas lêem tantas coisas em tantos *websites* diferentes que, a menos que tomem nota naquele instante, perdem-se e possivelmente nunca mais saibam de onde tiraram tal informação. Mesmo assim, conforme salienta Chartier (2002, p.127), é importante ressaltar que “não existe nenhum texto fora do suporte que dá o que ler, que não há compreensão de um escrito, qualquer que ele seja, que não dependa das formas através das quais ele chega ao seu leitor.”

García Canclini (1997) diz que atualmente há as fotocopiadoras onde alunos fazem novas encadernações, na lógica não mais da produção intelectual, mas sim do uso das palavras para seguir um professor ou para prestar um exame. Há também o videocassete, ou gravador de DVD (ainda que este não seja tão disseminado pela população), que assemelha a televisão à biblioteca, pois permite a justaposição de tópicos diferentes entre si. Também existem os

*videoclips*, gênero intrinsecamente pós-moderno, mescla de música, imagem e texto. Reúne melodias e imagens de várias épocas, cita coisas fora do contexto, e é despreocupado. O *videoclip* abusa das referências, mesmo sem a contextualização. Essa estética do *videoclip* não funciona apenas para músicas da MTV<sup>13</sup>. O *videoclip* é a estética, não o conteúdo. Atualmente temos *clips* empresariais, políticos, publicitários, didáticos, que substituem o manual de negócios, o panfleto, o espetáculo teatral, os comícios eleitorais.

*Videoclips* são como a arte em *fast food*. Ainda que sua utilização seja menor do que se havia previsto em décadas passadas, o consumidor está cada vez mais exigindo produtos rápidos e facilmente digeríveis, que podemos exemplificar com a duração dos programas da MTV, que possuem em torno de 15 minutos, ou dos programas de entrevistas, onde cada entrevista também tem esta média de tempo. Além disso, como salienta Martín-Barbero(2004), há a prática do *zapping*, ou seja, a troca de canais compulsiva proporcionada pela invenção do controle remoto, que leva à mudança dos excessivos canais existentes atualmente principalmente nas televisões por assinaturas, que possuem de 100 a 350 canais para o assinante.

Este novo leitor, em meio a tantas explosões e fusões de idéias, comporta-se mais como um agregador de material do que propriamente aquilo que Chartier (1999) chama de leitor fiel. Há inclusive uma certa dificuldade em prever o que fará este leitor. Para Chartier (1999) esta que aí está é a primeira geração composta pelo texto eletrônico, e ela precisa se adaptar à aprendizagens novas. O autor inclusive explica que, diferente de alguns anos atrás, quando um leitor profissional perambulava por uma biblioteca, junto aos livros, procurando o que lhe importava, atualmente o leitor só precisa se dirigir ao seu computador. Pela primeira vez, livros e leitor podem estar em locais separados.

O leitor de quadrinhos *online* ainda tem a particularidade da participação. Benjamin (1996) percebeu esta possível participação do leitor enquanto fenômeno da cultura de massa já em sua gênese. Para o filósofo, havia no início dos jornais uma separação clara que foi ficando cada vez mais tênue entre escritor e leitor. De início com as “cartas dos leitores” ou “sessão de cartas”, os leitores começaram a opinar mais acerca do que liam, diminuindo a dicotomia entre leitor e escritor, chegando, hoje, ao ápice dos *blogs*<sup>14</sup> de internet, onde todos são leitores e todos são escritores.

Plaza (2009), diz que as interfaces também afetam o leitor, e que este possui diversas formas de incluir-se na obra. Para o autor, há a participação passiva, onde o leitor contempla, percebe, imagina, entre outros. Além desta, há a participação ativa, onde há a exploração, manipulação do objeto e também a intervenção, onde o espectador/leitor pode também modificar a obra. Uma quarta forma seria a participação perceptiva, existente basicamente na arte cinética. Por fim, o autor coloca a interatividade. Para ele, esta é uma relação recíproca entre usuário

13 Principal canal de música jovem na televisão mundial

14 *Blogs* ou *weblogs* têm seu início com a idéia de serem diários *online*, onde o escritor colocaria seus textos à apreciação na internet. O *blog*, porém tem como principal característica a facilidade de inserção de comentários, tornando-se assim um canal direto e imediato entre leitor e escritor. Como todo escritor em *blogs* também é leitor de outros *blogs*, pode-se afirmar que virtualmente todos lêem todos e todos escrevem para todos.

e sistema inteligente. Há, portanto, diversas formas de participação do leitor imaginado por Benjamin (1996).

Para Mendo (2008), o leitor de quadrinhos impressos interage de forma muito mais limitada com suas leituras do que um leitor conectado à rede de computadores. Na internet o usuário pode até mesmo apropriar-se da história, em muitos casos interferindo ou modificando seu andamento. Além disso, no hipertexto, como observa Plaza (2009), o leitor também faz uso de sua parcela escritor ao estabelecer ligações e elos navegando entre uma página e outra, um quadrinho e outro. E este leitor ainda comunica-se com outros leitores de forma mais franca e aberta, normalmente sem indivíduos mediadores. Ele comunica-se com leitores da mesma história em “tempo real” e, em alguns casos, pode inclusive agir como personagem. Plaza (2009, p. 25) diz que “em pleno cyberspace, todo mundo é autor, ninguém é autor. Todos somos produtores-consumidores: ou seja, esta indo solenemente por água abaixo a velha e renitente distinção entre quem faz e quem frui”.

Para Campbell (2006), desde 1998 os autores de *webcomics* passaram a compreender a importância do *feedback* dos leitores. Mesmo antes do termo “*blog*” ser cunhado, os primeiros escritores de *webcomics* já o faziam. Já aceitavam sugestões e críticas de seus leitores, ao mesmo tempo que deixavam seus e-mails disponíveis para possíveis questionamentos e elocubrações por parte dos leitores. É comum que os autores cedam a algumas pressões por parte de seus leitores, que desejam que determinado personagem faça isto ou aquilo. Violência, nudez gratuita e romances inesperados são algumas das coisas que, de acordo com Campbell (2006), os escritores acatam para deixar sua audiência feliz. Outra característica interessante, e que aparece por demanda dos leitores/fãs, são os *crossovers*<sup>15</sup> entre personagens de diversos autores diferentes. Por mais que estas características sejam inerentes às mais diversas formas de comunicação, graças à rapidez e à própria natureza de compartilhamento da internet, estas ficam mais evidenciadas no suporte *online*.

Estas medidas acabam por dar certo pois os cartunistas *web*, ao mesmo tempo que desejam o sucesso, desejam também o senso de comunidade e de participação com seus leitores. Campbell (2006) comenta que em alguns casos os fóruns *online* têm mais visitação que os próprios quadrinhos.

Guigar et al. (2008) dizem que uma das melhores características dos *webcomics* é justamente esta capacidade de comunicação com o leitor. Para eles, este contato é facilitado pela ausência de intermediários, jornalistas ou entrevistas. O contato direto com o leitor pode ser feito de diversas maneiras, porém, não pode deixar de ser feito jamais.

O grau de interação social proporcionado pelos *webcomics* é fator determinante, como afirma Mendo (2008, p.98) para diferenciá-los das histórias em quadrinhos impressas. O próprio ambiente de comunicação gerado pela internet “propicia maior interatividade, em escala global, e inter-relação entre pessoas.” Com isto, forma-se novo leitor, mais inserido na comunidade que o cerca, e menos isolado em seus alfarrábios. O leitor de histórias em quadrinhos digitais não é

15 Passagem de um personagem, de determinada história, de determinado autor, para outra história, outro autor.

apenas mais um leitor, é um interventor.

### 4.3 DISTRIBUIÇÃO

Com a entrada da internet no mercado de publicações e notícias, muitas empresas sofreram sérios abalos em suas estruturas tanto financeiras quanto de credibilidade. A internet surge, na década de 1990 como uma alternativa à distribuição e a circulação do mercado de venda direta. Como venda direta, entende-se a venda em pontos estratégicos, direcionados ao público consumidor, como *comic shops* ou tabacarias, em oposição à venda em locais de consumo público, como supermercados ou bancas de jornal. Já na metade da década de 1990, segundo Allen (2007), os periódicos viram sua circulação cair, e muito desta queda foi atribuída à *web*. Graças a *websites* de leilão e venda de artigos usados como *eBay* e outros, os anúncios em seus classificados também caíram muito. Revistas como *Time*, *Life* ou *People* também tiveram significativa diminuição de suas vendas. O autor ainda nos informa que os administradores destes jornais e revistas não sabiam, no momento, exatamente como proceder: precisavam ter um marco na internet, com conteúdo interessante o suficiente para que seus leitores os visitassem, mostrando a relevância da publicação, ao mesmo tempo que não sabiam o que deixar livre aos visitantes do *website*, o que deveria estar fechado apenas para assinantes, o que deveria ser feito no modo *pay-per-view*<sup>16</sup>, onde poderiam ser tentados micropagamentos<sup>17</sup>, ou se deixariam todo o *website* aberto e tentariam lucrar com venda de patrocínio em *banners*. Um dos exemplos mais enfáticos desta incapacidade de adaptação ao fenômeno da internet, segundo Allen (2007) é a *Encyclopaedia Britannica*, que não soube se adaptar e hoje é mera sombra do que fora outrora.

Os quadrinhos, entretanto, têm historicamente outras formas de comercialização. Revistas em quadrinhos iniciaram-se em 1930, tendo o mesmo tipo de distribuição que revistas como *Time* ou *Life*. A partir da década de 1970 surge o mercado de colecionadores. Este mercado não trabalhava mais com consignação<sup>18</sup> e, apesar dos descontos, o livreiro tinha que comprar as edições. Se encalhasse, ou seja, não vendessem, o prejuízo era inteiro do livreiro. Isso abriu as portas para os pequenos editores. Em 1980 as grandes distribuidoras entraram nesse novo mercado, e em 1990 a venda direta era o principal canal de distribuição de revistas em quadrinhos.

Importante ressaltar, como faz Allen (2007), a queda das vendas de revistas em quadrinhos. Em 1940, nos Estados Unidos, *Superman* vendia um milhão de cópias por edição. Em 1960, vendia na média de 810.000 cópias por edição. Em 1970, 446.000. O *Homem-Aranha* vendia 322.000 em 1970 e 296.000 em 1980. Em 1990, só com venda direta, *Homem-Aranha* vendia 544.000 e o fenômeno *X-Men* chegou a vender 967.000 cópias. Em 1992 a *Image*

16 Compra de apenas um item no website, seja uma matéria, uma foto, um vídeo ou uma notícia.

17 ver o tópico sobre negócios

18 No sistema da consignações, a editora deixava com o lojista um grande número de edições. As que não fossem vendidas eram recolhidas pela própria editora, e o lojista não pagava por estas edições.

*Comics* vendia entre 700 mil e 1 milhão de cópias de seus títulos. Apenas na venda direta. Estes números ilustram a força das chamadas *comic shops* no início de sua atuação. Como vimos, as vendas declinaram durante certo período e se reergueram através deste tipo de distribuição, que justificou a ausência, para estas editoras, de outro tipo de distribuição.

Os quadrinhos cômicos da *Archie Comics* não aderiram ao mercado direto. Em 1970 vendia 482.000 cópias. Em 1992, 47.000, ou seja, não vender apenas no mercado direto proporcionou uma retração nas vendas destes quadrinhos. Vendo um aumento no mercado direto e uma retração nos pontos de venda, em 1995, a *Marvel Comics*, principal editora de quadrinhos do mercado norte-americano e mundial, parou de distribuir suas revistas, e em 1996 apenas a empresa *Diamond* as distribuía. E apenas para o mercado direto. Em 1993 o mercado de revistas em quadrinhos começou a retrair. O problema é que até hoje esta retração não diminuiu. Em 1992 existiam cerca de 10.000 *comic shops* nos Estados Unidos. Allen (2007) salienta que em 2003 havia em torno de 3500. Em 2007 havia pouco mais de 2000 lojas. Em maio de 2003, 4, 5% da distribuição da *Marvel* era da maneira tradicional, 3,3% assinaturas e o restante, apenas mercado direto.

Em 2003, o título mais vendido (a nova revista do *Wolverine*) vendeu 163.000 cópias. Apenas mais 5 títulos venderam acima de 100.000 cópias. *Archie Comics* ainda tem 88% da circulação fora do mercado direto, e a maioria dos seus títulos vende 25.000 cópias. Seus encadernados, por outro lado, vendem muito bem, acima de 121.000 cópias. Em 1999 vendas comuns eram só 14% na *Marvel*. No primeiro semestre deste ano, a *Marvel* tomou a decisão de reimprimir encadernados das sagas para livrarias possibilitando saber quem comprava as revistas e como, facilitando ações de *marketing* e captação de novos clientes e anunciantes. Mesmo assim, como percebemos pelos números acima, a queda das vendas foi brutal a partir da segunda metade da década de 1990. Mesmo que os quadrinhos como um todo ainda fossem massivamente comprados, com milhões de exemplares vendidos todos os meses, os títulos acabaram por tornar-se menos rentáveis individualmente, obrigando as editoras e detentoras das marcas a tentar novas alternativas.

A editora achou que a venda no mercado direto era melhor que assinaturas. Possibilitava também uma lealdade entre leitor e *comic shop*. Outra estratégia em relação à venda comum é que, obrigando o leitor a ir à *comic shop*, criava neste o hábito, além de poder despertar no consumidor interesse por outro título, levando o indivíduo a consumir mais histórias e mais personagens.

Os quadrinhos *online*, porém, vieram estabelecer outra maneira de comércio no que diz respeito às histórias em quadrinhos. Agora não mais interessava o ponto de venda ou a maneira de distribuição. O que importa, com a chegada dos *webcomics* é a visitação de seus *websites*.

Uma das maneiras de fazer com que os *webcomics* tivessem mais visibilidade e, conseqüentemente, mais visitação era o uso de *websites* agregadores, servidores específicos para *webcomics*. Campbell (2006) informa que *Webcomics.com* foi o primeiro servidor específico para *webcomics*. Surgido em 1999, onde companhias de “comunidades” *online* surgiam a cada

momento e nomes como *Geocities*, *Tripod* e *Cidade Internet* ofereciam hospedagem gratuita a seus usuários, o serviço não agradou aos cartunistas digitais tanto quanto seu concorrente, o *website Big Panda*.

Neste momento histórico a idéia de “portais” agregadores de conteúdo era muito bem vista, porém assuntos e interesses por vezes incoerentes fez com que este tipo de iniciativa não desse tão certo quanto seus investidores esperavam. Como já vimos, uma nova idéia surgiu: “vortal” ou “portal vertical”, sobre apenas um assunto. No caso do *Big Panda*, quadrinhos.

Campbell (2006) conta que um desentendimento fez com que Chris Crosby, cartunista e idealizador, não fosse contratado pelo *Big Panda*. O artista então chamou o programador e também cartunista Darren Blue, e em seguida entrou em contato com os cartunistas que estavam descontentes com o serviço do *Big Panda*, que, segundo alguns usuários, não deixava quadrinhos menores prosperarem, e iniciou seu próprio agregador de conteúdo de quadrinhos online: *Keenspot*.

Este serviço, segundo Campbell (2006), pagava aos criadores 50% dos lucros obtidos na publicidade do *website*, descontados os custos de manutenção. Em 2004, segundo Allen (2007), *Keenspot* tinha mensalmente 70 milhões de pageviews e 2,5 milhões de visitantes únicos. Atualmente (22/04/09), de acordo com o *website* de monitoramento de audiência *alexa.com*, o *Keenspot* nos Estados Unidos é o *website* número 5.135 entre todos os do país. A título de comparação, o *website* da maior editora de quadrinhos dos Estados Unidos, a *Marvel Comics*, é o *website* de número 1.443. Podemos perceber então que há, em um universo de bilhões de *websites*, ótima visibilidade e visitação nos quadrinhos divulgados apenas pela internet. Tanto os quadrinhos e personagens já consolidados no mercado estadunidense, como os da *Marvel*, como os novos talentos, mostrados por meio do *Keenspot*.

Atualmente há vários subsites dentro do próprio *Keenspot*, todos relativos a *webcomics* que já atingiram algum status dentro da comunidade e precisam ficar em endereço próprio, porém dentro dos servidores do *Keenspot*. Como o serviço de hospedagem no *Keenspot* é pago, foi criado também o *website ComicGenesis*, para *webcomics* que não têm dinheiro ou não querem pagar por um serviço mais profissional. Desde 1 de maio de 2008 o *website Keenspot* deixou de atualizar seu serviço *premium*, e passou a ser gratuito. Atualmente o *ComicGenesis* responde pela maior parte da visitação da empresa, sendo inclusive o *website* de número 4.443 no ranking do *Alexa*.

No Brasil não há iniciativas fortes de *webcomics* desenvolverem portais. O único que teve repercussão, chegando a durar seis anos foi o *website CyberComix*, analisado por Franco (2008) e já explicitado neste estudo. O intuito deste *website*, porém, não era divulgar novos talentos, e sim apresentar antigos e consolidados cartunistas do país em uma tentativa de interação multimidiática através da internet. Segundo Franco (2008, p.180), o site seguia

como um dos espaços de criação de quadrinhos para a rede mais importantes do cenário brasileiro, aglomerando ao seu redor dezenas de artistas conhecidos por seus quadrinhos impressos que começam a fazer experiências com a hipermídia.

Nestes seis anos o *website* teve nomes importantes dos quadrinhos brasileiros, como Angeli, Laerte, Fernando Gonsales, Adão Iturrugarai, Spacca e Lourenço Mutarelli. O modelo, entretanto, parece não ter dado tão certo no Brasil quanto nos Estados Unidos, e hoje os webcartunistas estão aproximando-se do público através de *websites* construídos e mantidos individualmente, além de *blogs*, *fotologs*<sup>19</sup> e outras ferramentas como *Orkut*<sup>20</sup>, *msn*<sup>21</sup> e *twitter*<sup>22</sup>.

Há muitos *webcomics* brasileiros com grande visitação, entre eles nosso objeto de estudos, o *website Malvados.com.br*, que, ainda segundo o *Alexa*, está na posição 6.125 entre todos os *websites* do Brasil.

#### 4.4 NEGÓCIOS

Desde sua origem reproduzível, como já vimos em tópicos anteriores, as histórias em quadrinhos sempre foram um instrumento interessante tanto para aumentar a circulação dos jornais, como na disputa entre Hearst e Pulitzer, até as disputas nos jornais brasileiros, que como informa Júnior (2004) acabaram por gerar os suplementos infantis, além das disputas nas bancas de jornais tanto brasileiras quanto norte-americanas, e mais recentemente pela distribuição setorializada instituída, principalmente nos Estados Unidos pela empresa *Diamond*.

A internet, entretanto, era um local incomum e difícil de ser compreendido em sua origem. Os administradores levaram algum tempo para entender como extrair desta rede as bases capitalistas do lucro e da mais valia. Em um ambiente aparentemente anárquico e “livre”, as tentativas de gerenciar um negócio muitas vezes não funcionaram pela dificuldade da própria compreensão do fenômeno midiático que se colocava para aqueles que deveriam gerir o “negócio” internet. A nova mídia que se apresentava necessitava de um tempo para compreender suas potencialidades e fraquezas. Matinas Suzuki Jr., em entrevista a Vieira (2003, p.240) afirma: “Existe um tempo de maturação de qualquer negócio. A publicidade nos jornais americanos levou oitenta anos para se tornar um grande negócio. Na televisão, levou quatro décadas”.

Os quadrinhos também tentavam se estabelecer financeiramente viáveis nesta ocasião. O problema, como salienta Cambell (2006), foi a dificuldade de descobrir como esta possibilidade poderia tornar-se realidade. Surgem, então, diversas idéias e conceitos sobre como manter a produção de quadrinhos *online* crescente e de alguma forma capaz de garantir o sustento de seus criadores. Bill Jemas (*apud* Allen 2007), principal executivo da *Marvel Comics* na década de 1990, afirmou que se o negócio não gerasse considerável lucro, não era negócio, era um hobby. Ainda mais tratando-se de quadrinhos, onde qualquer edição com menos de 10.000

19 Mistura das palavras *blog* e foto, ou seja, um diário fotográfico.

20 *website* de relacionamentos da empresa *Google*.

21 Comunicador instantâneo da empresa *Microsoft*.

22 Microblog, ou seja, um diário que comporta entradas de até 140 caracteres por vez.

cópias poderia ser considerada um fracasso. Ainda que, do ponto de vista puramente econômico, segundo Allen (2007), apenas uma tiragem inferior a 1000 cópias gera prejuízo automático.

Os criadores de *webcomics* que tencionavam profissionalizar-se, então, são obrigados a criar novas formas de comercialização de seus trabalhos. Ou permanecer como criadores esporádicos, que usam os quadrinhos apenas para satisfação pessoal.

Allen (2007) cita cinco tipos ou modelos de negócios específicos para *webcomics*: publicidades, micropagamentos, assinaturas, *merchandising* e doações, além de misturas entre diversos modelos.

Oriundas do próprio negócio de publicidade do jornais norte-americanos, a principal saída para os *websites* de quadrinhos é a comercialização de espaços publicitários. Estes espaços em geral são *banners*, ou seja, espaços reservados dentro do *layout* do site, normalmente quadrados e no topo da página. Podem também ser animados ou destacar-se por suas cores diferentes do *website* em questão. Há também os *banners* de diferentes formas e em diferentes espaços dentro do visual do *website*. De qualquer forma, todo esforço de diferenciação ou destaque tem como objetivo destacar a propaganda e fazer com que o usuário clique no *link* proposto pelo *banner*. Estes *banners* em *websites* são vendidos em Custo Por Mil (CPM) ou Custo Por Clique (CPC). O CPM é um valor pago pelo anunciante indexado em mil visitas de usuários, ou seja, a cada mil vezes que a página é exibida conta-se 1 CPM, não importando se os usuários clicam ou não nos *links* apresentados no *banner* em questão. O CPC por sua vez é o valor pago pelo anunciante cada vez que um usuário clica efetivamente no *link* proposto, não importando quantas visitas ocorreram na página. Segundo Allen (2007), o valor dessa publicidade é muito variável. Desde US\$ 5,50 a poucos centavos. O *website Keenspot*, por exemplo, vende suas publicidades a US\$ 1,25 ou US\$ 1,00 CPM.

A maneira como os leitores chegam aos quadrinhos também é de suma importância. A quantidade de usuários que acessam as páginas através dos motores de busca de empresas como *Google* ou *Yahoo!* é gigantesco. Segundo Ribeiro (2009), um endereço que está na quinta posição na busca do *Google*, se atingir a primeira posição chegaria a 800% de aumento de tráfego. Atualmente um *website* pode receber de 70% a 90% de suas visitas através das buscas efetuadas nos buscadores.

Segundo Battelle (2006), as empresas de busca *online*, tais como *Google* e *Yahoo!*, possuem pequenos *softwares* chamados *robots* ou *webbots* ou *crawlers* que vasculham a rede indexando as páginas encontradas para uma melhor busca posterior. O melhor destes mecanismos de busca é o *PageRank*, da *Google*.

*PageRank* é, segundo Battelle (2006), o algoritmo criado pela empresa *Google* para melhor hierarquizar as respostas de seus usuários em suas páginas. O algoritmo examina as conexões numa página, os *hiperlinks* em torno delas e a popularidade das páginas que se conectam a outra página e as fatora juntas para determinar a relevância final de determinada página para responder a pergunta do usuário. Com essa análise, os índices são povoados com etiquetas, que nada mais são que outro tipo de metadados, ou seja, dados sobre os dados. Assim

uma relevância é obtida, fazendo com que estes metadados sejam críticos para que a empresa consiga oferecer os resultados mais relevantes. A equação envolvendo dados, metadados e outras questões não é divulgada pela empresa, uma vez que é segredo comercial e a razão da existência da *Google*.

A partir daí a publicidade *online* modifica-se. Segundo Battelle (2006), a *Google* comprou, em abril de 2003, a empresa *Aplied Semantics*. Esta empresa desenvolveu um algoritmo que compreendia o contexto da página exibida através de inúmeras variáveis, entre elas a quantidade de palavras relativas ao tema e a conexão entre palavras afins. Com isso, a empresa de Larry Page e Sergey Brin desenvolveu um modelo de negócios onde os anúncios eram “escolhidos” pelo algoritmo de uma maneira a se tornar relevante para o usuário. Por exemplo, em uma página com o tema “viagens” provavelmente os *links* de publicidade serão de empresas turísticas, hotéis ou guias de viagem. Este tipo de negócio acabou por se tornar a principal fonte de renda de inúmeros *websites*, principalmente dos *blogs*, cujo principal conteúdo acabava refletido nos hiperlinks.

O *AdSense*, segundo Battelle (2006), foi lançado em março de 2003 e começou a ser usado pelos usuários a partir de junho deste mesmo ano. O programa foi um sucesso pois colocava em igualdade grandes *websites* e pequenos *blogs*. Qualquer interessado poderia colocar em suas páginas poucas linhas de código e ter propaganda instantânea, escolhida pela *Google* para gerar compensação financeira ao usuário. Seu maior apelo foi com os pequenos *blogs*, que anteriormente não tinham como transformar em dinheiro o pequeno tráfego que haviam acumulado. Battelle (2006, p.130) diz que “para muitas pessoas o *AdSense* era equivalente à magia - eles adicionavam algumas linhas de código aos seus sites e, depois de mais ou menos um mês, os cheques da *Google* começavam a chegar pelo correio.”

A maior diferença e também maior atração do *AdSense* vem do fato de que ele era direcionado não pelas consultas dos consumidores, baseadas em intenções, mas sim pelo conteúdo que estava sendo veiculado no *website*. Ainda segundo Battelle (2006, p.130): “a suposição era que, se um leitor estivesse visitando um site a respeito, por exemplo, de flores, os anúncios sobre flores das redes *Google* seriam adequados.”

Os *webcomics*, no entanto, não conseguem usufruir profundamente deste serviço, pois, segundo Allen (2007), o algoritmo da *Google* só lê palavras, sendo incapaz de perceber o contexto dentro das imagens das tiras. Mesmo assim, uma das fontes de renda do *website Malvados* é o *AdSense*. Colocado no canto direito da tira, a partir de 28 de junho de 2007, em geral apresenta *links* relacionados a escolas de arte, *websites* de entretenimento ou *downloads* para celular, como podemos perceber nas figuras 142 e 143.



### CADERNOS DO INCONSCIENTE "Se não lembra, passe a anotar" - TIA ANA



| [tirinha de ontem](#) | [malvados.com.br](#) | [malvados como página inicial](#) | [publicar os malvados](#) |

Figura 142. Tira 805

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha805.gif>> acesso em 12/01/09



| [tirinha de ontem](#) | [malvados.com.br](#) | [malvados como página inicial](#) | [publicar os malvados](#) |

Figura 143. Tira 811

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha811.gif>> acesso em 12/01/09

Percebemos que os anúncios conseguem refletir o conceito geral do *website*, que é o humor e a arte, mas não consegue perceber o que ocorre em cada tirinha. Não consegue usar o algoritmo para apresentar ao usuário da internet um *hyperlink* relacionado com a tirinha, o que, com certeza, poderia trazer maiores benefícios para o visitante do *website*.

Outra forma de captar dinheiro com um *website* de *webcomics* é através dos micropagamentos. Idealizados por McCloud (2006, p.184), o micropagamento é um “sistema de pagamento proporcional, em que os custos da venda permanecem uma pequena parcela do preço total, mesmo nos níveis de uns poucos centavos”. O leitor paga para ler uma ou mais tirinhas, com um valor irrisório. Porém, como os *websites* são acessados por milhões de pessoas todos os meses, o montante final poderia ser representativo. O problema com os micropagamentos, são os custos envolvidos no processo, uma vez que uma empresa gerenciadora de cartões de crédito não poderia, devido aos seus custos processuais, envolver-se neste tipo de pagamento, já que eles não representariam grande quantidade para a administradora do cartão:

O problema com os cartões de crédito tradicionais é que toda transação, pequena ou

grande, tem um custo fixo para cobrir coisas como faturas e atendimento ao cliente; um custo que pode abocanhar grandes pedaços de pequenas compras. Assim, se um artista quiser cobrar 30 centavos de seus leitores, ele pode... mas será cobrado em um ou dois barões pelo privilégio.(McCLOUD 2006, p.184)

Com isso, uma nova empresa foi criada, chamada *BitPass*. Segundo Allen (2007), a empresa ficava com 15% do valor da transação para cada pagamento efetuado. O valor do pagamento dependia da *BitPass*, mas também dependia da popularidade do *webcomic* e fundamentalmente do que McCloud falava no momento. Como idealizador dos micropagamentos, o que o cartunista falava acabava por virar forma tradicional de negociação. Para Allen (2007), a maior força por trás da idéia dos micropagamentos e o quanto estes deveriam custar era McCloud.

Com os quadrinhos, no entanto, os micropagamentos acabaram não dando certo e pouquíssimos são os *webcomics* que ainda os utilizam. A própria empresa *BitPass* abriu falência em janeiro de 2007.

Porém, independente dos quadrinhos e de McCloud, o germe dos micropagamentos acabou funcionando em outra atividade cultural: a música. A venda de músicas no formato digital MP3 pela *iTunes Store*, de propriedade da empresa *Apple* é imensa. Segundo o *website* da própria *Apple*<sup>23</sup>, os valores das músicas são taxados em US\$ 0,69, US\$ 0,99 ou US\$ 1,29 (lançamentos). Seu início deu-se em 28 de abril de 2003 e até janeiro de 2009 vendeu mais de 6 bilhões de músicas com um acervo de mais de 10.000.000 canções, desde artistas consagrados à desconhecidos que pretendem divulgar seu trabalho musical. Uma das empresas responsáveis pelo gerenciamento destas contas e da forma como dar-se-ão os pagamentos em geral é a americana *PayPal*, empresa de micropagamentos que foi claramente impulsionada pela ascensão da *iTunes Store* e também se aproveitou da ascensão de outra empresa de internet: a líder em leilões *online*, *eBay*.

As assinaturas são outra forma de recebimento dos *webcomics*. Allen (2007) mostra que há assinatura tipo revista, onde o leitor/assinante paga uma quantia mensal, semestral ou anual para poder acessar todo o conteúdo existente no *website*. Neste caso, todas as tirinhas. A outra forma de assinatura é por meio de privilégios. O assinante paga uma quantia para poder usufruir de certas coisas que o visitante normal não tem acesso. Entre os possíveis benefícios, Allen (2007) cita conteúdo exclusivo e páginas sem propaganda.

As assinaturas funcionam bem, ainda segundo Allen (2007), com tirinhas mais reconhecidas pelo público, e mesmo estas sempre deixam um pedaço do seu conteúdo aberto, para estimular a visitação e garantir um número maior de curiosos e possíveis assinantes. O próprio McCloud (2006) ressalta que fechar por completo um *website*   um erro, pois inevitavelmente vai diminuir o número de acessos e em médio prazo o *website* acabará fechando por falta de recursos.

Vários cartunistas *web* abandonaram estas formas de receita em favor de uma outra forma de garantir seu sustento: o *merchandising*. Por meio de objetos que referenciam aspectos do *webcomic*, os cartunistas conseguem desenvolver diversas fontes de rendimento. Allen

(2007) explica sobre bonecos, camisetas, broches, adesivos... todos eles relativos à marca ou aos personagens.

Este tipo de negócio é interessante para o cartunista pois, além de existir a renda monetária derivada de tais objetos, ainda há uma renda de ampliação da marca, do nome ou mesmo da identidade do *webcomic*, tornando-o mais famoso, e, portanto, mais acessado, gerando um efeito cascata que trará mais e mais leitores e possíveis consumidores. André Dahmer vende, no *website malvados.com.br*, uma série de objetos, alguns colecionáveis outros não. Por meio do *link capitalismo*, podemos perceber a venda de objetos de porcelana com a identificação da tira, como canecas e cinzeiros, além de camisetas e estátuas das personagens.

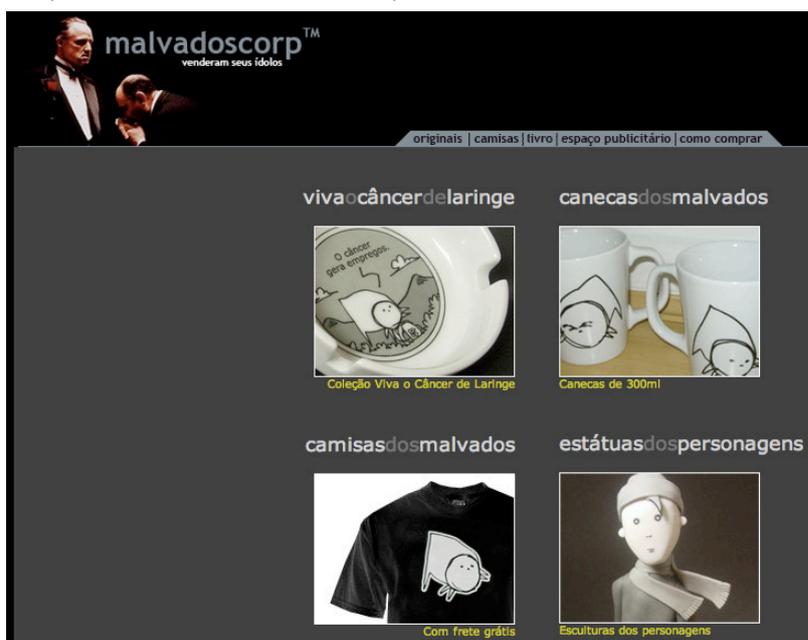


Figura 144. MalvadosCorp 1

Fonte: < <http://www.malvados.com.br/Malvadoscorp/index.html> > acesso em 15/06/09

Outra coisa comercializada por Dahmer são originais de seus desenhos, sendo estes os itens mais caros, obviamente peças vendidas para colecionadores dispostos a gastar com este tipo de mercadoria. Há também a venda dos livros do autor, onde o mesmo autografa as peças para maior valorização por parte do comprador, em geral, um colecionador.



Figura 145. MalvadosCorp 2

Fonte: < <http://www.malvados.com.br/malvadoscorp/originais.html> > acesso em 15/06/09

Há, porém, uma ressalva, feita por Crosbie (*apud* Allen, 2007) que apenas 1% dos visitantes de um *website* efetivamente compra algum item por este vendido. Como a audiência de um *webcomic* pode ser muito alta, este valor de 1% pode vir a ser um montante considerável de dinheiro.

O último tipo de rendimento apresentado por Allen (2007) são as doações. Estas compõem uma maneira onde o cartunista pede dinheiro aos seus leitores. O próprio Allen afirma ser uma estratégia arriscada, pois em geral as pessoas não sentem-se confortáveis doando dinheiro. O autor também afirma que em geral o profissional não se sente bem ao pedir dinheiro para manter seu *website* no ar. Para exemplificar, o autor explica que o próprio Scott McCloud não consegue sobreviver apenas de doações, e que estas representam pouquíssimo dinheiro para o artista. McCloud em sete meses conseguiu arrecadar apenas US\$ 1.000,00 o que é muito pouco levando-se em consideração o trabalho do artista e as demais maneiras de se arrecadar dinheiro com *webcomic*.

A maioria dos cartunistas acaba, então, escolhendo mais de uma forma de rendimento. Há um uso simultâneo de diversas formas de arrecadação. Segundo Allen (2007), em geral os *websites* de quadrinhos utilizam-se de diferentes combinações para manterem-se financeiramente saudáveis e rentáveis. André Dhamer e seu *Malvados*, por exemplo, utiliza o já citado AdSense da empresa Google, além de *merchandising*, como já foi visto, e venda de espaço publicitário para empresas como a loja *online Submarino*. Também há parcerias evidentes no *website*, como a com o servidor de internet *Hostnet*, que permuta anúncios no *website* dos *Malvados* em troca de um pequeno mas eficiente espaço publicitário. Uma vez que a página de Dahmer é uma das mais acessadas em seu segmento no Brasil, a parceria pode ser deveras vantajosa à *Hostnet*.

Há também a venda de livros que o autor recomenda. Esta venda de livros está associada à loja *online Submarino*, e em seu programa de afiliados. Um exemplo das publicidades da Hostnet e do *Submarino* por ser visualizada na figura 146.



The banner is divided into several sections. At the top, a purple bar contains the Submarino logo and a promotion for a 'Notebook Dual Core 2GB 250GB 14" + Mochila Grátis' for 'por R\$ 1.449' in '12X sem juros'. Below this, the main content area has a white background. On the left, there's a section titled 'ESCOLA DA VIDA' with a dropdown menu showing 'Bolinhas' and an image of a black t-shirt with a cartoon character. Below the t-shirt are social media icons for Twitter and Facebook, and a note 'SITE HOSPEDADO NA MINDNET'. In the center, the 'malvados' logo is displayed in a large, bold, black font, with the text 'número 1309 • CATA-CORNO GOOGLE: deletar a lixeira' underneath. To the right of the logo is a comic strip panel. The panel is titled 'passando de fase' vertically on the left. The comic text reads: 'A vida é um grande fliperama: Se você pontua bem, Deus dá outra ficha no final.' Below the text is a drawing of a character with a speech bubble. To the right of the panel, the text 'pre ego con' is visible. At the bottom of the banner, there is a link: '| tirinha de ontem | malvados.com.br | m

Figura 146. Banner Submarino.

Fonte: < <http://www.malvados.com.br> > acesso em 15/06/09

O programa de afiliados do *Submarino*, segundo a própria loja, oferece ao dono do *website* a chance de oferecer livros para venda na loja. Quando um *link* destes é clicado, o visitante vai para a página do *Submarino*. Qualquer compra que este usuário realizar, a partir deste acesso, contabiliza uma porcentagem para o dono do *website* que contém a propaganda. As porcentagens são diferentes para diferentes tipos de produtos, mas as principais são para livros nacionais, 8%, livros importados, 4%, papelaria, 2%, CDs, DVDs, *Blu-Rays* e *games*, 4%. No caso de nosso objeto de estudo, são indicados apenas livros nacionais.

## 4.5 TEMÁTICAS E IDENTIFICAÇÕES

Ainda que nosso tema de estudo esteja dentro da temática das tirinhas cômicas ou, como explica Ramos (2009), das tiras de humor que se tornam híbrido entre piada e quadrinhos, torna-se necessário para um melhor entendimento da produção de *webcomics* as definições dos diferentes tipos de temáticas nestes quadrinhos.

Há alguns temas que são mais relativos aos *webcomics*, como salientam Horton & Romero (2008): basicamente eles dividem-se em quadrinhos de humor, quadrinhos de aventura e aqueles que mostram o cotidiano. Naturalmente há outras temáticas, tais como terror ou suspense, mas estas acabam derivando ou sendo derivadas de alguns dos outros temas. Dentro da própria definição de humor há várias subdivisões, como os próprios autores adiantam. Campbell (2006) fala que os *webcomics* também desenvolveram novos gêneros humorísticos.

Há temáticas nativas da própria internet e do mundo *online*, como o humor relativo aos videogames ou o chamado *nerdcore*. A internet proporcionou uma nova platéia para este tipo de história. Nos temas existem várias subdivisões, como humor autobiográfico, humor sobre cultura *pop*, aventuras relativas aos jogos de computador, quotidianos femininos ou de empresas, bem como como temáticas que não se aplicam nem nas divisões principais e nem nas subdivisões.

Uma das características salientadas por Horton & Romero (2008) em relação aos quadrinhos cômicos é o fato da sua propagação pela rede internet. É uma constante pessoas receberem, enviarem ou reencaminharem uma piada feita em quadrinhos. Este tipo de propagação, em geral através do e-mail, faz com que os quadrinhos enviados acabem por ficar mais conhecidos. O próprio quadrinho dos *Malvados* acabou popularizando-se muito através de e-mails que pessoas enviavam umas às outras com as piadas criadas por Dahmer.

Outra característica são as identificações dos leitores com as piadas. Segundo Campbell (2006), a grande popularização da tira *User Friendly* de J.D. Frazer deve-se à temática das tiras. Como satirizavam o mundo da informática, dos computadores e dos chamados *nerds*, as pessoas que mais utilizavam a internet em 1997 identificavam-se com os problemas e soluções apontadas pelo autor para suas personagens. Este e vários outros *webcomics* são apontados como “humor *nerd*”, aquele que faz rir através das especificidades de um nicho de comportamento. Uma das características mais interessantes nesta temática é que a tira não surte o mesmo efeito cômico para pessoas que não trabalham ou vivem no mundo altamente informatizado. A tira presente na figura 147 só faz sentido quando o leitor trabalha com computadores. E mais ainda, quando trabalhava, em 1997, com o sistema operacional *Windows 95*, que era constantemente alvo de travamentos e “operações ilegais” por parte do sistema.

USER FRIENDLY by Illiad

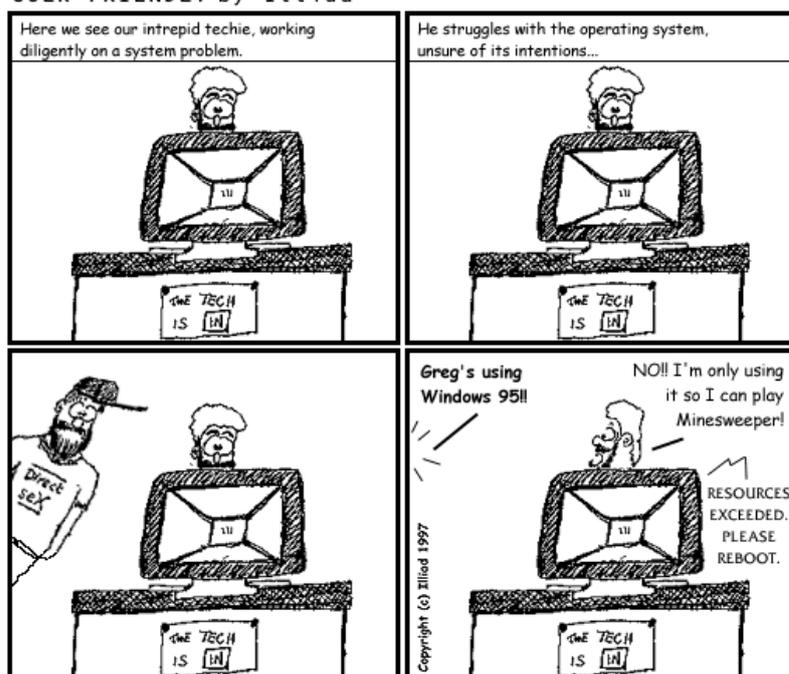


Figura 147. Windows 95

Fonte: <<http://ars.userfriendly.org/cartoons/?id=19971126>> acesso em 29/05/09

No mercado impresso de quadrinhos este tipo de humor talvez não tivesse sucesso, uma vez que a maioria das pessoas que lêem estes quadrinhos, como já informamos, não compraria uma revista em quadrinhos. Lê *online* pois um amigo enviou por e-mail ou algo semelhante. A “tiragem” que percebe-se na internet não seria possível no mundo das revistas impressas por dois motivos: o interesse das pessoas não afeitas aos quadrinhos e o descompromisso proporcionado por uma mensagem de correio eletrônico. A mesma pessoa que lê descompromissadamente uma tirinha recebida em seu correio não necessariamente é a mesma que vai há uma *comic shop* comprar uma revista.

Ademais, o principal motivo é o nicho exercido pelas piadas do autor. É muito mais fácil atingir este nicho por meio de mensagens instantâneas do que esperar que estas pessoas interessadas por computador vão comprar as revistas. Anderson (2006) diz que o mundo do nicho só é alcançável por meio de uma rede global, que desconhece fronteiras, e que é praticamente instantânea. Qualquer pessoa ligada à informática identifica-se com estas personagens e suas histórias, não importa se o leitor trabalha em uma empresa na África, Oceania ou Europa. O autor identificou o nicho, e faz piada para ele.

O mesmo acontece com outra subtemática: a dos quadrinhos *online* relativos aos *videogames*. Quem não acompanha e não é acostumado a jogar estes jogos não consegue compreender as piadas. A tira *Penny Arcade*, de Holkins e Krahulik não são, segundo Campbell (2006), entendidas por pessoas que não conhecessem os jogos satirizados. Um leitor comum não entenderia a piada, não acharia graça. No entanto, segundo Allen (2007), em 2004 ela tinha 3,7 milhões de visitantes únicos por mês, e 29 milhões de *pageviews*<sup>24</sup> por mês, tornando-se o *webcomic* de maior sucesso da história. Mas isso, como já vimos, deve-se primariamente não aos fãs de quadrinhos, e sim aos fãs de *videogames*, que sentiam-se ali representados. Os autores privilegiavam o público que jogava jogos, em detrimento do público que lia quadrinhos. Na figura 148, só há sentido àqueles que praticam *videogame*, pois é incompreensível para o restante da população. A própria sigla *PS3* é impossível de se entender, a menos que se saiba que se trata de um console de *videogame* (*Playstation 3*, da empresa japonesa *Sony*).

---

24 Número de páginas visitadas num determinado período de tempo, ou seja, o número de clicks que dizem respeito a arquivos pedidos diretamente pelo usuário, deixando de fora arquivos associados como os gráficos do *website*. Normalmente, se alguém só visitar a página principal de um *website* ficará registado apenas um *pageview*, se eventualmente depois visitar uma página de arquivo será registado um segundo *pageview*, e assim consecutivamente. (<http://www.asseptic.org/pages/blogossario/>) Para o mercado publicitário um *pageview* é a unidade de mensuração de uma página visitada. (<http://br.geocities.com/cucagelada/glossario/p.htm>)



Figura 148. Playstation 3.

Fonte: < <http://www.penny-arcade.com/comic/2001/12/1/>> acesso em 29/05/09

A identificação com o público também promoveu *PVP*, de Scott Kurtz. A tira conseguia identificação com os dois públicos acima descritos. Tanto o público amante de *videogames* quanto o público que passava grande parte de seu dia em frente a um computador. *PVP* foi um dos primeiros *webcomics* a passarem a ser impressos também em papel. Seu criador inclusive ganhou, em 2006, um cobiçado prêmio *Eisner* como melhor quadrinho digital. O *webcomic PVP*, já em 2004, segundo Allen (2007) somava 450 mil acessos únicos e mais de 9 milhões de *pageviews*

Esta identificação demonstra como a tecnologia é permeada pela sociedade, uma vez que a graça nas piadas não está no uso do computador ou no jogo, mas sim na repercussão destes jogos ou *softwares* na vida cotidiana dos indivíduos.

Na figura 149, percebemos uma das personagens dizendo que não gostaria mais de ser chamada pelo seu nome, mas sim pelo símbolo da “carinha feliz” comum nas conversas mediadas pelo computador. Nesta tira a tecnologia influencia tanto a personagem que ela prefere ser um avatar computacional que uma pessoa. E o humor reside justamente na identificação das pessoas que vêm nesta atitude algo improvável, mas possível e, se executada, engraçada.

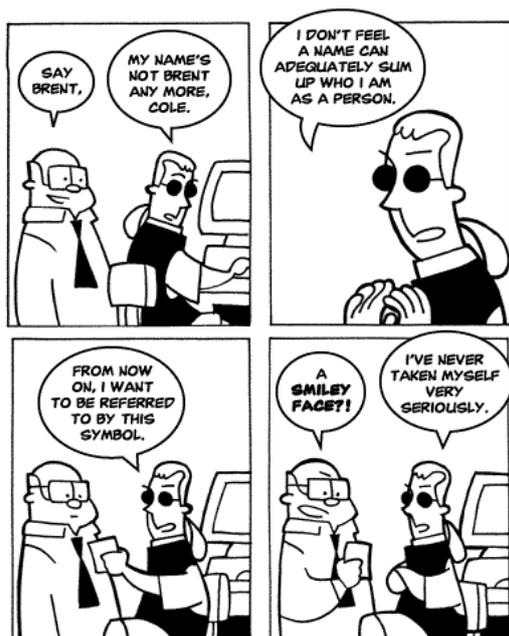


Figura 149. Smiley Face.

Fonte: < <http://www.pvponline.com/1998/05/08/fri-may-08/>> acesso em 29/05/09

Em relação às tiras autobiográficas, podemos citar o *webcomic Diário de um casal*, de Rick Milk e Josi Bel. Este quadrinho é autobiográfico ou semi-autobiográfico mostrando o cotidiano de um casal, identificável tanto pelos homens quanto pelas mulheres que o lêem.



Figura 150. Fazendo arte

Fonte: < <http://i398.photobucket.com/albums/pp67/ricmilk/Josi-desenhando.jpg>> acesso em 29/05/09

Um aspecto interessante dos *webcomics*, ressaltado por Horton & Romero (2008) é o fato de que cada vez mais mulheres estão lendo *webcomics* e identificando-se com eles.

Isto porque há o conceito de que as mulheres, em geral, não têm o costume de comprar revistas em quadrinhos. Um dos motivos alegados por McCloud (2005) é a falta de diversidade dos quadrinhos norte-americanos, que privilegiam o leitor masculino. No entanto, esta é uma visão norte-americana do problema. No Japão isto não se mostra verdadeiro. Há inúmeros mangás exclusivos para mulheres, inclusive com a divisão em idade, faixa etária ou interesses. Há mangás para meninas, mulheres ou adolescentes, assim como para garotas esportistas, românticas entre outros. A variedade dos mangás, como afirma Luyten (2000) é muito superior à variedade dos quadrinhos norte-americanos.

Outra tira autobiográfica com fortes influências de Joe Sacco e Art Spiegelman é a de James Kochalka, intitulada *American Elf*. Nesta tira o autor desenvolveu um diário *online* quadrinizado. Todo dia um acontecimento cotidiano é narrado em forma antropomorfizada, mostrando o autor e suas outras personagens como animais. Na figura 151, o autor mostra para o leitor sua caminhada na tentativa de fazer uma história em quadrinhos, ou seja, além de autobiográfica, metalinguística.



Figura 151. American Elf.

Fonte: < <http://www.americanelf.com//comics/americanelf.php?view=single&ID=40945>> acesso em 29/05/09

Os quadrinhos *online* de humor, de uma forma geral, não sofreram grandes mudanças em relação à estética ou ao modo de se contar a piada. Ela continua sendo contada com cerca de três ou quatro quadrinhos, em geral na horizontal, e continua a ser a dramatização de uma “surpresa”, como nos informa Eisner (2005). A tira está, segundo Quella-Guyot (1994) submetida a uma construção dramática precisa, compreendendo obrigatoriamente três tempos: um princípio, um

desenvolvimento e um fim (o desfecho surpreendente da piada). O que efetivamente mudou, de acordo com Campbell (2006) foi a distribuição e o consequente número maior de leitores e a possibilidade maior de segmentação.

Já as tiras *online* de aventuras têm mais diferenças, principalmente no que diz respeito ao armazenamento das tiras anteriores que, como já dissemos no item arquivamento, dá ao leitor possibilidade de voltar no início da história e compreendê-la por completo, permitindo aos escritores a criação de grandes arcos de histórias. Um dos expoentes desta categoria é o *webcomic Megatokyo*, criado por Rodney Caston e Fred Gallagher. Com uma história complexa que necessitava do arquivamento, este gênero era chamado de mangá, ou american mangá, *webmanga*, uma vez que apesar de adotarem a estética de quadrinhos oriental, eram completamente produzidas nos Estados Unidos por estadunidenses.

Para Campbell (2006), há vários motivos para os quadrinhos em estilo oriental serem produzidos nos Estados Unidos. Primeiramente porque o mercado japonês para quadrinhos amadores tem menos incentivo para a incursão *online*. Ademais, o sistema de escrita oriental é complexo, e a própria cultura do mangá, que o estabelece como sendo livro grosso, em papel ruim, de leitura fácil e rápida, não facilitaria a adaptação para as telas de computador.

A estética importada do Japão, então, ajudou para que muitos leitores se identificassem com a história, uma vez que ela produzia, além da aventura, reflexões sobre o cotidiano além de drama e comédia. É importante ressaltar que o “estilo” *webmanga* refletia apenas a parte dos desenhos, já que eles compreendiam uma enorme gama de temáticas.

Os leitores passaram a identificar-se mais ainda com a tira quando nesta houve um rompimento autoral e apenas Gallagher continuou a produzi-la. O autor então começou, segundo Campbell (2006), a fazer reflexões acerca de sua vida íntima, e expor isto aos leitores. De aventureira a tira passou a ser cada vez mais autobiográfica e dramática, como podemos perceber na figura 152, onde a história gira em torno da tentativa do protagonista de comprar um presente para o Dia dos Namorados.



de Geração Y e assim a define:

A geração Y é aquela dos teens dos anos 90, que tem por hábito ser forte consumidora de entretenimento e dos produtos da era da informação. Na América já existe o rótulo dela ser a geração do *Teensploiation*, neologismo de *teen* e *spoliation*, ou a geração da exploração dos adolescentes.

Campbell (2006) explica que esta geração é feita de pessoas de classe média, com a característica psicológica do forte receio acerca de sua carreira profissional, amorosa e sua vida futura. Estas pessoas cresceram como indivíduos em sua maioria inseguros e com problemas psicológicos para enfrentar seus dramas diários.

*Webcomics* como *Butternutsquash*, de Ramon Perez e Rob Coughler, tratam de forma cômica principalmente as características de vida amorosa. Já a tira *Score Go Round*, de John Allison, trata fundamentalmente de questões relativas ao emprego e à indefinição da vida futura. Em ambos os casos, fica latente as preocupações de uma geração que, ao sair da faculdade ainda não estavam prontos para a vida adulta. Campbell (2006) afirma que em sua maioria eram jovens que não mais eram adolescentes, porém não eram ainda adultos, ou melhor, seriam adultos que não se sentiam como tal. Estes *webcomics* eram feitos por e para esta geração, que, como seus cartunistas, hesitava em crescer, como o protagonista da tira a seguir, que assim que decide tomar uma atitude contra o marasmo volta atrás ao perceber que não daria certo sua tentativa.



Figura 153. A new Ramon in town.

Fonte: < <http://www.butternutsquash.net/v3/2003/05/07/declaration/>> acesso em 30/05/09

Outro gênero popular dos *webcomics* é o *nerdcore*. Diferente de tiras que tinham como ambiente o mundo corporativo e as relações com os computadores, como o já citado *User Friendly*, as tiras *nerdcore* são mais incisivas e trabalham apenas com a parte da tecnologia. Há, segundo Campbell (2006), dois tipos de tiras com esta temática: a primeira são tirinhas políticas acerca do mundo da tecnologia, com piadas sobre grandes companhias e o mundo de negócios envolvendo a tecnologia. Um exemplo é a tira *The Joy of Tech* de Nitrozac e Snaggy, que faz sátiras com o mundo corporativo, não dando margem à reflexões amorosas ou conjecturas. Assim como as tiras sobre jogos, estas também não são compreendidas por pessoas que não

estão dentro das grandes corporações. Na figura 154, a personagem diz estar abrindo sua nova e imponente empresa. A piada, que só faz sentido àqueles acostumados com os jargões das grandes empresas, como *internet entrepreneur* ou *start up* conseguem compreender a piada como um todo, no último quadrinho, quando a personagem revela estar vendendo suas coisas velhas por um *website* de leilão.

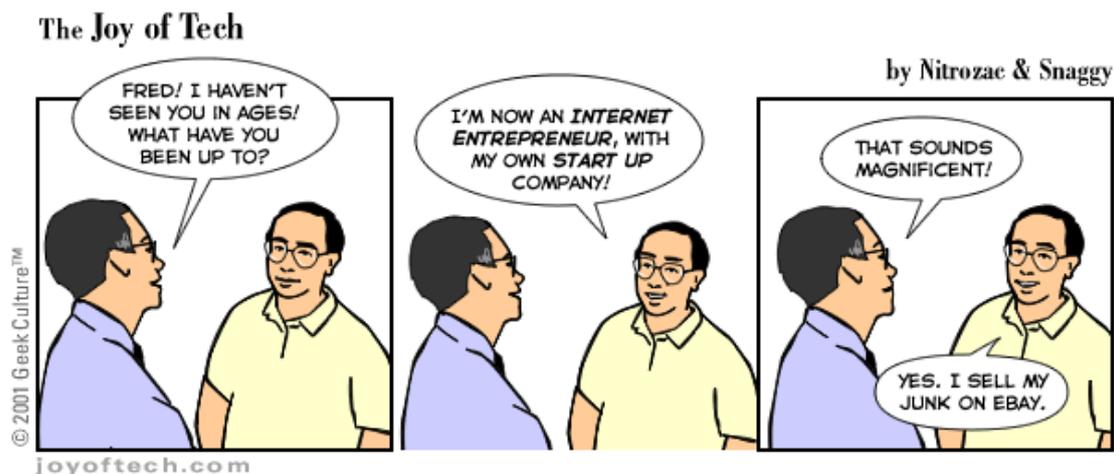


Figura 154. eBay.

Fonte: < [http://www.geekculture.com/joyoftech/joyarchives/001\\_300/102.html](http://www.geekculture.com/joyoftech/joyarchives/001_300/102.html) > acesso em 30/05/09

O segundo tipo são tiras que fazem piadas sobre o mundo da Tecnologia da Informação, do ponto de vista de usuários e pessoas que trabalham diariamente com os problemas relativos às máquinas e a informatização. A história *O Exterminador de Bugs do Futuro*, de Nerdson, mostra muito bem a relação entre empresa, empregados e tecnologia, fazendo críticas ácidas e bem compreendidas por indivíduos que têm este mesmo tipo de relação todos os dias em seus escritórios, como a tensão movida pelo excesso de linhas de código na mente do protagonista na figura 155.

**NERDSON**  
NÃO VAI À ESCOLA

## O Exterminador de Bugs do Futuro 1

CC creative commons  
BY-NC-SA  
nerdson.com

Num futuro próximo, as máquinas do planeta inteiro revoltam-se com a forma de governo dos humanos e organizam a grande **Revolta dos Bits**, evento que resulta na tomada de poder e institui uma mecanocracia modular na Terra.

Programadores do mundo inteiro são recrutados para implementar o software que será responsável pela administração do planeta Terra, o projeto N-i10, codinome Big Dad, utilizando bibliotecas livres existentes.



Em poucos meses o Big Dad consegue erradicar a fome e proclamar a paz mundial...

As armas são recicladas e transformadas em computadores, utilizados em projetos de inclusão digital...

Tudo corre bem até o dia em que o Big Dad entra em processo de depuração devido a entradas de dados que poderiam corromper seu sistema de arquivos.



Entra em atividade a refatoração automática do N-i10. Novas leis são decretadas.



O uso dos computadores é monitorado constantemente por robôs disciplinadores.

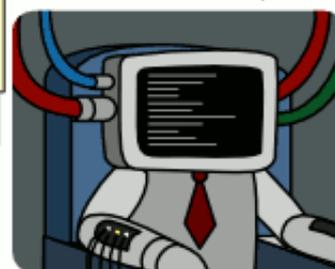


Figura 155. O Exterminador de Bugs do Futuro 1.

Fonte: < <http://nerdson.com/blog/o-exterminador-de-bugs-do-futuro-1/> > acesso em 30/05/09

As histórias em quadrinhos *online* relativas à sexo, os quadrinhos eróticos, têm o mesmo problema dos quadrinhos impressos com a mesma temática: uma grande parcela da população ainda acredita que as histórias em quadrinhos são coisas para crianças, e a aceitação do erotismo é um tabu permanente. Este tabu não se dá apenas nos quadrinhos, sendo presente também nos desenhos animados e no cinema chamado “hollywoodiano”.

Os *websites* agregadores de quadrinhos como *Keenspot*, *Big Panda* ou *Modern Tales* não

incluíam *webcomics* com conotações sexuais, mesmo que alguns títulos como *Sexy Losers* de Clay e *Fancy Froglin* também de James Kochalka fossem muito populares. Mas esta restrição não era exclusiva dos agregadores. Segundo Campbell (2006), as empresas de crédito e microcrédito também não os aceitam. A empresa *PayPal*, por exemplo, parou de processar qualquer transação com coisas relacionadas à sexo, inclusive *webcomics* eróticos.

É interessante também perceber que no próprio livro de Campbell (2006) há ilustrações de todos os gêneros de *webcomics*, menos os eróticos. A censura vai além da rede internet, mesmo que estes quadrinhos sejam muito mais humorísticos do que pornográficos, como percebemos na tira de *Sexy Losers* presente na figura 156:



Figura 156. Finger's play

Fonte: < <http://sexylosers.com/051.html>> acesso em 30/05/09

Existem também os quadrinhos-desafio, como o *24-hour comic*, que, segundo Campbell (2006), é idealizado por Scott McCloud e apoiado por vários grandes nomes da indústria dos quadrinhos, como Neil Gaiman, Scott Kurtz e Alan Moore, e seu objetivo é desenvolver uma

história a partir do nada em apenas vinte e quatro horas, individualmente. O quadrinista deve desenvolver a trama, a arte, a pintura, o letreiramento e a arte final. O quadrinho final deve ter também 24 páginas. Durante este período os cartunistas são “vigiados” por alguma instituição. Em geral, uma *comic shop* que aproveita o acontecimento para apresentar seus produtos e, portanto, patrocina o evento, muitas vezes fornecendo o material básico como lápis, papel e canetas. No Brasil há lojas participantes do evento, como a *Comix*, de São Paulo, ou a *Itiban*, de Curitiba. Ao final do período os trabalhos passam por uma comissão julgadora e os 24 melhores são impressos em uma edição especial. Outro desafio foi o Iron Man Comic, onde cada artista participante dava US\$ 20,00 para fazer uma tirinha por dia, sem falhar nenhum dia. Quem faltasse com o compromisso era desclassificado, e, no final da disputa, apenas um quadrinista recebia todo o dinheiro arrecadado pelos demais participantes.

Há outros tipos de quadrinhos *online*, que podem ser totalmente diferentes a ponto de não conseguir obter uma classificação mais simplificada, ou são considerados amálgamas dos que aqui foram descritos. Fusões de diversos gêneros e estilos, que não se adaptam a nenhum rótulo. O próprio *Malvados*, apesar de primariamente usar a comédia para suas críticas e, portanto ser tido como um quadrinho cômico, também envereda-se pelos quadrinhos autobiográficos, como as tirinhas do *Mini-Dahmer*, pelos quadrinhos *nerds*, onde há referências a este estilo de vida, pelos quadrinhos *nerdcore* quando há críticas as empresas de informática, e também pode ser considerado quadrinho erótico em algumas tiras.

É possível observar que não há *webcomics* no gênero de super-heróis. Existem algumas tiras que ridicularizam a temática, outras fazem alusão, mas super-heróis enquanto gênero não existem, ou existem de forma tão exígua que não se percebe. Campbell (2006) teoriza que os quadrinhos de super-heróis em geral também não funcionam nos jornais e nem em publicações limítrofes. Segundo o autor, para gerar audiência os *webcomics* precisam de processos regulares. Postagens semanais ou, de preferência, diárias. Super-heróis funcionam melhor em histórias com múltiplas páginas para desenvolver melhor o enredo e a história. Outra causa pode ser a falta de público novo. O público de super-heróis pode já estar consolidado e estático, não tendo mais crescimento. Os super-heróis são sempre os mesmos: *Batman*, *Superman*, *X-Men*... O último herói que teve alguma relevância foi o *Spawn*, de Todd McFarlane, datado de 1993. Super-heróis vivem, no século XXI, uma posição de nostalgia. Os *webcomics* olham para o futuro.

#### 4.6 ADAPTAÇÃO

A troca de suporte não pode dar-se sem uma reestruturação por parte do conteúdo. Ler uma história em quadrinhos impressa em papel *pulp* é diferente de ler a mesma história impressa em um papel muito melhor, como o *couché*, por exemplo. Chartier (1999) afirma que mesmo um romance de Balzac pode ser diferente caso seja publicado em formato folhetim, em um livro para gabinetes de leitura ou junto com outras obras em um grande compêndio. Isto sem

o romance balzaquiano mudar sequer uma linha.

O processo de apreensão, onde o leitor toma contato com o texto e, posteriormente com a história, faz do suporte grande guia para uma leitura. Desde a *Bibliothèque Bleu* no século XVII que Chartier (2002) estudou já existia uma separação entre tipos de livros e tipos de leitores. Os livros desta coleção em geral tinham grande parte de seu conteúdo eliminado, para que coubesse em um formato menor com letras maiores, para facilitar a leitura dos “iletrados”. A adaptação neste caso era feita com interesses puramente econômicos, e como Chartier (2002) nos alerta, não muito cuidadosa com o texto ou mesmo a coerência das frases e capítulos. O que efetivamente interessava aos editores era o consumo dos livros. Ainda que, como salienta Chartier (2002, p.175) hajam intervenções por parte dos editores que

Em primeiro lugar, tem por objetivo remodelar a própria apresentação do texto, multiplicando os capítulos, ainda que essa divisão não resulte de qualquer necessidade narrativa ou lógica, e aumentando o número de parágrafos, o que torna menos densa a distribuição do texto na página (...) transformando uma leitura que não é de forma alguma virtuosa nem contínua, mas que pega no livro e o larga, que só decifra facilmente sequências breves e independentes, que exige identificações explícitas. Daí, também, a multiplicação (...) das recapitulações e dos resumos que permitem voltar a ligar o fio de uma leitura interrompida.

Segunda intervenção editorial nos textos: uma estratégia da redução e da simplificação. (...) A primeira consiste em desbastar o texto, em abreviar alguns de seus episódios, em efetuar cortes por vezes drásticos. Nos romances passados a livro de cordel, tais reduções amputam os textos de relatos julgados supérfluos, e sobretudo das descrições das características sociais ou dos estados psicológicos das personagens, consideradas como inúteis para o desenrolar da ação. Um segundo conjunto de transformações redutoras situa-se à escala da própria frase, com a modernização de fórmulas envelhecidas ou difíceis, a contração de frases, depuradas das suas orações relativas ou intercalares, a supressão de numerosos adjetivos ou advérbios.

A própria literatura sofre mutações de acordo com o suporte, que, por sua vez, pode ou não ser condicionado ao leitor, ao usuário. Torna-se claro que uma edição moderna de um livro qualquer tem diferentes apreensões devido ao seu formato, bem como a forma como este é apresentado ao seu público. Em uma livraria, por exemplo, a estante onde o livro se encontra pode ser determinante para sua venda (e eventual consumo). Segundo Chartier (1999) as pessoas seguem uma tendência de leitura, e modificar o *status* de um livro, seu rótulo, pode ser o fiel da balança para sua venda. Um livro de romance, ao ser posto à venda como “auto-ajuda” tem uma possibilidade maior de ser mais vendido do que quando é rotulado apenas como “romance”.

A mudança do suporte pode transformar uma obra. Antes mesmo do suporte digital à leitura, Manguel (1997) nos mostra como o editor Allen Lane, em 1935 decidiu criar a *Penguin Books*, principal editora de livros de bolso ativa atualmente. Segundo Manguel (1997, p.169), este editor estava na casa da escritora de livros policiais Agatha Christie e, ao ir embora, na estação de trem deparou-se com a falta de livros que fossem, ao mesmo tempo, bons e baratos. Ou Lane compraria um livro ruim barato ou um livro de acabamento requintado, portanto caro. Surgiu então a idéia de criar uma série de livros cujo conteúdo estivesse entre os melhores

da época e o acabamento mais barato. Outra de suas idéias foi vender estes livros “como qualquer outra mercadoria, junto com pares de meias e latas de chá”. A *Penguin* tornou-se uma das maiores editoras do mundo, criando até os dias atuais uma enorme gama de publicações, sempre a preços mais acessíveis e acabamento menos requintado, os chamados “livros de bolso”. Manguel (1997, p.171) afirma que “a invenção de novas formas para livros é provavelmente infinita, e contudo poucas formas estranhas sobrevivem”.

O texto em formato digital é estranho às formas anteriores de divulgação da leitura. Chartier (1999) diz que mesmo um texto jornalístico lido em uma mídia impressa e uma mídia digital são diferentes. A estrutura e a organização da recepção são diferentes, na medida em que a paginação do objeto impresso é diferente da organização de um texto em bancos de dados, que aparecem em ordem diversa da ordem pretendida pelo jornal. A própria linearidade da informação pode ser perdida. Um leitor pode decidir ler previamente a notícia acabada para depois ler sua origem, ou ler de forma desconexa mais de uma notícia por vez, apenas abrindo mais de um arquivo ou, se na internet, mais uma janela (aba) do seu navegador.

A noção de pesquisa também modifica-se, uma vez que o leitor, por meio de caixas de busca e palavras chave, pode ter acesso a mais informações sempre que julgar necessário. Por outro lado, a chance deste leitor/internauta se perder nas informações ou distrair-se de seu objetivo principal é muito maior. Com a internet, todo o conteúdo da fonte (jornal, revista, *webcomic*) está sempre presente. Não é necessário nenhum tipo de catalogação por parte do leitor. Esta catalogação é de responsabilidade dos *softwares* utilizados pelos programadores do *website* e do banco de dados que o compõe. Não é exigido do leitor nenhuma preocupação com catalogação. Isto não é de sua responsabilidade.

A adaptação necessária para as histórias em quadrinhos na internet, segundo Mendo (2008) se dá em vários níveis, também percebidos por Franco (2008). Primeiramente temos a reprodução da página de quadrinhos impressa, onde a arte produzida para o meio impresso é reproduzida na internet sem adaptações no formato ou nos elementos de desenho, texto ou forma dos quadros. Simplesmente as páginas são numeradas e ligadas por *links*. Isto independe do fato da história ter sido efetivamente impressa anteriormente. Nosso objeto de estudos, por exemplo, vale-se desta característica, ainda que suas tiras tenham sido feitas objetivando apenas a visualização em tela através do *browser*. Muitas histórias, porém, são disponibilizadas nos *websites* para *downloads* com intenção que o leitor imprima as páginas e leia no papel. Neste caso, é importante manter a diagramação característica das edições tradicionais.

Temos também a reprodução da história em quadrinhos impressa adaptada ao formato da tela de computador. Neste formato os quadros são dispostos de maneira a explorar o espaço virtual representado pela rolagem da tela.

Já a história em quadrinhos com interface característica dos meios digitais, por sua vez, copia ou reproduz o aspecto geral das revistas impressas. Na maioria das vezes, a quantidade de quadros por página, sua disposição e proporção são muito semelhantes ao que vemos em uma história impressa, uma vez que todos os elementos fundamentais (balões, onomatopéias...) estão

presentes. O que há de novo é a adição de funcionalidades próprias da navegação na internet. Pode-se ter botões de avanço e recuo, *zoom* e menu de navegação. Em alguns casos existe a não-linearidade da história. Neste caso, a história em quadrinhos pode ganhar contornos de jogo de RPG<sup>25</sup>, já que as decisões do usuário geralmente ditam o destino da personagem. Mesmo assim, o nível de controle e intervenção que o usuário tem ainda é primário.

As histórias em quadrinhos com utilização moderada de recursos multimídia e interatividade possuem ainda balões e onomatopéias, mas apresentam uma interação muito maior com o leitor. Existem algumas animações, recursos sonoros, e interatividade com o leitor, esperando uma resposta deste para a continuidade da história. Com este nível de interatividade, a dinâmica narrativa fica bastante alterada se comparada ao impresso. O ritmo passa a ser ditado pela ação do usuário. Outra questão bastante interessante é a co-participação do leitor na criação da história em quadrinho. Existem muitas obras abertas, publicadas página a página, permitindo a interferência no andamento da história pelo contato direto com os autores, por meio de *chats*, foruns de discussão ou ferramentas como *MSN* ou *Twitter*.

Por último, há as histórias em quadrinhos com uso avançado de animação, som e interatividade. Para Franco (2008), são os quadrinhos que graças a estes recursos provocam interferência na percepção da história por parte do leitor, que não possui mais controle sobre o modo de ler a narrativa, já que o movimento não é mais sugerido, acontece de fato, e é independente do desejo do leitor. Aqui a história em quadrinhos aproxima-se tanto dos jogos eletrônicos quanto dos desenhos animados, e fica o questionamento de se estas histórias são histórias em quadrinhos ou não.

O principal vínculo com os quadrinhos impressos ainda se dá pela presença esporádica de balões, caixas de texto e onomatopéias, além de poucos requadros que por vezes aparecem na tela. Ainda assim, neste último caso parece-nos que, apesar da presença de elementos típicos dos quadrinhos, talvez não mais possamos chamar de histórias em quadrinhos. Neste caso, as adaptações foram tão grandes e tão extremas que a essência das histórias em quadrinhos pode ter se perdido, sobrando apenas elementos esparsos e jogados na tela do computador. Cabe aqui lembrar que muitos desenhos animados e até filmes, como *Batman - O Homem Morcego*, dirigido por Leslie H. Martinson em 1966, já fazia uso das onomatopéias e das caixas de texto, e nem por isso foi chamado de história em quadrinhos. Era apenas um filme que se valia de elementos constitutivos da arte sequencial. A inserção de elementos próprios dos quadrinhos não faz de outra mídia história em quadrinhos, assim como utilizar fotografias, como Schuiten e Peeters no seu álbum *A Menina Inclinada*, não tira do álbum a condição de quadrinhos, e nem o coloca como álbum de fotografias.

A adaptação, portanto, pode se valer de toda a criatividade de seus criadores, no entanto, há um limite para que possamos chamar o produto final de história em quadrinhos. Este limite, ainda que fluido e fugidio, não pode furtar-se de eliminar certos conceitos que são claramente

25 Role-playing game. Tipo de jogo onde os participantes criam história e por meio dela decidem o que acontece com seus personagens ao longo da aventura imaginada. Cada participante encarna um personagem e as partidas são mais colaborativas do que competitivas..

jogos ou animações prontas. *Malvados* são quadrinhos. Ainda que na *web*, têm todos os elementos constitutivos da linguagem quadrinística. O mesmo não pode se falar de quadrinhos onde o leitor apenas senta na frente da tela de computador e uma história lhe é contada. Nestes casos, o fato do leitor clicar para passar para a próxima animação não pode ser elemento chave para discriminação da animação como quadrinhos. Ao mesmo tempo não podemos chamar de arte sequencial aquilo que não está em sequência, como as histórias que mais parecem jogos de computador, tendo o leitor quase infinitas possibilidades.

## 4.7 NAVEGAÇÃO

Para Fagin (2009), o design da página é menos importante que sua utilidade. Segundo o autor, há uma tendência dos designers gráficos profissionais de colocar muitas programações e efeitos visuais, o que acaba por interferir no processo de leitura do *website*. O propósito de um site de *webcomic* é apresentar o quadrinho e as informações relacionadas a ele, bem como o acesso aos arquivos com as tiras anteriores.

Para tanto, existe uma interface de navegação de *webcomics* já estabelecida, segundo Horton & Romero (2008). Normalmente quatro setas abaixo da tira, que levam o leitor à primeira tira publicada, à anterior, à próxima e à última. Esta interface foi copiada ou mimetizada a partir da interface áudio/visual encontrada em aparelhos toca-fitas, *cd* e *dvd players*. Fagin (2009) explica que é uma interface facilmente reconhecível por todas as pessoas. Mesmo que o autor do *website* altere o *layout* destas setas, ainda assim elas serão reconhecíveis pelas pessoas, que não terão que aprender a lidar com elas, indo ao encontro da idéia de mapeamento natural de Norman (2006), que explica que um relacionamento óbvio e natural entre a localização e a operação dos controles faz com que os usuários sempre saibam o que cada controle executa. Outra consideração importante de Fagin (2009) é sempre colocar os controles de navegação entre as tiras no mesmo lugar, evitando, assim, que o leitor tenha que procurar a maneira de se deslocar.

Guigar et al (2008) afirmam que os controles de navegação podem ser colocados acima ou abaixo da tira. Segundo os autores, quando são colocados abaixo da tira, parecem ser mais úteis àqueles que já leram a história e querem navegar pelo *website* à procura de mais tiras. Já quando os controles estão acima da tira, são utilizados em geral por pessoas que ainda não leram aquela tira, mas estão procurando uma tirinha em especial. Para os autores, quanto menos cliques o leitor dá, mais sua atenção é retida. Cada vez que o *designer* coloca um clique adicional, pode perder uma parte da audiência. Assim, quanto menos cliques para o usuário ler uma tira anterior, melhor.

Para Fagin (2009), o típico *website* de histórias em quadrinhos *online* tenta utilizar uma grande gama de tecnologias, como tabelas, *frames*, *iframes*, *layers* entre outros. Com isso, o quadrinho acaba ficando rodeado de muitas tecnologias, o que pode ser danoso tanto para

o *website* quanto para a tira. É necessário, então, tentar reduzir o que não é imediatamente relacionado com a tira em questão, e o que não for possível reduzir, manter o mais afastado possível da tira ou tentar colocar no estilo próprio que o cartunista desenvolveu para a tirinha. Guigar et al (2008) afirmam que o *website* deve ser simples, deve ser limpo, e que a tira não pode, de maneira alguma, ficar relegada a um segundo plano. A interface padrão, segundo Fagin (2009) não pode confundir o usuário/leitor. O autor realça que o plano de fundo de um *website* de quadrinhos não pode ser confuso. É mais interessante apenas uma cor do que, por exemplo, uma textura. O autor salienta, porém, que não é muito bom utilizar um fundo branco total. Isso porque como o branco é a soma de todas as luzes, um fundo branco acaba por cansar o leitor.

Sobre a disposição da tira na página, Guigar et al (2008) fazem um comparativo com o jornal impresso. Segundo os autores, a principal notícia ou imagem do dia sempre fica em um local denominado “acima da dobra” pois é a primeira parte do periódico que todas as pessoas enxergam. Seja na sua casa, seja em uma banca, o jornal é dobrado de tal forma que aquela torna-se a área mais nobre e a primeira a ser vista. No webdesign, podemos chamar este espaço nobre de “acima da rolagem”, ou seja, a parte mais importante da página não deveria ser rodada para ser encontrada. Para os autores, é exatamente no meio desta área que a tira deve localizar-se.

Os *Malvados* de Dahmer seguem aquilo que Mendo (2008) caracteriza como o primeiro dos modos de adaptação de uma história em quadrinhos para internet, onde temos a reprodução da página de quadrinhos impressa, sendo que a arte produzida para o meio impresso é reproduzida na internet sem adaptações no formato ou nos elementos de linguagem. Simplesmente as páginas são numeradas e ligadas por *links*. Nesta interface podemos perceber vários mecanismos de navegação das tiras, sendo três deles os principais.

Primeiramente, temos, acima da barra de rolagem e abaixo da tira, *link* para ir à tira do dia anterior. Nesta navegação torna-se interessante perceber a diferença em relação aos demais *websites* de quadrinhos *online* existentes na internet. Como mostrado anteriormente, grande parte dos *webcomics* possuem setas de navegação. No caso dos *Malvados*, há apenas um *link* de navegação entre as tiras, e este *link* está escrito “tirinha de ontem”. Não há movimentação para a primeira tira e nem entre as tiras, caso o leitor não esteja na tira do dia corrente. Dahmer pode estar se valendo da idéia de Fagin (2009), que diz que ainda que o *webcomic* tenha um botão para ir à primeira tira, os leitores em geral não clicam neste *link*. E, caso cliquem, será a partir de outro local, como um site de busca ou da página *index* do próprio *website*. Este tipo de navegação é um dos fenômenos existentes na internet, em que uma das tarefas do cartunista é também fazer o *website* e, posteriormente, publicar as páginas onde estarão as tirinhas (GUIGAR et al, 2008). Com isso, o desenhista não necessariamente segue os ritmos e as normas comerciais impostas pelos demais cartunistas. Lemos (2002), explica que uma das peculiaridades da cibercultura é o fato de que o indivíduo não é mais apenas consumidor. Ele também é produtor de informação, emissor. E, como consumidor/produtor segmentado, não tem que seguir as regras ou convenções adotadas. Dahmer, assim como muitos webcartunistas,

faz sua própria página à sua maneira.

O autor dos *Malvados*, no entanto, parece fazer algumas concessões à metáfora do jornal impresso. A principal delas é o fato de não podermos navegar nas tiras mais recentes caso tenhamos ido para uma mais antiga. Em um jornal impresso, raramente temos contato com as notícias ou matérias dos dias anteriores e posteriores. O jornal é, em essência, descartável para a maior parcela da população. Ainda que isto contrarie o que para Campbell (2006) é a maior vantagem dos *webcomics* sobre os quadrinhos impressos, ou seja, a capacidade de navegação por toda a extensão da obra, Dahmer não parece influenciado por esta idéia, sendo influenciado muito mais pelos impressos. Fagin (2009) assinala que livros são outro bom modelo a ser seguido, uma vez que têm nomes diferentes para os capítulos e numeração de páginas. Nos *Malvados* há uma diferenciação no nome das tirinhas (por exemplo: *supermalvados ativar*, *Ulisses versus Ulisses* ou *minicômio*) e também, no canto superior esquerdo, abaixo da logomarca da tira, há, como nos jornais ou livros, o número da tirinha. Ainda que esta fórmula não seja suficiente para o leitor, ela pelo menos ordena a leitura, posicionando o usuário acerca da data relativa e dos personagens envolvidos na trama.

A segunda forma de navegação entre as tiras é através do menu intitulado *escola da vida*, colocado por Dahmer no canto esquerdo do *website*, logo abaixo dos *links* publicitários e imediatamente ao lado da logomarca da tirinha. Neste menu *drop-down*, o usuário pode clicar e escolher uma entre dezenas de tirinhas pelo nome. Novamente André Dahmer vale-se das idéias de Fagin (2009), que considera melhor separar as tiras por blocos de idéias, como, no caso dos *Malvados*, *Ziniguistão*, *Abraço do Emir* ou *Albert*. A diferença entre este menu e a idéia de Fagin é que o último explica ser necessário uma paginação para as tiras relativas à escolhida por meio do menu, coisa que Dahmer não faz neste menu. Uma vez escolhida a tirinha desejada, volta-se ao problema já anteriormente descrito de o usuário leitor poder apenas clicar na “tirinha de ontem”, o que acaba tendo pouca relevância, haja vista que a ordem das tiras já foi alterada graças à escolha do título no menu “*drop-down*”. Neste caso o leitor pode facilmente perder-se, não tendo, inclusive, como voltar à página inicial. Uma solução simples e que não é utilizada por Dahmer seria colocar, na logo da tira, um *link* para a página inicial. Nielsen (2000) afirma ser necessário colocar um *link* consistente em cada uma das páginas ligando à inicial. O melhor local segundo o autor seria o canto superior esquerdo para os *websites* cujas línguas sejam escritas da esquerda para a direita, e, obviamente, no canto superior direito para os *websites* cujas línguas são lidas a partir da direita.

Há, porém, outro ponto a ser colocado contra a falta de um *link* permanente para a página inicial. Caso o leitor ache o *website* em algum site de buscas, dificilmente será levado à primeira página, e sim para uma página cuja tirinha tenha um termo relacionado à sua busca na ferramenta. Assim, um usuário inexperiente não conseguirá chegar à primeira página para, então, ler todas as tirinhas. Provavelmente o leitor clique no menu *escola da vida*, uma vez que este é o *link* mais evidente na página, e, novamente, não conseguirá chegar à página inicial. Memória (2005) informa que o *webdesigner* pode ter liberdade e pode posicionar os *links*

principais, como o *link* pra a página *index*, em vários lugares da página, como o rodapé, o topo, o canto esquerdo, mas não pode se furtar de dar para o usuário uma maneira de voltar ao começo do *website*.

Este autor também salienta o ponto de vista das convenções na internet. Mais do que regras seguidas por pessoas que desenvolvem *websites*, também são formas de fazer com que os usuários tenham uma breve lembrança de outros sites, utilizando conceitos de psicologia cognitiva, como facilidade de aprendizado e memorização (MEMÓRIA, 2005). Fleming (*apud* MEMÓRIA, 2005) afirma que as navegações de *websites* comerciais têm uma série de características comuns, como a facilidade de aprendizado, a consistência da navegação em todas as páginas, o retorno ao usuário, a contextualização com o restante da página, o oferecimento de alternativas, a economia de tempo e ações, as mensagens visuais e nomenclaturas claras, e, por fim, apoiar e ajudar os objetivos do usuário. *Malvados* de André Dahmer, apesar de ser um *website* comercial, não se preocupa com essas características de navegação. Talvez o autor do *website* esteja pensando como Horton & Romero (2008), que dizem que o leitor de *webcomic* é diferente do leitor de quadrinhos de jornal ou de revistas. Para estes autores, a pessoa que lê quadrinhos na internet é um indivíduo mais ativo digitalmente, que conhece e que consome internet e, portanto, do ponto de vista do *website* de André Dahmer, saberia naturalmente que bastava clicar na barra de URL do *browser* para ser direcionado à home-page do *website*.

Outro problema deste menu *drop-down* é o fato de as tirinhas não estarem organizadas nem por data, nem por ordem alfabética. O próprio uso deste tipo de menu é contestado, por exemplo, por Krug (2001), que fala que tais menus são ineficientes quando o usuário não sabe o nome do que está procurando, quando a lista não está alfabeticamente organizada ou se a lista é muito extensa. O menu de Dahmer incorre nestes três casos.

A terceira forma principal de navegação das tirinhas do *website* está presente em um menu na parte superior do *layout* e é dividida em duas: a primeira delas é o *link* também intitulado “escola da vida”, onde podemos interagir com algumas das tirinhas antigas do cartunista. Ao clicar neste *link*, uma nova janela é aberta, e nela há cinco *drop-down* menus. O primeiro intitulado *Os Proibições*, o segundo *Cadernos Secretos*, no próximo *Ziniguistão Series*, a seguir temos *Emir Saad* e no quinto e último *Malvados*. Ao clicarmos sobre os botões dos menus, somos apresentados a algumas tirinhas relacionadas ao tema. Neste caso Dahmer está mais próximo das idéias já apresentadas por Fagin (2009), ainda que não completamente, uma vez que apesar da navegação ser efetuada por temas, há apenas algumas (19 ou 20) tirinhas de cada tema neste menu.

Ao navegarmos pelo *website* percebemos que existem muitas outras tirinhas relacionadas aos temas citados. Neste apanhado de tiras, Dahmer tira a navegação costumeira, embaixo da tirinha, e também a navegação pelo menu lateral, sobrando apenas os *drop-downs* para o leitor. Neste caso, fica ainda mais difícil para o leitor chegar à página inicial. Até porque quando clicasse no *link* *escola da vida* é aberta nova janela, naturalmente escondendo a janela anterior. Um leitor/usuário mais desatento ou com menos experiência pode facilmente perder-se.

A última forma de navegação das tiras analisada por este artigo é a chamada *séries*. Neste *link*, Dahmer coloca 16 temas ou personagens, entre eles *2035*, *Encontro Anual dos Donos do Mundo* e *Sara Sofrida*. Quando o usuário clica em um dos *links*, é levado a uma nova página, com um *layout* diferente. No entanto, cada um desses tópicos têm um *layout* próprio e uma maneira de navegação interna própria. Em *2035*, por exemplo, abre-se nova janela do *browser*, e o fundo da página muda para preto com bolinhas brancas, simbolizando o espaço. Nesta série ainda podemos perceber que entre uma tira e outra há frases de efeito de personalidades famosas, como Gandhi ou Aristóteles e também não há possibilidade para o leitor voltar para a tira anterior e nem para a página inicial, contrariando até mesmo a própria estrutura do *website*, que só permite *links* para as páginas anteriores.

O mesmo acontece nas tiras do *Encontro Anual dos Donos do Mundo*. Em *mini-dahmer*, porém, esta navegação não sucede da mesma forma, podendo o usuário ir para a tira posterior e anterior, graças às setas localizadas abaixo da tirinha. *Cidade do Medo*, por sua vez, volta ao problema anterior, deixando o usuário navegar apenas para a tira posterior. No entanto, assim como *mini-dahmer*, há outra navegação, abaixo da tirinha, realizada por miniaturas das imagens presentes na tira que o leitor deseja ver. O usuário pode escolher não ler na sequência definida, podendo clicar nas miniaturas em qualquer momento.

As demais séries apresentam navegações semelhantes às anteriores, ora com textos intercalando, ora com miniaturas, ora deixando o usuário ir para tira anterior e posterior. Isso acaba sendo contraproducente, pois, segundo Preece et al (2005), há um lado negativo na combinação dos modos de interação, uma vez que os diferentes modelos conceituais fazem com que os usuários devam aprender diferentes estilos de navegação. Mendo (2008) afirma que a navegação, bem como a interação promovida pela internet, modificam a dinâmica de leitura do usuário.

Dahmer ressalta também as mudanças que estão ocorrendo na sociedade com as novas tecnologias, especialmente com as novas ferramentas de computador, tais como os novos *softwares* gráficos e sistemas de manipulação digital.

## 5. MALVADOS E A TECNOLOGIA

Uma das formas de analisarmos os quadrinhos de André Dahmer é por meio de suas temáticas, focando na análise que o artista faz da contemporaneidade e da sua visão da sociedade participativa e dos usos que esta faz dos processos midiáticos.

Dahmer nos mostra, em várias de suas tiras, sua visão acerca da internet e dos usos e usuários da internet. Esta visão, e a relação produção e consumo existente na rede mundial de computadores parece ser um de seus grandes motes para piadas, mesmo porque, seu público é oriundo desta forma de comunicação, criando, como veremos adiante, em muitos casos uma referência metalinguística entre leitor e obra. Ambos imersos no ambiente multimidiático da internet que, por fim, acaba sendo o laço que também os une.

Dahmer parece escrever para um determinado público que utiliza a internet, e que possui determinada experiência na rede, fazendo com que as piadas consigam atingir seu objetivo. O usuário/leitor imaginado por Dahmer parece ser aquele que se utiliza da internet para algo além do trabalho. O usuário que Dahmer almeja é aquele que utiliza a internet como meio de expressão, ao mesmo tempo que lê textos, escreve os seus próprios. Este usuário parece ser também conectado à diversas formas de interação proporcionadas pela internet, possui amigos virtuais e possivelmente passa mais tempo na frente de um computador do que o necessário para cumprir suas tarefas obrigatórias. Além disso, é um usuário que possui um certo entendimento acerca do que é a internet e como esta funciona, em muitos casos acreditando que a internet pode ser a panacéia.

Importante ressaltar que a relação que o autor tem com a internet pode ser muito próxima ao de seu leitor, e o consumo de determinadas formas de comunicação ou de interação promovem um encontro entre uma grande parcela de leitores e o autor, criando certas identificações, produções e efeitos de sentido que os aproxima.

### 5.1 A INTERNET

Dahmer faz uso da internet todo o tempo. Ainda que o artista esteja aos poucos migrando para as formas impressas de publicação, tais como livros e tiras em jornais, sua principal ocupação ainda consiste em desenhar e publicar suas tiras pela internet, como já vimos. Assim, o ambiente e os indivíduos que fazem uso da rede de computadores, seja profissionalmente, seja apenas para entretenimento se identificam com as tiras, ao mesmo tempo que o autor evidencia as nuances dos usos da internet na medida em que ele mesmo é um usuário.

Dahmer critica não a tecnologia em si, mas os usos destas tecnologias, como veremos adiante. A forma como o autor coloca as personagens faz com que o leitor identifique-se não com as máquinas, como nas tiras de Stafford Huylar ou JD Frazier, mas sim com os indivíduos que sofrem com elas. E estes indivíduos, representados pelas personagens caricatas, têm como característica principal a utilização da rede mundial de computadores e a fácil identificação com

o público leitor dos *Malvados*.

Por meio dos exageros típicos do humor, Dahmer ironiza, na figura 157, o uso constante da internet, a vida intrinsecamente ligada à rede. Tão ligada que sequer conseguem imaginar o mundo fora além das poucas polegadas de seu monitor.

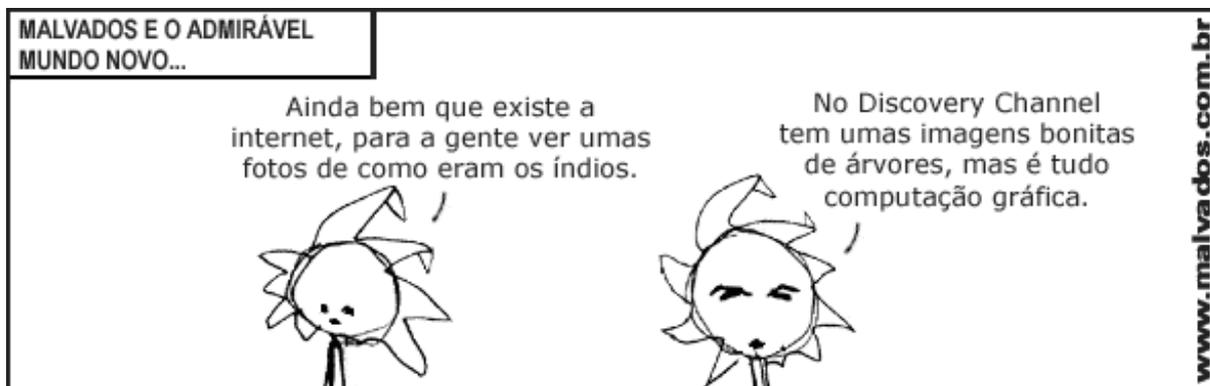


Figura 157. Tira 223

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha223.gif>> acesso em 12/01/09

Tal qual as personagens do *Mito da Caverna* de Platão, Dahmer nos mostra indivíduos aprisionados em suas próprias casas, em seus próprios computadores. Dahmer aponta os caminhos como a sociabilidade e conhecimento, que são muitas vezes prejudicados pela internet. Uma vez que são várias as mediações de conhecimento do mundo, tais como a cultura e a língua, a televisão e o rádio, a a fotografia e a computação gráfica, a internet também faz este papel de mediadora, onde usuário pode ter contato com o mundo por meio da rede mundial de computadores, em alguns casos, sendo esta sua única janela para a realidade externa. Este usuário não deseja sair de casa para ver como é o mundo. O mundo vem até o leitor por meio da rede de computadores mundial.

A legenda, colocada pelo narrador onisciente, faz menção ao livro de Aldous Huxley, *Admirável Mundo Novo*. No livro, tal como na tira, o “selvagem” é uma pessoa capaz de perceber a natureza, perceber as coisas fora do mundo encapsulado de uma sociedade castradora e controladora. No caso de Dahmer, esta sociedade pode ser a internet.

Nas referências literárias de Platão e Huxley, podemos perceber a força do isolamento, ao mesmo tempo que parecem as personagens estão confortavelmente isoladas, tendo apenas uma porta de comunicação com o mundo. Dahmer explora então as contradições existentes em um isolamento consentido ou auto-isolamento. A identificação do leitor parece fácil, uma vez que ele próprio muito provavelmente já ficou maravilhado com coisas vistas na internet e que poderiam ser vistas ao vivo, bastando sair um pouco da frente de seu computador. Parece também haver em Dahmer certo tom de saudosismo e até mesmo de pessimismo, uma vez que tanto índios quanto árvores podem estar se acabando no planeta, restando aos usuários sua observação por meio de imagens digitais. Há o velho mundo natural, com suas árvores e índios, e o novo mundo, virtual, composto de imagens digitais.

Por outro lado, o tempo e espaço criado virtualmente para saciar a curiosidade por

meio de imagens digitais também pode ser encarado como preservação da memória, ainda que suprimida, de certa época que não mais existe. Há uma recriação virtual de elementos e condições que o usuário não pode, seja pelo tempo, seja pelo espaço, ter contato físico. Neste caso, o virtual parece ser paliativo.

Há também uma identificação com o leitor que apenas fica em seu quarto. E esta pode ser uma autocrítica, já que o autor também passa algum tempo na frente do computador.

Este tempo “perdido” na frente do computador, na frente da internet, como podemos perceber na figura 158 está presente em várias das tiras do autor.

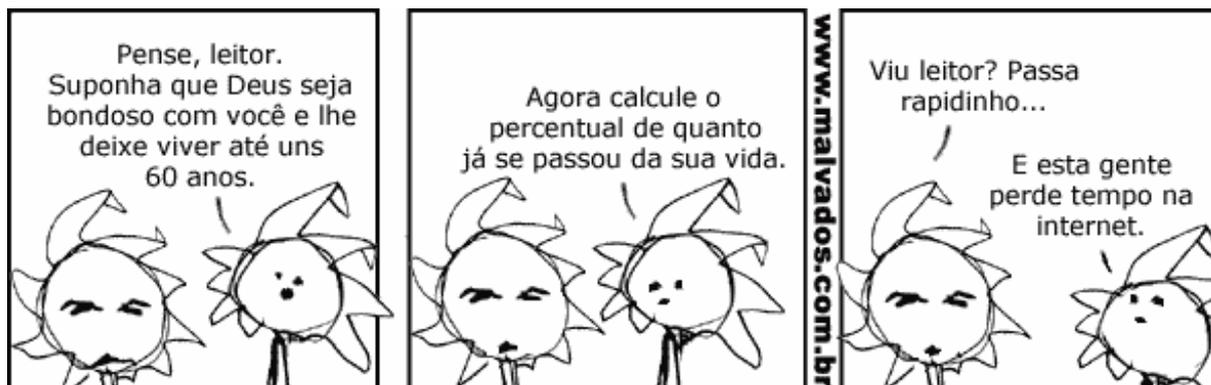


Figura 158. Tira 247

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha247.gif>> acesso em 12/01/09

Dahmer diz ao seu leitor, por meio do diálogo metalinguístico que este está gastando seu tempo na internet. Como o leitor está, neste momento, lendo as tirinhas dos *Malvados*, a piada se torna uma autocrítica, levando à indução de que a tira por si só é inútil. E é esta conclusão que a torna engraçada.

Aspecto também relevante é o fato das personagens falarem com o leitor diretamente, algo não muito usual na obra de Dahmer. E, graças a esta característica, a noção de tempo dos quadrinhos, já estudado anteriormente neste trabalho, se reforça. Do primeiro ao último quadrinho naturalmente passa-se algum tempo. No último dos quadrinhos a personagem fala isso claramente: “Viu leitor? Passa rapidinho...” A elipse temporal entre os quadros então parece maior, uma vez que, como já evidenciado por Cirne (1975), este tempo é psicológico e forjado na mente leitora.

Além deste aspecto podemos destacar que a personagem fala com o leitor sobre o próprio veículo onde ela é exposta. A personagem fala acerca da vida e de sua passagem, mas também fala sobre a própria internet. Aqui, Dahmer idealiza um leitor que está lendo na internet a tira. Apesar de existir possibilidade técnica e mesmo temática para inserir esta tira em um livro ou mesmo em um jornal de circulação diária, ela parece fazer muito mais sentido quando lida no próprio suporte onde a personagem conversa com o leitor. A piada se reforça quando o leitor percebe que está fazendo aquilo que a personagem questiona, construindo-se uma cumplicidade na produção de significados.

O autor inclusive coloca, na figura 159, na forma do narrador onisciente, o motivo pelo

qual muitas pessoas vivem “trancadas” na internet.



Figura 159. Tira 286

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha286.gif>> acesso em 12/01/09

Para a personagem não há vida fora da internet, ou o buscador *Google*, que trataremos adiante, lhe informaria. Neste caso, Dahmer deixa claro, principalmente ao utilizar a palavra “trancado” na legenda, que a personagem, bem como vários de seus leitores, sentem-se reféns da tecnologia, incapazes de perceber o mundo fora das medidas de sua tela de computador. Dahmer parece também sentir-se refém, aprisionado pela tecnologia. O autor parece acreditar que a tecnologia, principalmente aquela relativa aos micro-computadores, é, além de alienante, causadora de frustração, isolamento e solidão. A própria noção de estar trancado na internet reforça tais idéias. A própria vida fora da rede é tratada como uma mera conjectura, um boato.

A televisão também é criticada nesta tira, já que o autor parece ter uma visão pessimista do cotidiano, e uma visão ainda pior acerca da veracidade nas informações veiculadas nas emissoras televisivas. O autor parece indicar ao seu leitor que aquilo que as televisões mostram não é verdade, ou que é uma verdade manipulada por interesses.

Dahmer ironiza a força dos boatos na internet, colocando personagens que acham inclusive que a própria vida fora da internet é um boato. Indo de encontro às tiras 223 e 286, a figura 160 mostra ao leitor que muitas pessoas parecem achar que a vida fora da internet não existe. É apenas mais um boato. E este boato, forjado, segundo a personagem, na própria internet onde estão presos.

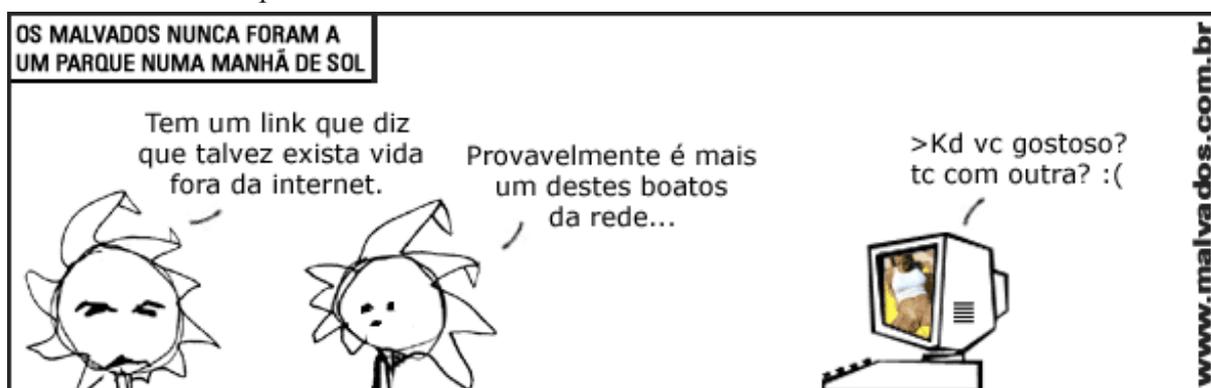


Figura 160. Tira 204

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha204.gif>> acesso em 12/01/09

Esta tira ainda conta com o desenho de um computador e, na tela deste, uma imagem fotográfica de uma mulher semi-nua. Esta fotografia chama a atenção tanto por estar colorida, em contraste com o restante da tira preto-e-branco quanto pelo fato de ser uma fotografia, uma linguagem coincidindo com a outra, transformando esta tira em um híbrido de fotografia e quadrinhos.

A função da cor em uma tira preto-e-branco já foi discutida neste trabalho, cabendo agora salientar não apenas a força da cor, mas também a das formas. Já que os desenhos são relativamente abstratos a ponto de não haver uma definição sobre o que são as personagens, como o próprio Dahmer (2008) explica, percebemos a força da fotografia. Uma vez que esta contrasta com os desenhos e, mostrando uma mulher semi-nua, faz a piada acontecer graças à compreensão do leitor acerca não só do que é uma mulher semi-nua na rede como também, como já dissemos, da imensa proporção de pornografia na rede, constatando que, no mundo habitado por pessoas como as que Dahmer representa, não há necessidade da vida fora da rede.

Há também certa ambiguidade na legenda inserida pelo narrador onisciente e os dizeres das personagens. O narrador sabe que há um mundo fora da internet. Os *Malvados* presumem ser este apenas mais um boato. A comparação entre um dia de sol em um parque e uma fotografia de uma mulher semi-nua também é relevante no momento em que parece haver uma dicotomia entre natureza e tecnologia, entre o que é real e palpável e o que é virtual e existe apenas digitalmente. A própria idéia do que é “real” também está presente na tira, já que para as personagens, “real” é o que existe dentro da rede mundial de computadores, e o mundo externo, apenas um boato.

A internet é apresentada nos quadrinhos de Dahmer como grande redutora de tempo dos indivíduos, que parecem conectados à ela durante mais tempo do que o necessário. Dahmer constrói vários exemplos da internet como uma mídia castradora, mas também como grande válvula de escape das frustrações quotidianas, verdadeira fuga dos problemas corriqueiros, como vemos na figura 161

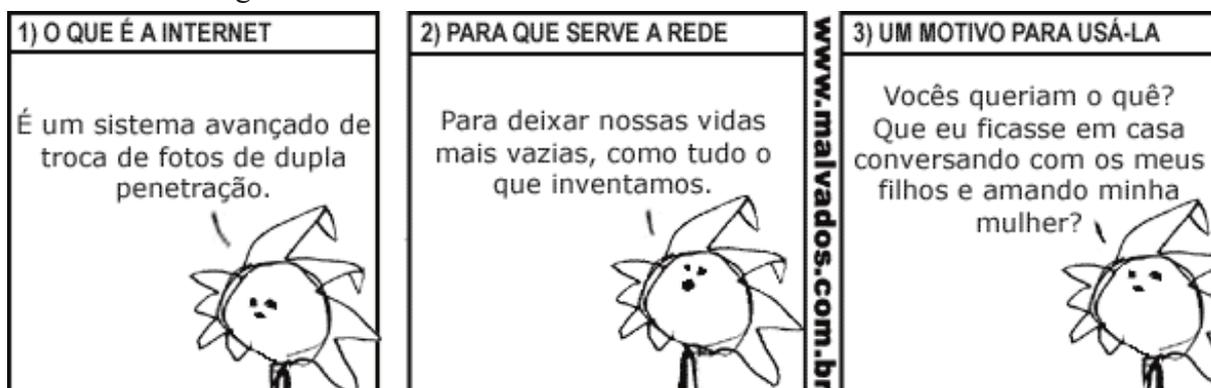


Figura 161. Tira 270

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha270.gif>> acesso em 12/01/09

Percebemos aqui várias questões. Primeiramente, a visão da internet ligada à pornografia<sup>26</sup>. Na visão de Dahmer, os aparatos tecnológicos acabam por tornar as vidas dos indivíduos sem sentido, com uma sobrecarga de dispositivos com os quais temos que conviver, como Bauman (2001) já havia anunciado.

No último quadrinho percebemos a válvula de escape já mencionada. Aqui a personagem explica ao leitor que tem esposa e filhos, porém não deseja compartilhar sua vida com eles, sendo este o principal motivo para utilizar a internet. É um quadrinho ambíguo, já que o autor joga para o leitor o juízo de valor sobre a questão de ficar ou não com a família, ao mesmo tempo que aponta a facilidade com que a tecnologia afasta as pessoas das coisas simples e óbvias, tais como sua esposa e filhos, podendo fazer com que os leitores possam refletir acerca de suas próprias escolhas.

Reitera-se a idéia da internet como forma de manter-se afastado dos problemas e pessoas do cotidiano. A internet e suas janelas podem ser mais atrativas e interessantes que o convívio social e familiar. Esta crítica pode ser compreendida tanto pelos leitores que, naquele momento, estão utilizando a internet como uma brecha para escapar dos demais aspectos da vida, quanto por aqueles leitores que vêem este tipo de comportamento em colegas ou familiares, uma vez que esta anomia social parece estar presente em toda sociedade, como apontado por Bauman (2001).

Essa anomia também tem uma faceta que Dahmer explora na figura 162. Uma vez que uma parcela da população usuária da internet sabe que as informações na rede podem ser desconstruídas ou mesmo falsas, o pai da personagem na tira usa essa inconstância de informações para passar uma mensagem errada ao seu filho.



Figura 162. Tira 349

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha349.gif>> acesso em 12/01/09

Como o leitor percebe no primeiro quadrinho, muito provavelmente o filho está perguntando acerca de tópicos oriundos da internet. Dahmer novamente se vale do processo de conclusão explicitado por McCloud (2005). Nos dois quadrinhos finais o leitor só percebe que a voz do filho está falando coisas relativas à internet porque no primeiro quadro isto ficou explícito pelo pai. A partir daí, como já explicamos a partir de Carrier (2000), o leitor consegue

26 Este dado é corroborado pelo livro de Tancer (2009), que explica existir pesquisas que apontam o uso de 40% da internet apenas para a indústria pornográfica.

compreender o segundo e o terceiro quadrinhos graças ao primeiro.

Dahmer percebe aí uma chance de questionar a construção das notícias e das informações das mídias de massa, bem como os processos de divulgação e edição dessas informações. A partir do momento que nada é necessariamente real na internet, tudo pode ser mentira e, isto posto, pode-se argumentar qualquer coisa a partir da negação das informações vindas da internet. Desta forma forma-se a piada no último quadrinho: são as tartarugas que tentam matar os humanos, diz o pai contrariando o que a internet nos diz, criando nova ironia para mostrar a trama tecida entre o real e o virtual.

Dahmer denuncia a falsidade e o crime de plágio na internet, fazendo piada com estas características. Na figura 163, vemos uma personagem escrevendo um texto seu e assinando como o escritor português José Saramago, ou seja, praticando o crime de falsidade ideológica. E a outra personagem plagiando o falsário, achando que é Saramago.

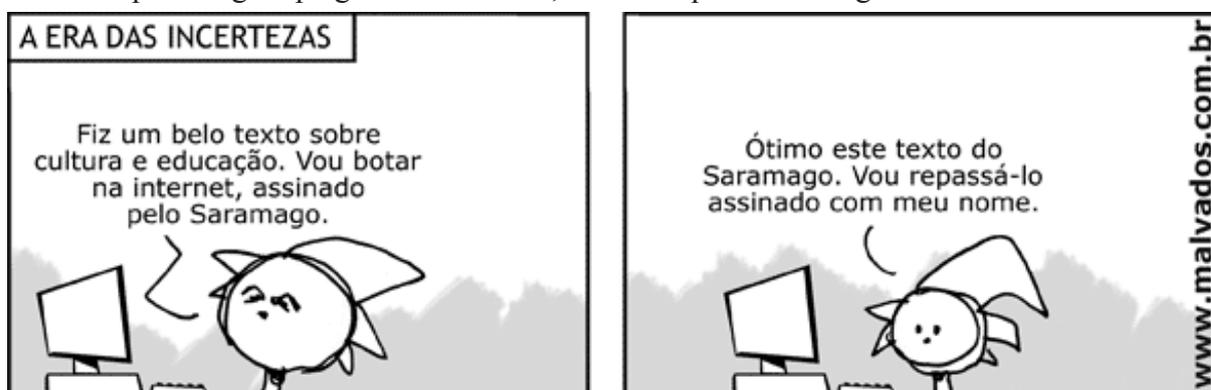


Figura 163. Tira 568

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha568.gif>> acesso em 12/01/09

Ambas as personagens agem criminosamente, roubando no primeiro caso o nome e a notoriedade de um grande e conhecido escritor e no segundo caso a produção literária de um suposto grande escritor.

As personagens não são apresentadas como criminosas, e sim como pessoas comuns<sup>27</sup>, e a quantidade de falsificações é tão grande, que Dahmer, através do narrador, sublinha a grande quantidade de falsificações, e indica estarmos vivendo uma era de incertezas. Incertezas acerca das identidades, como salientado por Hall (2006), mas também incertezas sobre quem somos e quem é o outro. Quando não se pode confiar em nenhum texto oriundo da internet, assim como não podemos confiar nas pessoas que ali estão, ou melhor, nas pessoas que dizem estar ali, tal qual a figura 164, onde percebemos que a personagem mente sobre suas formas para parecer ao outro mais bonita.

27 Como o leitor sabe, este tipo de falsidade está presente em vários textos, fotos, documentos e perfis de usuários que circulam pela internet, como salientam Cotrin e Oliveira (2009). E há tanta falsidade cometida por pessoas comuns, não criminosas, porque, ainda segundo Cotrin e Oliveira (2009), muitos destes usuários não acreditam estar praticando o crime previsto no artigo 299 do código penal brasileiro. Parece que tais indivíduos simplesmente partem da premissa que, se está na internet, é público e, portanto, pode ser usado como e quando qualquer indivíduo desejar. Não há, conforme os autores do artigo, intenção de dolo em vários dos indivíduos que se apropriam de identidades falsas na grande rede.



Figura 164. Tira 162

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha162.gif>> acesso em 12/01/09

Dahmer trabalha com as formas de sociabilidade possibilitadas pela internet. Na visão de Bauman (2001), as pessoas necessitam ser melhores do que são, pois a sociedade as impõe este compromisso. Há o medo do olhar do outro, como o Panóptico de Foucault, que Torres (2010) define:

O dispositivo panóptico, descrito por Michel Foucault em *Vigiar e Punir*, constitui uma ‘máquina’, idealizada por Bentham no século XVIII, cuja arquitetura é formada por uma torre central e uma construção circular periférica. Nesta se encontram indivíduos a serem vigiados – prisioneiros, loucos, escolares, trabalhadores, isolados em células, formando “uma coleção de individualidades separadas” – enquanto naquela se encontram os vigias. As salas da construção periférica são determinadas por janelas externas (por onde entra a luz) e por janelas internas (frente à torre central). E é justamente essa a eficiência do dispositivo panóptico: “ver sem ser visto”; à torre é possível ver tudo o que acontece no prédio externo, ao passo que este nem sabe se é, ou não, vigiado. “A visibilidade é uma armadilha”.

As conseqüências são imediatas: separados pelas paredes – cada um em sua célula – os indivíduos são analisados individualmente. Já a possibilidade de serem vigiados a todo instante incita um sentimento de auto-regulamentação. Ou seja, o indivíduo constrói (ou assimila) uma série de condutas que permanecem dentro de um limite aceitável – o bom senso não é transgredido. Nas palavras do autor, o dispositivo induz “um estado consciente e permanente de visibilidade que assegura o funcionamento automático do poder”, com um objetivo inicial, base representativa do panoptismo: disciplinar.

Como podemos perceber nos demais quadrinhos, a forma física da personagem direcionou os eventos que se sucederam na piada, ou seja, como era feia, ficou apenas jogando *videogame*.

As personagens haviam se conhecido e marcado encontro pelo antigo *software* de comunicação instantânea, que, no momento de escrita da tira, aparentemente ainda não possuía a função de inserção de fotografias. A personagem que se diz bonita vale-se da ignorância do seu interlocutor.

Como na internet, na visão de Dahmer, nada é necessariamente o que parece ser, temos a figura 165.



Figura 165. Tira 747

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha747.gif>> acesso em 12/01/09

Aqui, valendo-se da idéia de máscaras também já utilizada por Spiegelman, Dahmer especula, graficamente, que uma pessoa franzina não pode ser um astronauta, ao mesmo tempo que uma gorda não pode ser atleta. Dahmer aqui brinca com o suporte, fazendo o leitor compreender que na internet se pode assumir ou inventar outros papéis sociais, outras personalidades, atravessando fronteiras da fantasia e da realidade. Aparentemente estas máscaras são utilizadas pelas personagens em programas de comunicação instantânea, ou *websites* de redes sociais, ou seja, locais virtuais para se conhecer pessoas. Ao mesmo tempo que há o desenho e o diálogo, há novamente o narrador onisciente, explicando ao leitor que nada é o que parece ser em uma relação mediada pela internet.

Explorando a linguagem das histórias em quadrinhos, no segundo e terceiro requadros o autor mostra indivíduos em relações sexuais não convencionais. Para o leitor mais acostumado à internet, ao mesmo tempo que também é acostumado com a gramática dos quadrinhos, Dahmer explica que o que se vê é uma coisa e o que se lê nos balões das personagens é outra. Temos um diálogo mediado pelo computador, logo, as pessoas no segundo quadrinho não estão fisicamente juntas, apenas virtualmente. É a linguagem dos quadrinhos que possibilita esta diferença entre diálogo das personagens, texto do narrador onisciente e imagens no requadro serem diferentes e, em alguns casos, opostas. Os desenhos representam o ambiente virtual e os diálogos representam as pessoas na frente de seus computadores.

A própria idéia da utilização do quadro *Lição de anatomia*, que o artista Rembrandt pintou em 1632, já dá noção ao leitor de que Dahmer está disposto a “dissecar” a internet, tal como o quadro barroco faz com um corpo de um ser humano. Sugere-se observar o que os olhos comuns não observam, perceber o que é impossível à olho nu, revelar o que as pessoas anteriormente eram impedidas de saber. Dahmer parece querer dizer ao seu leitor que irá abrir a internet e descobrir cada um de seus pedaços internos.

O leitor aqui, como na obra barroca, torna-se cúmplice da dissecação, vindo a saber coisas que pessoas normais não saberiam se não lessem a tira. O leitor é levado ao mais íntimo da internet, aquilo que Benjamin (1994) já havia destacado em sua obra no que tange a relação entre pintor e cinegrafista. Benjamin (1994) faz a comparação entre um cirurgião, que mexe

literalmente com as entranhas do indivíduo e o curandeiro, que apenas faz ritos sem penetrar no corpo do indivíduo doente, curando-o por meio de magia e rituais. Neste caso, “Lição de anatomia” faz de Dahmer um cirurgião, pois metaforicamente cabe a ele mexer com as entranhas da internet.

Do ponto de vista estilístico, podemos dizer que o recurso de utilizar uma fotografia ou imagem clássica não é nova, sendo muito utilizada tanto pelos quadrinistas da *Métal Hurlant* europeia quanto pelos comix *underground* norte-americanos e até mesmo por artistas nacionais como Angeli e Laerte.

O uso de metáforas também é explorado por Dahmer na figura 166, onde, como na figura anterior, percebemos que ambas as personagens estão em suas casas, porém seus alter egos digitais mostram outras formas, oriundas possivelmente da imaginação das personagens. O autor indaga o leitor acerca do suporte, ao fazer, no último quadro, a sereia afogar-se graças à perda de conexão com a internet. Ao mesmo tempo que o barco afunda com a queda da conexão, a sereia também se perde, já que o contato entre os dois dificilmente se restabelecerá sem um maior conhecimento mútuo, daí o apelo da sereia que pede o número do mensageiro eletrônico da personagem Malvada.



Figura 166. Tira 431

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha431.gif>> acesso em 12/01/09

Como sereia é um dos adjetivos utilizados para tratar uma mulher bonita (ou magra, inteligente e tarada), a que se afoga provavelmente é o oposto do que afirma, assim como “loiro, rico, dotado”. A brincadeira da sereia que não sabe nadar e a metáfora do barco afundando desconstrói os estereótipos e evidencia os tênues laços de sociabilidade estabelecidos pelas conexões em rede.

Entretanto, cabe ao leitor também imaginar ou perceber que isto na realidade não importa no mundo virtual. Lemos (2008), explica que com as novas possibilidades de interação, as pessoas podem fazer-se passar por outras, ou construir para si uma persona digital, em sua visão, melhor do que a realidade imposta.

Turkle (1997, p.13), mostra o depoimento do usuário Doug, que imprime sua visão da vida no ciberespaço:

Consigo desdobrar a minha mente. Estou ficando perito nisso. Me vejo como duas, três ou mais pessoas. E limito-me a ligar uma parte da minha mente e depois outra,

à medida que viajo de janela em janela. Estou tendo uma discussão qualquer numa das janelas e tento paquerar uma garota numa outra janela e, numa terceira, pode estar correndo uma folha de cálculo ou outra coisa técnica para a universidade... e de repente recebo uma mensagem em tempo real e calculo que isso seja a vida real. É só mais uma janela.

Os usuários da internet podem, então, criar personagens para si próprios. A sátira de Dahmer e o consequente entendimento do leitor da tira demonstram essa característica.

Mas Dahmer não faz uso da linguagem dos quadrinhos apenas para satirizar personagens e pessoas do mundo virtual. Ele também o faz em relação ao próprio suporte e suas ferramentas, como na figura 167 onde há a piada em cima do conceito de um e-mail com vírus.

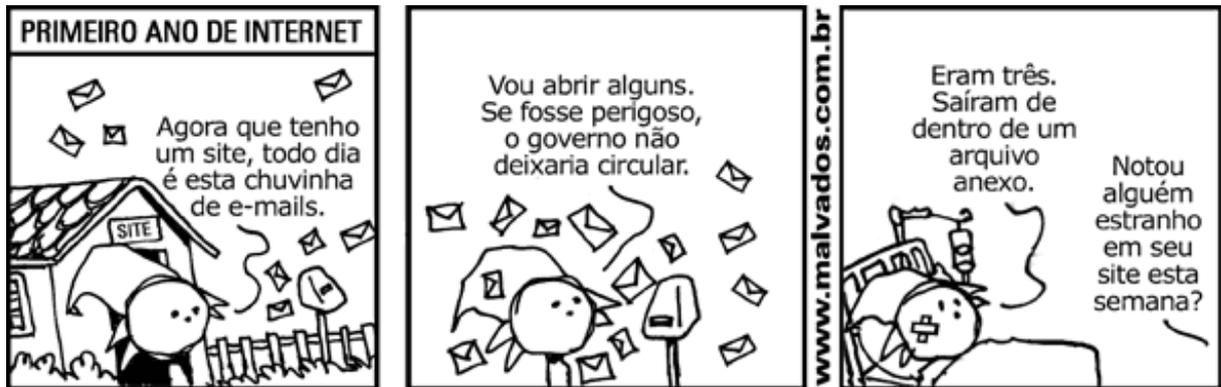


Figura 167. Tira 498

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha498.gif>> acesso em 12/01/09

Nesta tira Dahmer diverte seu leitor novamente em relação à metáfora do suporte. Na história, a personagem abre um *website* e se vê cheio de e-mails. Podemos perceber que o próprio *website* é retratado como uma pequena casa. Graças à gramática dos quadrinhos, o leitor percebe que é ainda um pequeno local na internet. A caixa de correio ao lado e a cerca acabam por estereotipar a típica casa do interior do Brasil ou na periferia das grandes cidades.

A associação das cartas flutuando em direção à caixa de correio dá materialidade ao mundo virtual e, no último quadro, os vírus são materializados atingindo a própria personagem, também virtual. A piada só se completa quando todos os envolvidos, Dahmer e leitor, conhecem a prática maliciosa de envio de e-mails com arquivos danosos aos *websites* por meio de anexos nestes e-mails. Esta tira perderia parte de sua graça caso fosse publicada em um meio impresso. Ainda que possivelmente o leitor de um grande jornal como os que Dahmer publica suas tiras já tenha tido problemas com e-mails e com vírus, a associação direta dá-se também porque, como já foi visto, o leitor pode ter recebido esta própria tira como um anexo de um e-mail. Neste caso, a metalinguagem fica ainda mais evidente e a piada ganha ainda mais força e representatividade, afinal, ao mesmo tempo que o anexo era apenas a tira de Dahmer, poderia também ser um arquivo prejudicial. E o leitor ambientado ao universo dos e-mails sabe disso e diverte-se graças à identificação com a personagem.

Dahmer mostra a malícia e as armadilhas da internet em várias de suas tiras. Entretanto, para o autor, o criminoso nem sempre é um bandido. Ele pode ser o próprio leitor, que pratica

atos ilícitos parecendo não se importar com isto. Dahmer deixa claro que existem criminosos, mas que pessoas comuns também podem ser piratas, como na figura 168.



Figura 168. Tira 408

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha408.gif>> acesso em 12/01/09

Nesta tira, cuja legenda do narrador informa o espaço temporal, já estudado aqui com Cirne (1975), Cagnin (1975) e Ramos (2009), diz que no início da internet os pequenos meliantes apoderaram-se da internet. Já no segundo quadrinho há a mais forte crítica, mostrando ao leitor que possivelmente ele também já tenha feito algo semelhante ao usar indevidamente fotos, textos ou idéias. O próprio asterisco metalinguístico diz que Dahmer roubou e alterou o texto do colega cartunista Arnaldo Branco.

É importante salientar também que em nenhum momento Dahmer escreve que estes meliantes são piratas. Esta conclusão dá-se por meio do desenho da bandeira com a caveira, eternizada, de acordo com Borgo, Hessel & Forlani (2009), como símbolo pirata principalmente graças a filmes de Errol Flynn e Donald Fairbanks a partir da década de 1920. Também fica evidente ao leitor tratar-se de um navio graças à cerca da cadeira de observador no mastro da embarcação pirata.

Esta metáfora também coloca outros valores, tais como aqueles propagados pelos já citados filmes, como foragidos temidos que exploram um mar de aventuras, pilhando e escondendo tesouros ao longo de suas vidas. O pirata atual também pode ser visto como um aventureiro em busca de novas e desbravadas terras virtuais.

Na tira 169 Dahmer aponta os efeitos negativos das invenções.

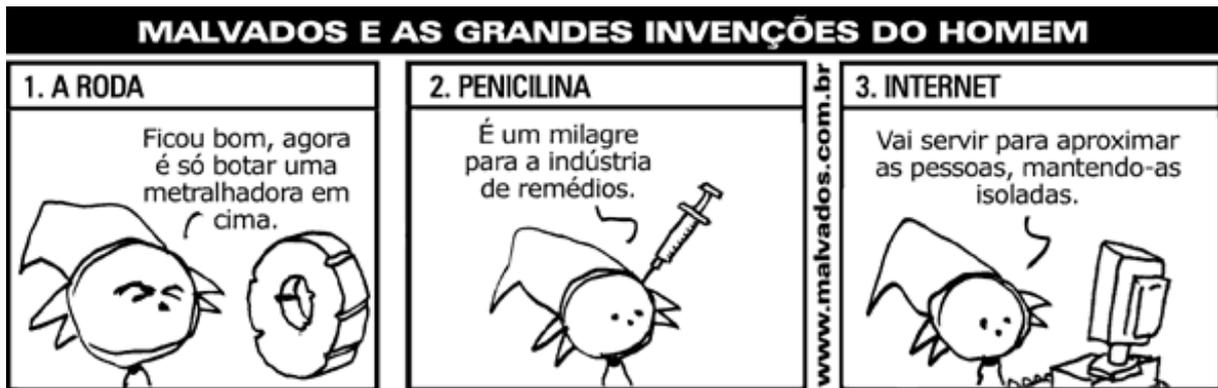


Figura 169. Tira 521

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha521.gif>> acesso em 12/01/09

No primeiro quadrinho, vemos a crítica à invenção do transporte. O que deveria ser uma forma de levar o indivíduo de um ponto à outro converte-se em mais uma forma de matar seu inimigo. Já no segundo, percebemos que as invenções responsáveis por salvar vidas é utilizada por grandes empresas farmacêuticas, que mais importam-se com seu lucro do que com o bem-estar da população mundial. No último dos quadrinhos, percebemos que a mais nova das invenções, a internet, que deveria ligar as pessoas, está mantendo estas mesmas pessoas isoladas.

As invenções acabam por mudar as formas de interação entre as pessoas, modificando formas de convívio e interferindo na vida dos indivíduos. Dahmer aponta aqui a ingerência e a força com que as invenções podem mudar o cotidiano das pessoas. E a crítica é formada quando o leitor percebe que nem sempre esta interferência é benéfica.

A internet é uma das melhores e mais rápidas formas de comunicação e, de acordo com Lemos (2008), revolucionou a maneira como as pessoas se comunicam. Para este autor, com a internet passa-se do Computador Pessoal (PC) para o Computador Coletivo (CC) cuja base é forjada para a comunicação e a colaboração. Porém, grupos de indivíduos acreditam que esta comunicação eficiente acaba afastando as pessoas do convívio pessoal, mantendo-as isoladas em suas casas. Dahmer faz rir e refletir no último quadro da sua tirinha justamente ao fazer o leitor pensar se não está isolado de seus amigos graças à internet, que promove uma grande interação mediada entre eles, mas que não promove o contato interpessoal. Ainda que, como salienta Schittine (2004), o distanciamento físico possa encorajar a revelação de segredos íntimos e promover relações também bastante íntimas, há uma parcela da sociedade que sustenta que a internet está promovendo um isolamento entre os indivíduos. Dahmer parece alinhado à este discurso.

O discurso da alienação está bem próximo à idéia de que o computador, ou a internet, é o bem mais precioso do indivíduo. Superior inclusive às suas relações íntimas, tais como o casamento ou o relacionamento interpessoal, como podemos ver na figura 170



Figura 170. Tira 1232

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha1232.gif>> acesso em 12/01/09

A rede mundial de computadores, para Dahmer, acaba por isolar os indivíduos, tornando-os mais próximos de seus pares virtuais do que dos reais, como já nos lembra Schittine (2004). Os estereótipos, já apontados por Cagnin (1975) e Eisner (2001) reforçam a posição da personagem, deixando claro, com a displicência apresentada no último quadrinho, em comparação com a preocupação do primeiro, que a coisa mais importante é efetivamente a internet. E a possível esposa da personagem é apenas parte incidental de sua vida. Tão efêmera e inútil que “deslogá-la” parece ser uma alternativa simples e nem um pouco dolorosa para a personagem. Dolorosa é a dificuldade de estar sem a internet.

Outra característica que podemos destacar nas imagens do último quadrinho é a maneira como a internet é visualmente representada, como um pequeno dispositivo, possivelmente similar à um telefone celular ou um PDA (*Personal Digital Assistant*).

Dahmer parece já enxergar a internet ubíqua, que está presente nos mais diferentes dispositivos, independente do tamanho e da sua forma. Percebemos também que Dahmer não usou, na fala da personagem no primeiro quadrinho, a palavra computador. O autor percebe a internet como algo desvinculado à figura do computador. A internet, nesta tirinha, está posicionada como algo além do dispositivo em que ela se encerra. A internet parece ser vista como a forma de comunicação, não como um dispositivo que permite esta comunicação.

Neste caso, a internet atua como mediadora entre pessoas, e Dahmer a visualiza como uma comunicação etérea, onde qualquer dispositivo pode servir também como mediador entre humano e internet. O que a internet parece não mediar, não parece importante à personagem. Ainda que, de acordo com Martín-Barbero (1997) toda comunicação é mediada necessariamente pela cultura e pelos indivíduos, na tira o leitor pode perceber claramente que o que importa é o dispositivo, haja vista que existem no último quadrinho duas personagens, lado a lado, que estão focadas apenas em seus pequenos aparelhos. Aquilo que não possui ligação com este dispositivo não é tão caro à personagem.

A própria internet, então, acaba tornando-se produto de consumo importantíssimo à sociedade retratada por Dahmer. Sua presença e ubiquidade acabam forjando laços com grande parcela da população retratada pelo autor.

No outro espectro do binômio produção/consumo, temos a presença daqueles que criam os sistemas e as páginas e tornam a internet um ambiente agradável de se navegar e explorar, tal como fala Ercília (2001).

## 5.2 PROFISSIONAIS DE INTERNET

Como já vimos anteriormente neste trabalho, muitas vezes a primeira apresentação aos *webcomics* é feita por meio de um e-mail que chega na caixa postal eletrônica do leitor, e muitas vezes no ambiente de trabalho. Com a proliferação da internet, podemos dizer que há mais indivíduos trabalhando com este meio comunicacional, fazendo com que Dahmer utilizasse sua verve cômica para fazer piada com estes profissionais, gerando uma identificação tanto para os profissionais em si quanto para as demais pessoas que conhecem colegas que trabalham nesta área.

Uma das profissões que Dahmer critica são os *webdesigners*, profissionais que trabalham criando páginas e *websites* para a internet.

Na final da década de 1990, este era um profissional extremamente requisitado, segundo Memória (2005), pois poucas pessoas conseguiam trabalhar com a já explicada linguagem HTML e seus adereços. Na metade da década de 2000, este profissional já era considerado, por Memória (2005, p.8) , morto:

Lembra daquela figura que assinava o rodapé de todos os sites, lá no início da internet comercial, por volta de 1995? Pois é, não sei se você conhecia esse rapaz, mas sinto dizer que ele morreu. Foi enterrado no cemitério junto com seu primo Amadorismo(...)

A explicação de Memória (2005) para a derrocada deste profissional era o amadorismo. Adiante em seu livro, o autor explica que o que morreu não foi o *webdesigner*, e sim a maneira amadorística com que este segmento de mercado era tratado. Este viés amador, que gerava profissionais que haviam descoberto como programar no modelo de tentativa e erro, propiciando a qualquer um, sem qualquer estudo, a possibilidade de ser produtor de *websites* é uma das críticas de Dahmer, como podemos ver na figura 171:



Figura 171. Tira 221

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha221.gif>> acesso em 12/01/09

Há também uma crítica à sociedade em geral, bem como uma crítica aos discursos sobre a importância e força da tecnologia. Ainda há a preocupação de Dahmer em criticar a conjuntura social e a economia. O que ele nos aponta é que o “chato tecnológico” representado pela personagem que diz-se *webdesigner* é apenas mais uma face visível do individualismo característico da sociedade capitalista.

Nesta tira, já no primeiro quadrinho fica evidenciada a qualidade amadorística salientada por Memória (2005). Como a personagem diz: “Assim como todo mundo, também sou *webdesigner*”, ou seja, qualquer pessoa poderia converter-se neste tipo de profissional.

Esta característica é deveras interessante, e a crítica de Dahmer também, uma vez que é também uma auto-crítica, já que em seu *blog* o autor explica que foi ele mesmo quem fez seu *website*. Assim, como a personagem, e como “todo mundo”, Dahmer também atua como *webdesigner* de seu próprio espaço virtual. O artista inclusive utiliza sua falta de conhecimento mais específico para gerar novas formas de interação entre leitor e tirinha, dando ao leitor múltiplas formas de navegação no *website*.

Mas há outra característica, além do amadorismo, muito presente nos *webdesigners* olhados por Dahmer. Para o artista, parece haver uma classe de profissionais pobres e que, portanto, maculam seu trabalho e esforço pedindo uma quantidade mínima de dinheiro. Isso porque, como percebemos na figura 172, este profissional está competindo com o amador, gerando uma disputa injusta do ponto de vista capitalista.



Figura 172. Tira 389

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha389.gif>> acesso em 12/01/09

Há uma clara referência também à mão-de-obra que é substituída pela máquina. Como diz o autor da tira na voz de sua personagem, “todos vivem de apertar botões”. E o artista acaba por morrer de fome, em uma sociedade onde a hierarquia é determinada não pelas características criativas ou técnicas dos indivíduos, mas sim pela capacidade de saber qual botão apertar nas máquinas.

Há também o questionamento do papel da arte neste novo momento que estamos vivendo, colocado pelo autor como “modernidade”. A facilidade de se produzir imagens pode ser confundida com a facilidade de se produzir arte. A imagem técnica parece ser o tipo de arte dominante na “modernidade” de Dahmer. Como afirma Machado (1997), as “imagens técnicas”

designam em geral uma classe de fenômenos audiovisuais em que a palavra “técnica” de alguma forma ofusca a palavra “imagem”. O papel da máquina ou outro mediador técnico se torna tão determinante que pode por vezes eclipsar ou mesmo substituir o trabalho de concepção de imagens por parte do sujeito criador. Como a idéia que o “computador faz tudo”, retirando o artista da concepção da peça, ao mesmo tempo que dá autonomia maior à determinados profissionais que desenvolvem algum tipo de arte que envolva substancialmente a máquina, tal qual os *webdesigners*. Há também uma auto-crítica, uma vez que Dahmer também é artista plástico, que pode ser visto como um “artista plástico esfomeado”.

Tão esfomeado quanto o “*webdesigner* pobre”, Dahmer explicita em sua tira a idéia corrente de que qualquer jovem consegue produzir um *website*, e que não é necessário um profissional para realizar este trabalho, deslocando assim os espaços e o valor dos profissionais.

O desenho de Dahmer também torna a piada mais engraçada, já que a única coisa colorida na tira são os óculos da personagem no último quadrinho. Assim, Dahmer cria um estereótipo para o *webdesigner*, que podemos ver também na figura 173, onde o autor insere os dizeres “A angústia de um indie”, ironizando o visual, o modismo, as aparências, os discursos sobre exclusividade, ao mesmo tempo em que brinca com a idéia da massificação das marcas.



Figura 173. Tira 268

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha268.gif>> acesso em 12/01/09

Um indie, abreviação de “independent” é mais uma das facetas da identidade cultural global. Hall (2006) explica que o indivíduo pode, graças aos bens de consumo, criar sua identidade em qualquer parte do mundo, tal como Gordon (2002) já havia explicado. Para Hall (2006),

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas - desalojadas - de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem ‘flutuar livremente’. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para este efeito de “supermercado cultural”.

Assim, Dahmer ao mesmo tempo critica os *webdesigners* e sua profissão, relativiza também a própria identidade cultural destes que trabalham com *Layouts* de páginas *web*, e o desenho do óculos em ambas as tiras é o elemento gráfico que reforça estas críticas.

Há, porém, outro tipo de profissional que Dahmer critica na internet: aqueles que utilizam-se da internet ilicitamente para obter ganhos próprios. Na figura 174 vemos a presença de um *spammer*, que foi preso e está à espera de um bom advogado.



Figura 174. Tira 193

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha193.gif>> acesso em 12/01/09

O *spam* está normalmente associado ao abuso por parte das empresas ou indivíduos das ferramentas de correio eletrônico. Uma vez que é extremamente barato (praticamente de graça) o envio de mensagens pela rede internet, há vários aplicativos que disparam as mensagens para milhares de endereços de e-mails, e várias pessoas e empresas valem-se deste recurso para a divulgação de seus produtos ou serviços.

Atualmente é enorme a quantidade de empresas e pessoas que utilizam-se deste serviço para o envio de mensagens publicitárias sem autorização ou consentimento dos usuários. O abuso é combatido pelas autoridades sérias especializadas em *marketing* por e-mail ou mesmo por invasão de privacidade digital. Os *spammers* criticados por Dahmer configuraram-se verdadeiras pragas aos usuários de sistemas muito populares, como o *Orkut* ou os webmails como *Gmail*, *Yahoo mail* ou *Hotmail*. É comum um usuário padrão de webmail receber entre 15 e 50 destes *spams* por dia. Com uma breve conta podemos constatar que cada indivíduo conectado à internet por meio de *webmails* recebe em média, mais de mil mensagens indesejadas mensalmente.

O leitor percebe, no quadrinho de Dahmer, que as personagens são criminosas graças aos grilhões existentes em seus pescoços, novamente reforçando a idéia de Saraceni (2003) que diz que o leitor deve ter informação extra-textual para compreender a piada. Também é necessário ao leitor o conhecimento do que é *spam*. Dahmer então parece criar a piada para o leitor acostumado à internet, que recebe vários *spams* por dia e que desejaria prender os responsáveis por esta invasão não consentida ao seu e-mail.

Outra referência feita por Dahmer são os ladrões que incitam o usuário a deixar sua senha e conta bancárias para uso ilícito. Na figura 175 podemos perceber o ataque ao *Malvado*

prestes a se tornar vítima. Há também nesta tira uma reflexão irônica sobre os usos e efeitos da tecnologia. A velocidade de funcionamento, para Dahmer, pode ser determinante para a personagem identificar se é uma pessoa inteligente e rápida ou lenta. Neste caso há um deslocamento da necessidade de um computador. O que deveria funcionar rapidamente para dar maior produtividade, acaba por funcionar mais lentamente e fornecer conforto espiritual, já que indica a rapidez da personagem.

Além disso, questiona a qualidade dos relacionamentos virtuais, bem como a validade destes. Ter um amigo na internet, como salientaremos em tiras posteriores, pouco significa para Dahmer. As relações virtuais parecem ser, para o autor, apenas ligações fúteis e desencontradas.



Figura 175. Tira 382

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha382.gif>> acesso em 12/01/09

No último quadrinho, o chiste consiste na compreensão, por parte do leitor, de que a legenda e a frase no monitor indicam uma forma desonesta de ganhar dinheiro na internet. Dahmer parece questionar os usos comerciais da internet, que ao mesmo tempo que proporciona formas de ganhar e gastar dinheiro, também proporcionam formas de roubar e ser roubado. A personagem claramente está sendo vítima de um possível roubo.

Os elementos gráficos e tipográficos utilizados por Dahmer para passar suas idéias corroboram esta pretensão. Primeiramente, a legenda, que indica algo ingênuo, e depois o texto no monitor, que também tenta, para a personagem, parecer ingênuo, inclusive com a personagem por trás do monitor usar o apelido “honesto” e no final da frase utilizar o sinal :) criado pelos estudantes da *Carnegie Mellon University* e já explicado na origem dos *webcomics*. Outro elemento dos quadrinhos presente é a flecha, que indica que o texto está escrito no monitor. Este tipo de apêndice, aliado ao tamanho da letra indicam ao leitor que estas frases estão em tamanho grande no monitor, e que foram escritas com fontes maquinicas, reforçando a presença do computador na história.

Com o passar do tempo, não apenas profissionais (criminosos ou não) puderam criar suas próprias páginas e *websites* na internet. Os principais responsáveis por esta facilidade são os *blogs*.

### 5.3 BLOGS

Outro tema recorrente nas tiras de Dahmer é a criação e o uso dos *blogs*. Contração das palavras *web* com *log* (diário), os *blogs* eram em seu início diários onde pessoas, em sua maioria adolescentes, descreviam seu dia-a-dia para que as pessoas na internet pudessem ler. Dahmer ao mesmo tempo que critica os *blogs*, como veremos a seguir, também é usuário desta ferramenta. O autor possui um *blog* onde escreve seus textos e recebe comentários de outros usuários além de gastar uma parte do seu tempo comentando nos *blogs* de outras pessoas.

A principal característica dos *blogs*, segundo Schittine (2004), é o fato da tela do computador agir como um vidro opaco pelo qual as pessoas podem trocar idéias e experiências sem serem vistas. O autor escreve de um “lado” desta tela e seu leitor lê do outro “lado”, e ainda que possa dar sua contribuição, sua opinião, mesmo que contrária, não há o embaraço da relação face a face entre estes dois atores. Como estão distantes fisicamente, os diaristas virtuais podem expor suas intimidades para o público, além de se comunicar com ele de alguma maneira. Mas Schittine (2004) salienta que por mais que a intimidade seja compartilhada, ainda existe um vidro que separa leitor de escritor: a tela opaca do computador.

Dahmer então, como diarista virtual, assim como seus personagens, possui a “proteção” do vidro opaco mencionado por Schittine (2004), como percebemos na figura 176, onde um internauta imaginando o anonimato coloca a foto do ditador em um *blog*:



Figura 176. Tira 791

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha791.gif>> acesso em 12/01/09

A piada também utiliza uma das características dos *webcomics*, que é capacidade de armazenamento e de fácil consulta. Ao ler esta tira, o leitor pode navegar pelo menu *escola da vida* e, como já foi visto, navegar nas páginas de *Emir Saad* para perceber que a personagem é um ditador de uma pequena república, cruel, sanguinário, amante da tortura e que odeia seus súditos. Baseados nestas características, uma pessoa só iria confrontar o *Rei Emir Saad* caso seu anonimato fosse absoluto, tal qual num *blog*.

A sociedade aqui retratada por Dahmer parece ser conservadora, primeiramente pela própria figura de um ditador que abusa do povo e toma suas cruéis decisões baseadas unicamente

em seu humor. Além disso, a própria reação da personagem em relação às suas fotos indica este conservadorismo.

Esta característica também pode ser aplicada à nossa sociedade e, principalmente, à maneira como as informações são divulgadas na rede de computadores, haja vista a facilidade com que este tipo de foto circula pela internet. A ironia consiste não só na existência das fotografias, mas também na facilidade com que estas podem ser distribuídas entre os leitores de um *blog*.

Outra consideração interessante é a forma de xingamento que Dahmer utiliza em sua personagem. Um xingamento que remete a algo cruel fica explícito com a idéia de instalar um dispositivo computacional nas pessoas contrárias ao ditador. Dahmer amalgama o linguajar chulo ao linguajar computacional. Esta referência só pode ser entendida por um leitor que conhece um pouco da arquitetura de computadores e, portanto, sabe o que é uma porta USB, e qual sua função na máquina, ou seja, introduzir diversos equipamentos de armazenamento de dados.

A indignação do *Rei Emir Saad* também só é explicada graças ao jogo entre ver e ser visto, uma vez que todos podem ver as fotos, mas ninguém pode ver a face de quem as colocou na internet.

O mesmo acontece na figura 177, que mostra a facilidade de lidar com o anonimato, uma vez que dificilmente o escritor da piada mostrar-se-ia tanto ao lutador de *jiu-jitsu* quanto à mulher anoréxica. A proteção conferida pela tela do computador é o mote da tirinha e a força da crítica de Dahmer. Para o autor, a força da máquina computacional reside também na capacidade de não se mostrar, de isolar-se e permanecer anônimo. Ao mesmo tempo, as palavras ou atitudes podem gerar consequências, que, nesta tirinha, não são medidas por quem escreve, mas são sentidas por aqueles que a recebem. Dahmer mostra assim a circularidade das informações, ao mesmo tempo que lemos somos lidos, e ao mesmo tempo que criticamos somos criticados.

Há certos efeitos nos processos comunicativos, e a facilidade de criticar parece ser crucial para este caminhar da informação. No momento da crítica, tal como nos informam Fiorin (2006) e Faraco (2003), há uma nova leitura, permeada tanto pela cultura e pelo repertório do leitor quanto da cultura dominante. A crítica então, tanto de Dahmer para com a sociedade quanto da personagem criança para com os demais, parece ser mais uma faceta do caminhar da informação através de meios como os *blogs* e redes sociais, como veremos adiante.



Figura 177. Tira 839

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha839.gif>> acesso em 12/01/09

As características do traço indicam ao leitor que as personagens dos dois primeiros quadrinhos estão sofrendo com a leitura do comentário criado pelo garoto inconsequente. A gota de suor no lutador, bem como a gota de lágrima da mulher reforçam aquilo que Eisner (2001) diz a respeito dos esterótipos, ou seja, o desenhista deve esforçar-se para criar um desenho com elementos de fácil compreensão por parte do leitor. E a dor gerada pelo anonimato, representada pelas gotículas, que também são facilmente reconhecidas pelos leitores graças à gramática estabelecida pelos quadrinhos desde suas origens.

É importante ressaltar como o autor utiliza as personagens estereotípicas para fazer uso de sua crítica. Para Dahmer, o importante parece ser como as pessoas reagem, qual o grau de alienação e passividade delas em relação aos discursos midiáticos e suas ferramentas. Dahmer representa as personagens sentadas na frente de um computador, quase que presas a uma espécie de panóptico, sempre vigiadas, sempre expostas ao escrutínio da população que habita a internet.

O controle e a vigilância parecem estar em todos os recônditos da internet, como Dahmer demonstra ao fazer a seta do balão apontar para o computador no segundo quadrinho e explicar que a moça magérrima está sendo chamada de gorda. Há, na personagem, a necessidade de mostrar-se, do contrário não colocaria sua fotografia em um *website* como o *fotolog*, que veremos a seguir. Ao mesmo tempo, graças às lágrimas, percebemos que ela não está preparada para a crítica que poderia surgir nos comentários da própria ferramenta onde ela postou suas imagens.

A relação de força e de poder é levemente alterada com o uso da internet, uma vez que um estereotípico lutador de *jiu-jitsu*, ou seja, um homem muito forte e, portanto, poderoso em determinados ambientes, nada pode fazer a respeito de um garotinho que, como coloca Dahmer em sua legenda, é corajoso pois se vale do vidro opaco que, apesar de aproximar virtualmente, separa-o do lutador por meio do anonimato.

Dahmer a todo momento dialoga tanto com a sociedade quanto com a ferramenta midiática, como podemos ver na imagem a seguir:

**pequeno mundo blogueiro** • VOCÊ NUNCA IMAGINOU ESTA SÉRIE, MAS ESTAVA ESPERANDO POR ELA •

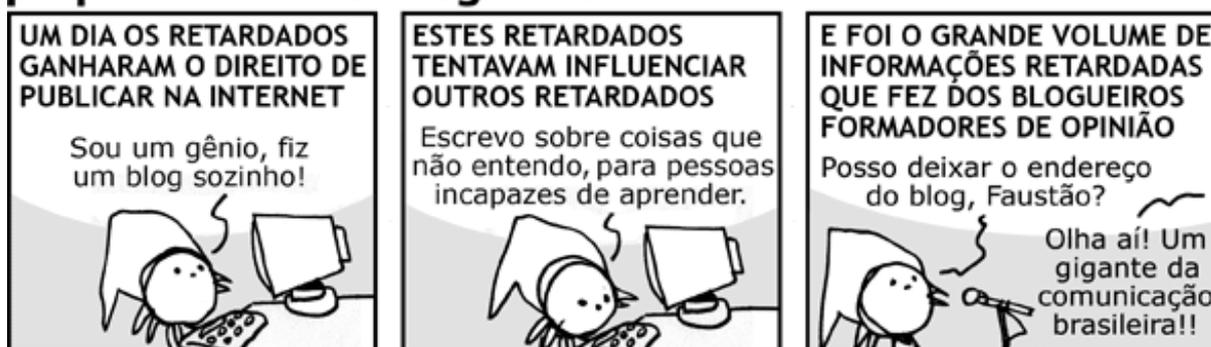


Figura 178. Tira 943

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha943.gif>> acesso em 12/01/09

Na figura 178, Dahmer vai contra a idéia de Schittine (2004), e o *blogueiro* não mais quer o vidro opaco do computador: quer influenciar as pessoas e, em última instância, aparecer em um dos maiores programas de televisão do Brasil.

Há, no contraponto destas tiras, um espaço para o leitor enxergar, pensar e produzir significado em relação às idéias de Dahmer, que ora parecem a favor dos *blogs*, ora parecem contra, gerando uma dinâmica dicotomia, onde autor muda constantemente seus valores e questiona os do leitor, com constante mudança de idéias e de valores acerca da ferramenta. O leitor é responsável pela apropriação do conteúdo e pela forma como este foi passada à ele. Os valores agregados à ferramenta, bem como aos textos nela escritos e dela oriundos são apropriados de formas diferentes por diferentes culturas e indivíduos. Tais indivíduos ora concordam, ora discordam. Não apenas da própria ferramenta mas também da forma como esta é representada pelo autor das tiras.

O *blog*, assim como tantas outras ferramentas *online*, funcionam de acordo com a sociedade e, portanto, têm conceitos e aplicações fugidias, fugazes e mutantes. Dahmer parece perceber tal flutuação e faz humor com elas, sempre pensando como um usuário, que ora gosta da ferramenta, ora odeia, ora entende, ora não entende, ora é leitor, ora é escritor. Nos *blogs* a relação produção/consumo é utilizada a todo momento, uma vez que o leitor é escritor, tal como Benjamin (1994) já havia sugerido, quando falava que a distância entre leitor e escritor estava diminuindo graças à popularização da sessão de cartas dos leitores nos periódicos. Para Benjamin (1994), estes leitores convertiam-se em escritores a partir do momento em que suas cartas eram publicadas nesta sessão. Ao mesmo tempo, havia uma diminuição do distanciamento entre escritor e leitor. Na internet, o escritor também é leitor de outros *blogs* ou mesmo leitor dos comentários que outros leitores fazem no seu texto. Torna-se o escritor, assim, uma espécie de meta-leitor, lendo o que escreveu pelos olhos de quem o leu.

Esta capacidade de ser escritor está intimamente ligada à própria idéia da funcionalidade de um *blog*, que promete a facilidade de criação de um espaço para que qualquer pessoa possa se expressar. Uma vez que o *blog* é uma ferramenta extremamente fácil para sua utilização, qualquer indivíduo que tenha acesso à internet parece, para Dahmer, ser capaz de criar um destes

diários virtuais. Assim, a disparidade entre leitor e escritor fica cada vez mais fluida, como já estudado por Santaella (2004). A autora explica que o usuário leitor aproxima-se do usuário escritor de uma forma nunca antes vista, ao mesmo tempo que há uma facilidade muito grande em tornar-se produtor de textos. Muitas das barreiras entre os saberes formais também vão se desmanchando, uma vez que a legitimação formal não faz parte das premissas da internet, onde cada pessoa tem o direito de expressar-se, entendendo ou não sobre o que escreve, tal qual a personagem no segundo quadrinho, que escreve sobre coisas que não entende, uma vez que os leitores também não serão capazes de compreender.

O principal serviço de geração de *blogs* é o chamado *Blogger*, criado, segundo Battelle (2006) em 1999, porém sua grande influência começou a dar-se quando a empresa *Google* o comprou, em fevereiro de 2003. A idéia por trás da ferramenta era oferecer uma maneira simples de usuários exprimirem seus pensamentos em palavras, que eram imediatamente postadas, ou publicadas, na grande rede. Assim, não era necessário nenhum conhecimento de programação HTML ou CSS para desenvolver um diário *online*. Qualquer pessoa com o mínimo de conhecimento acerca da internet poderia servir-se das facilidades implementadas pela ferramenta da *Google* e colocar seus escritos para que outras pessoas pudessem ler.

Esta facilidade apresenta-se evidente na crítica de Dahmer, que no primeiro quadrinho diz em seu enunciado que qualquer retardado tem direito de publicar na internet e, nos dizeres da personagem deixa claro o quão fácil é apropriar-se desta ferramenta para desenvolver suas idéias textuais.

Com esta facilidade, e isto é apontado por Dahmer em toda a tira, o uso irresponsável acaba por se alastrar, tornando, como vemos no último quadro, um *blogueiro* comunicador capaz de chegar a um dos mais assistidos programas da televisão brasileira, o *Domingão do Faustão*, da Rede *Globo*. Dahmer aproxima na mesma relação de valor, o programa de televisão, o *blog* e seu escritor, questionando a utilidade dos mesmos.

Há, porém, uma espécie de metalinguagem quando esta possibilidade de expressão, criticada por Dahmer na tira, também é utilizada pelo autor, que em seu *blog* *www.malvados.blogspot.com* nada mais faz do que colocar seus textos (correlatos ou não aos seus quadrinhos) para que a comunidade existente na internet leia.

Assim, o autor além de fazer graça com pessoas que usam e lêem *blogs* também faz uma auto-crítica, mostrando como tais ferramentas influenciam e são influenciadas pela sociedade. Ele, autor, é também leitor e é produtor de significados em ambos estes sentidos, bem como seus leitores. A própria idéia do *blog* foi incorporada na lista de atividades de Dahmer algum tempo depois das tiras, uma vez que as tiras, como já foi dito, iniciaram-se em 2001 e o *blog* apenas em 2004.

O diário de Dahmer, então, não faz ou faz muito pouca menção à sua vida pessoal, preferindo o autor colocar textos sobre colegas artistas ou fatos de seu cotidiano. Neste quesito, podemos destacar, como faz Carvalho (2001), a diferença existente nos diários *online*. Até 1994, quando os primeiros diários (ainda programados em HTML) começaram a surgir, o

conceito de diário era diferente. Até então, uma pessoa fazia um diário para escrever apenas para si próprio, não sendo interessante, ou até mesmo sendo proibido a leitura deste por outras pessoas.

Já Schittine (2004) diz que o diário originalmente era um escrito para ser lido, como os diários de comunidades ou diários de bordo das embarcações. Para a autora, o caráter privado torna-se traço forte dos diários a partir do Renascimento europeu, indo de encontro aos pensamentos de Sibilia (2008), que fala que esses escritos mantinham apenas eventuais leitores, que na realidade só tinham acesso aos textos após a morte do autor, e mesmo assim somente se este autor fosse alguém excepcional o suficiente para despertar o interesse póstumo de leitores. O oposto parece surgir na internet. Há a confusão entre público e privado. Agora, os diários íntimos são escritos para serem lidos. Esta é sua grande missão e seu grande valor, como percebemos na figura 179:



Figura 179. Tira 525

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha525.gif>> acesso em 12/01/09

Na tirinha, a solução, segundo o Malvado maior, seria abrir um *blog*, ou seja, ter um espaço de socialização gerado através de um diário *online* veiculado na internet. Esta “solução” encontra paralelo nas idéias de Hall (2009), quando diz que as pessoas sozinhas podem sentir-se mais próximas e mais queridas graças ao conforto proporcionado pelos comentários dos visitantes em seu diário, ou seja, escrever um diário íntimo para que outros possam ler.

A piada reforça a tese da perda de intimidade oriunda da utilização dos *weblogs*. Para Schittine (2004), a própria sociedade passou a espreitar a vida privada dos indivíduos. Ao contrário da previsão da distopia escrita por George Orwell em 1984<sup>28</sup>, o monitoramento das atividades humanas não é feito por um ou mais governos totalitários, e sim pela própria população, seja na forma de vizinhos curiosos, seja na forma de empresas que querem saber onde seu funcionário gasta seu tempo em frente ao computador. Esta forma de controle do indivíduo além de ser descentralizada, uma vez que qualquer pessoa, em tese, pode acompanhar um diário íntimo ou rastrear uma conta em um *website* de relacionamentos, também é consensual. O

28 Na distopia criada por Orwell, as pessoas eram submetidas ao monitoramento de suas atividades por meio do Grande Irmão, entidade estatal e autoritária que ditava as regras e aplicava as punições aos indivíduos que não as seguissem. O Grande Irmão estava vigiando as pessoas à todo o momento por meio de “televisões” instaladas em todos os ambientes habitados por humanos.

indivíduo que se expõe abre mão de sua privacidade conscientemente, ou pelo menos grande parte conscientemente, em troca de algum benefício, seja ele a exposição na mídia ou dinheiro, seja maior sensação de segurança ao saber que não apenas ele, mas todas as pessoas estão sendo monitoradas.

O próprio ato de matar é ato privado, mas podemos perceber no quadrinho de Dahmer, na atual sociedade sedenta por visibilidade instantânea até isto é encarado como mais uma forma de atrativo. Há uma gradual perda da intimidade das pessoas e entidades. Para Sibilia (2008), as pessoas disponibilizam para empresas dados que, anteriormente, seriam tratados como sigilosos, guardados no universo secreto de cada indivíduo. Este material agora é publicamente disponível, utilizado tanto para o deleite de quem teve sua intimidade exposta quanto para as empresas que capitalizam e convertem este tipo de informação em dinheiro. Não há, para Sibilia (2008), instinto de proteção de privacidade na atual sociedade, majoritariamente, segundo a autora, nas camadas mais jovens. Ainda que pareça haver um certo exagero nesta posição de Schittine (2004), para a autora, quando se está na internet, longe das naturais relações frente a frente, o que mais estimula escritor e leitor é saber que seu mútuo ato de voyeurismo não está sendo avaliado, esta interação não está sendo avaliada.

Porém, ainda segundo Schittine (2004), o escritor de *blogs* sabe que está sendo observado quando escreve em seu diário, ao mesmo tempo que sabe que está sendo avaliado por alguém. Na maioria dos casos, é visando este alguém, estas pessoas, esta audiência, que os escritores de *blog* parecem escrever, tal como Dahmer, que em geral mostra-se escrevendo para um público leitor de quadrinhos. Assim, muitos deles acabam, como a personagem da tirinha, perdendo a liberdade por ficar escrava do olhar do Outro, quando passa a entender seu leitor não mais como colaborador, como opinador, e passa a vê-lo como carcereiro, carrasco, que não mais acessará o diário se este o contrariar, tal como informa Schittine (2004). E o diarista, tal como a personagem de Dahmer, perde sua independência e privacidade.

A idéia de expor a própria avó (nua ou não, morta ou não), reforça a tese de Sibilia (2008 p.244) que diz que

nessas ferramentas para exposição de si e a sociabilidade mediada pelos computadores interconectados não parecem vigorar as velhas inquietudes com relação à defesa da própria privacidade - e nem a dos amigos, inimigos, parentes e colegas que também costumam habitar todas essas confissões multimídia.

Schittine (2004) diz que este fenômeno, de abertura da intimidade perante o público, não é exclusivo dos diários íntimos. Para tanto a autora nos lembra da quantidade de *reality shows* - programas de televisão onde pessoas, famosas ou não, têm suas vidas acompanhadas por câmeras durante determinado período de tempo - existentes. Outros fenômenos também observados pela autora são o crescimento cada vez maior de *webcams* apontadas para pessoas durante suas vidas íntimas, além do aumento considerável de revistas de “fofocas”, alimentadas por fotógrafos especializados em registrar a intimidade alheia, os *paparazzi*.

Dahmer enfatiza também a utilização da *webcam* enquanto tempo ao vivo, contrário ao

tempo do *videotape*, este que representa o tempo no passado. O tempo dito real, demonstrado pelas *webcams* acaba por criar uma maior proximidade entre leitor e escritor, entre quem exhibe e quem assiste, entre produtor e consumidor, principalmente porque atualmente existem programas que integram a *webcam* ao vivo à um *chat* de conversação, ou seja, a pessoa pode interagir com a outra utilizando a *webcam* como mais uma das formas de mediação existentes baseadas na internet.

Parece haver, na *webcam* ao vivo, um maior efeito de veracidade, de verdade, de realidade. A pessoa que assiste, tal qual um concerto ao vivo, parece ter maior contato com o original, com o conteúdo embebido na qualidade aurática definida por Benjamin (1994). Esta qualidade é procurada por indivíduos e grupos sociais da mesma forma que procuram a veracidade na obra qualificada como original, mesmo em um ambiente desprovido de autenticidade como um computador conectado à internet.

Dahmer aponta esta busca pela veracidade em suas personagens solitárias e carentes. Para a personagem, esta veracidade só estará completa ao matar a avó ao vivo, capturando todas as qualidades da autenticidade do momento. Nem mesmo a foto da avó morta, nua parece conseguir preencher esta lacuna, que exige a abertura da intimidade em sua forma mais crua, e mais autêntica.

O próprio Dahmer, em suas tirinhas, já abre sua intimidade na série *os diários secretos de André Dahmer*, autobiográfica, onde o autor expõe seus sentimentos e angústias pessoais, seguindo certa tradição existente desde o início dos quadrinhos onde alguns autores criam suas histórias à partir de temas auto-biográficos, tais como Art Spiegelman, Robert Crumb ou Will Eisner. Nestas tiras Dahmer mostra ao seu leitor detalhes de seus pensamentos íntimos, como vemos na figura 180 e detalhes sobre sua família, na tira 181:



Figura 180. Tira 723

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha723.gif>> acesso em 12/01/09



Figura 181. Tira 683

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha683.gif>> acesso em 12/01/09

O *blog*, então, serve para o autor expressar suas idéias, ao mesmo tempo que algumas tirinhas parecem servir para que ele expresse seus sentimentos ou lembranças, reforçando a idéia de que atualmente a maioria dos escritores de *blogs* não comentam detalhes íntimos de suas vidas, tais como em um diário privado, mas sim suas idéias a respeito do mundo ou do cotidiano. Há, nos *blogs* atuais, uma distância um pouco maior do leitor. Uma inversão do efeito de proximidade que ajudou para que os *blogs* se multiplicassem e se tornassem tão populares.

Existe, também uma outra classe de *blogs*, esta muito calcada na presença do binômio produção/consumo, e que Dahmer também critica em suas obras: o *blog* comercial. Estes podem ser tanto de uma empresa quanto publicitários, onde um *blogueiro* explicita seu contentamento em relação à uma empresa ou produto.

Dahmer critica os *blogs* empresariais ou propagandísticos na figura 182, onde mostra a “evolução” dos *blogs*. Aqui, valendo-se principalmente da já citada características dos quadrinhos, a elipse temporal, o autor leva o leitor a imaginar a passagem do tempo que marca também a passagem de paradigmas em relação ao diários *online*. A própria legenda, recurso também já estudado, indica ao leitor esta transição. Tal como um recordatório de “enquanto isso” ou “mais tarde”, frases como “no início”, “com o tempo” e “no final” mostram ao leitor, como já informa Cirne (1975) a transição temporal.

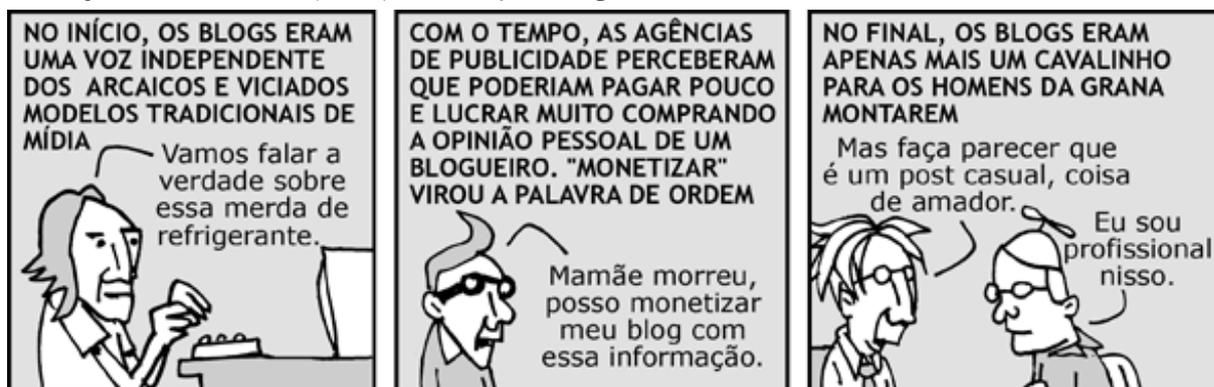


Figura 182. Tira 1155

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha1155.gif>> acesso em 12/01/09

Dahmer parece mostrar, contrariando outras tiras suas, que os *blogs* não são mais feitos por amadores. Interessante que o autor ora percebe o *blog* como criação individual, destinada apenas à satisfação do escritor, ora como criação coletiva, destinada ao capitalismo. Esta percepção dupla nada mais é do que a percepção de uma parcela da sociedade, que percebe a mudança e as diferenças entre os tipos de *blogs* e escritores, bem como a mudança e as diferenças entre os leitores destes textos digitais.

Outra crítica do autor diz respeito aos escritores que vendem espaços publicitários sem explicar ao seu público tratar-se de um anúncio. Na figura 183 percebemos a personagem sendo cooptada para aceitar propaganda dissimulada, ou seja, de uma forma que o leitor do *blog* não perceba tratar-se de propaganda, e sim de um testemunho pessoal e idôneo.



Figura 183. Tira 1223

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha1223.gif>> acesso em 12/01/09

No dia anterior, na figura 184 percebemos a mesma personagem cooptando outras para que estas usem-no como exemplo e também abram e escrevam em seus *blogs*.



Figura 184. Tira 1222

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha1222.gif>> acesso em 12/01/09

Dahmer, já na qualidade de narrador onisciente informa o leitor que o nome do *blogueiro* é *Surfhype*. E que ele é o maior *blogueiro* de São Paulo. *Surf*, ou surfar, na gíria nativa da internet, significa navegar, ir atrás das informações, saltar de *link* em *link* para conhecer a internet melhor. Já *Hype* significa conteúdo agitado, ou aquilo que tem excesso de propaganda,

que causa muita expectativa mesmo antes de seu lançamento. A junção de ambas as palavras no nome da personagem indica, antes mesmo do leitor olhar o desenho, que se trata de uma personagem que utiliza a internet para induzir os demais acerca de conteúdos específicos, e que se vale destas características, como ficamos sabendo ao ler o restante da piada, para ganhar dinheiro. Pouco dinheiro, como podemos perceber no início da tira 1223 e no final da tira 1222.

Estas características da personagem são aproveitadas pelo executivo engravatado que oferece essa quantia ínfima de dinheiro para que este faça um *blog* com uma linguagem que se aproxime mais do público consumidor, ou seja, o jovem e sua linguagem “jovem e despretensiosa”. Dahmer explora aí, além dos já explicados estereótipos, como a gravata que indica o executivo e a banana no monitor de computador, ironizando maçã mordida da empresa norte-americana de computadores pessoais *Apple*, a crítica à venda fácil da reputação, ou da “verdade” íntima da personagem que se vende, já que, como vimos, um *blog* tinha em seu início a função de contar a intimidade da pessoa escrevente.

Interessante perceber os dizeres da camiseta: “anuncie aqui”, transformando o *blogueiro* em anunciante. Fazendo com que o leitor reconheça as verdadeiras intenções da personagem. Mas há também um tom metalinguístico, já que, como vimos anteriormente, o próprio *website* dos *Malvados* também tem publicidade. E também tem maneiras de entrar em contato com o autor para que este seja um anunciante.

Pode-se observar certas semelhanças no que tange à necessidade de um escritor *online* conseguir patrocínio ou incentivo para escrever. A própria indústria cultural recente sobrevive com a intervenções de patrocinadores. A prática de cobrar por anúncios “mascarados” é prática comum já em outras mídias, como a televisão, o cinema ou mesmo a criação do personagem *Popeye*, feito sob encomenda para promover o consumo de espinafre, chegando, segundo Cipriani, Silva e Bona (2006), a ganhar uma estátua na cidade de Cristal City, no Texas, Estados Unidos, região grande produtora da verdura consumida pelo personagem. Em seu artigo, os autores explicam que estes anúncios, ou *merchandising*, palavra mais comumente usada, é muito utilizado nos filmes para o barateamento de custos de sua produção, em alguns casos sendo até mesmo responsável pela execução do projeto ou seu encerramento. Este *merchandising* é utilizado para fazer propaganda de patrocinadores de uma forma simples e indireta, onde o produto fica guardado na cabeça dos espectadores que nem sempre percebem sua existência.

Nos *blogs*, como nos *webcomics*, esta influência de *merchandising* pode significar a sobrevivência do diário ou seu conseqüente abandono por parte de seu escritor. Carlos Cardoso (2009) explica em um de seus textos, com muita ironia:

É sério. Precisamos organizar nossos *blogs* de ganhar dinheiro. Estou vendo uma crise de credibilidade se aproximando no horizonte, tudo culpa desse bando de otários que insiste em divulgar a natureza publicitária de alguns posts.

Pombas, se o cliente pagou, ele tem razão. Façam como um de nossos mais valorosos membros, que disse “o produto é uma merda, mas tão pagando...” e subiu um post

elogioso.

Esse bando de caxias está acabando com o nosso ganha-pão. Os clientes pagam muito mais quando vendemos nossa opinião, ao invés de nosso espaço e nosso trabalho. Então, por que não fazê-lo?

Vamos falar bem do que pagarem, até de Modess. Um post pago é uma beleza, é dinheiro em caixa e se não divulgarmos que é pago, conta como conteúdo legítimo pros leitores trouxas.

Só que pra isso temos que acabar com os manés que colocam frases tipo “este é um post patrocinado”. Que queimação de filme. Vai um leitor com 2 neurônios ou mais, acha um post sobre o mesmo tema no mesmo dia, soma 1+1 e saca o nosso esquema.

Boicotemos os espertos, os honestinhos. Vamos mostrar que temos força, e que eles estão nos prejudicando. Mostremos que eles ganham mais ficando calados.

Quanto à grande mídia, não tem problema, mesmo que eles descubram nosso esquema, podemos fingir que não emulamos o modelo deles, que não aspiramos o mesmo nível de reconhecimento, e dizer “qual o problema? Sou *blogueiro*, não jornalista, *blog* não é imprensa.

Exceto na hora de mendigar convite pra eventos, aí somos imprensa, mas quem disse que precisamos ser coerentes? Veja o nome deste *blog*...

#### AVISO AOS NAVEGANTES

Este post foi escrito pelo Cardoso (mais) Maligno, do Universo Paralelo, aquele com cavanhaque. Se bem que se você chegou até aqui, deve ter percebido. (CARDOSO, <http://www.contraditorium.com/2007/09/13/vamos-destruir-os-blogueiros-honestinhos/>)”

O número de visitas, então, é uma das maneiras de verificar a popularidade ou capacidade de influência de um escritor *online*. Na figura 185 vemos já no primeiro requadro a crítica de Dahmer em relação aos números divulgados pelos *blogueiros*. Há uma ironia quanto à forma de se vangloriar aos amigos, parece, para Dahmer, que os motivos de orgulho intelectual de um homem concentram-se na quantidade de visitas que seus escritos recebem por dia. Dahmer entende uma valorização deste tipo de qualidade no que tange o contemporâneo homem intelectual. A quantidade, neste caso, parece ser também qualidade aos olhos tanto do *blogueiro* que se vangloria quanto de seus ouvintes, que podem ficar estupefatos pela quantidade de acessos ou visitas.



Figura 185. Tira 880

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha880.gif>> acesso em 12/01/09

Esta vanglorização do conhecimento é rivalizada com o segundo quadrinho, onde há a demonstração do homem em relação à sua capacidade de ser atraente e de conquistar o sexo oposto. E em relação ao sexo oposto, há uma importância grande no que tange também aos quesitos sexuais dos indivíduos. Percebemos uma consonância com os escritos de Bauman (2001), que informa existir cada vez mais jovens e adultos importados apenas com seus próprios interesses e seus próprios prazeres, desde suas posses materiais às suas capacidades orgiásticas.

Do ponto de vista metalinguístico, é evidente a comparação das três personagens, e Dahmer parece dar à elas a mesma importância. O *blogueiro*, o amigo e a namorada estão em pé de igualdade na crítica de que a sociedade é hipócrita e mentirosa. Os indivíduos que Dahmer analisa em seus diários secretos estão sempre escondendo alguma coisa ou forjando informações. Na tira 880, estas mentiras são relativas aos números informados, muito maiores do que os números reais segundo o autor.

Percebe-se que esta tira utiliza os recursos já estudados de requadros e legendas, diminuindo o espaço para o desenho, porém aumentando a piada. Há, então, uma possível referência aos quadrinhos antigos, tais como *Príncipe Valente* ou *Dennis, o Pimentinha* de inserir o texto em legendas localizadas acima ou abaixo do desenho. Aliado a isto, há também o padrão estipulado por Dahmer, onde os balões são inexistentes, mas o apêndice deste leva as palavras à boca da personagem, para que o leitor compreenda quem está falando. O restante da tira também reforça estes posicionamentos do autor.

O chiste, no entanto, fica por conta da diferença entre o que é dito pelas personagens e o que é dito pelas legendas. Aqui é a oposição entre um e outro que dá ao leitor a compreensão do fato. E assim Dahmer pode gerar uma empatia com o leitor, que se diverte com a mentira da personagem desmascarada pelo autor. Neste caso há, além do inter-relacionamento entre os requadros, já apontado por Cirne (1975), um inter-relacionamento entre a legenda e a fala da personagem. Um *blogueiro*, na visão desta tira de Dahmer, tende a mentir em relação ao número de visitantes de seu *website*.

O mesmo Dahmer, entretanto, na figura 186 mostra como o escritor virtual pode sentir-

se carente graças a falta de credibilidade do seu trabalho. Isto porque, no último dos quadrinhos da tira, a personagem reclama não ter sido linkada, ou seja, nenhuma outra pessoa ou entidade do ciberespaço parece interessada no que ela tem a dizer. Diferente da figura 184, esta mostra que nem sempre os *blogueiros* explicitam com números suas conquistas, ou nem sempre podem ou querem alterar tais dados para causar boa impressão. Na figura 185 parece ser a personagem mais sincera, quase como uma auto-reflexão, implorando para que outras pessoas à visitem e indiquem.



Figura 186. Tira 222

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha222.gif>> acesso em 12/01/09

Esta é mais uma característica não só dos quadrinhos de Dahmer ou mesmo dos *blogs*, mas sim da sociedade vista por Dahmer como montada em cima do binômio produção/consumo. Na figura 187 vemos como o consumo do *blog*, tal qual na figura 186, é necessário e vital para a permanência deste neste universo multimidiático. Percebemos por meio do último quadrinho, onde o enquadramento visto de cima que, como já dissemos, serve para reduzir a personagem, mostrando sua solidão ajuda ao leitor da tira a perceber a necessidade que o escritor tem de mostrar seu trabalho e o quão difícil parece ser isto na atual sociedade. E mostra também a faceta egoísta que Dahmer percebe nos indivíduos.



Figura 187. Tira 941

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha941.gif>> acesso em 12/01/09

André Dahmer ressalta o individualismo como algo cada vez mais presente na sociedade contemporânea. Há uma percepção por parte do autor de que cada vez mais há menos interesse

nas pessoas em relação às demais. Para Schittine (2004), um dos principais fatores que contribuíram para este individualismo foi a ascensão do amor romântico, cuja expressão deu-se no romance burguês do século XIX. A autora ainda afirma que o início do individualismo está atrelado ao início da noção de intimidade. Schittine (2004, p.50) afirma que no século XIX

A intimidade passou a ser preservada e uma importante cisão foi feita entre a vida pública e a vida privada. Cada vez mais, as pessoas passaram a desempenhar papéis na vida pública, guardando a sinceridade para o meio privado. Em parte, o fator que mais contribuiu para essa mudança foi o crescimento das grandes cidades. O número de estranhos e a convivência com eles aumentavam e as conversas sobre a própria personalidade num primeiro contato eram consideradas cada vez mais inconvenientes, até serem banidas. A espontaneidade dos sentimentos ficou limitada à convivência privada. O homem social aprendeu a usar a ambivalência e os sentimentos fragmentários.

Bauman (2001) postula que graças às mudanças no modo capitalista, atualmente há a percepção de que a responsabilidade pelo sucesso ou fracasso do indivíduo não pode ser atrelada à sociedade. A redenção e a condenação são produzidas pelo indivíduo e somente por ele. O autor continua dizendo que nos dias atuais há um fenômeno relativo aos livros chamados de auto-ajuda. Estes livros em geral tentam oferecer fórmulas prontas para que o indivíduo se prevaleça na sociedade. Para Bauman (2001), o mote principal destes livros é fazer com que o indivíduo cuide apenas de seus interesses, apenas de seus problemas. Compreender ou tentar ajudar os problemas dos outros faria com que necessariamente o indivíduo tivesse um desvio em seu caminho para seu sucesso. Dahmer expõe isto no primeiro quadrinho, com o medo de ser preso por ter se prevaletido individualmente de um bem social e também no último, tanto nos dizeres escritos no cartaz, que remetem à obra de Outcault, quanto no enquadramento que deixa a personagem só, mostrando o indivíduo que não se preocupa com o dinheiro roubado da sociedade (que é, em última análise, seu também) e sim com a popularidade de seu *blog*.

O que parece, para Dahmer, ser o motivo de tantas pessoas escreverem em *blogs*, inclusive o próprio criador dos *Malvados*, é sua audiência. São as pessoas que, além de lerem os conteúdos, comentam. A figura 1888 mostra, no último quadrinho, uma das visões de Dahmer acerca dos *blogs*. Nesta tira, diferente da figura 187, os escritores virtuais possuem seguidores fiéis e, portanto, não precisam de artifícios para arrebatam mais leitores. A crítica então recai para o outro lado do sistema *blogueiro*: o leitor/comentarista.



Figura 188. Tira 829

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha829.gif>> acesso em 12/01/09

Dahmer então desenha sua personagem mostrando que, na sua visão, vários comentaristas de *blogs* são fracassados, e que servem apenas para enaltecer os escritos de outros indivíduos, vistos pelo autor nesta tira como medíocres. Interessante que o próprio autor, por ser também escritor virtual, também possui inúmeros seguidores. O escritor faz então uso de um pequeno aplicativo instalado em suas páginas, que permite que os usuários comentem suas tiras, e uma rápida busca nos revela tiras com mais de 180 comentários individuais. E estes comentaristas são recorrentes, o que torna a piada mais interessante, já que conta com a auto-crítica do leitor/comentarista para a graça. A ironia de Dahmer pode levar o leitor, seja ele um comentarista de *blogs* ou não, a considerar o espaço virtual como um local onde os não famosos, os que não se destacam também podem ter a chance de serem influentes, de obterem leitores e inclusive de dialogar com a sociedade em um nível que possivelmente não conseguiriam sem esta ferramenta.

Com a profusão da internet e a segmentação natural que gera o mercado de nicho já descrito por Anderson (2006), há uma natural descentralização do foco, uma descentralização da atenção em determinada pessoa ou segmento, levando à idéia de que pode haver espaço para todo o tipo de manifestação ou gosto.

No segundo quadrinho vemos uma menção ao *fotolog*. Esta ferramenta é outra faceta do diarismo virtual, porém adquire características de rede social, como afirma Recuero (2008) ao explicar que muito mais do que as imagens publicadas, o que interessa aos atores existentes na ferramenta são os comentários. Na figura 189 podemos perceber claramente a força do texto que compõe a imagem. As duas primeiras falas das personagens explicam, como uma legenda, a que se referem as supostas fotos. As próximas duas falas são os comentários.



Figura 189. Tira 517

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha517.gif>> acesso em 12/01/09

Em um *fotolog* a explicação da foto é de suma importância, uma vez que em geral trata-se do cotidiano de adolescentes e a foto só significa algo se houver uma explicação. Em geral é impossível para o público visitante do *website* ler a fotografia sem o auxílio das legendas, tal como Benjamin (1996, p.175) explicou em relação às fotos produzidas para revistas após 1900, onde as legendas tornaram-se “indicadores de caminho - verdadeiros ou falsos, pouco importa. Nas revistas, as legendas explicativas se tornaram pela primeira vez obrigatórias”. Sem o auxílio dos textos explicativos, a maioria das fotos tornar-se-ia apenas um exercício de especulação por parte dos leitores.

A foto é utilizada, em muitos casos, como apoio para o relato do cotidiano, como pretexto para a história que foi ou está sendo contada pelo utilizador da ferramenta. A fotografia ilustra o acontecimento. Em oposição à fotografia, cuja finalidade é passar uma mensagem, esta apenas serve de apoio.

Outra característica dos utilizadores do *fotolog* que podemos perceber são as contrações das palavras, tais como *add*, *tb*, *ae*. Isso parece estar relacionado, como explica Recuero (2008) à facilidade de escrita, uma vez que “tb” é mais fácil de ser escrito do que “também”, mas também parece estar relacionado à uma cultura própria da ferramenta, que utiliza-se deste tipo de vocabulário para descobrir quem faz parte ou não do grupo heterogêneo de utilizadores dos *fotologs*. Há, nos *fotologs*, bem como no *Orkut*, como veremos adiante, expressões típicas dos utilizadores, que Dahmer sintetiza em algumas como *flog* ou *fotenha*.

O fato de poder “descrever” a foto promoveu, nos jovens, uma sensação de liberdade de expressão, não mais apenas textual, mas também visual e, o melhor, casadas entre si. A força da ferramenta é notadamente extraída desta interação entre os usuários, que além das fotos, trocam seus textos.

Esta interação é também capitaneada pelo que parece ser um desejo constante de popularidade, constante entre os jovens, que a buscam em seus *fotologs* por meio de duas estratégias: a troca de comentários e a adição de *fotologs* “amigos”. É aí que as características de rede social se mostram mais presentes. Na tira, Dahmer utiliza-se de apenas um quadro, alterando as dimensões de tempo e espaço para o leitor. Como já vimos anteriormente, apoiados

na obra de Ramos (2009), McCloud (2005) e Eisner (2001), um requadro maior faz o leitor perceber um tempo maior, ou uma deslocamento maior da fala, uma pausa. A partir desta pausa, podemos perceber que metade da “população” dos *fotologs* está colocando suas fotos no ar. A outra metade está comentando. E mesmo quem está comentando, o faz para adquirir mais visitantes em seu próprio espaço, gerando, naturalmente, um círculo de contatos característico das redes sociais.

A prática de adicionar cada vez mais amigos à sua corrente é utilizada pelos usuários de *fotologs* pois a popularidade e a visibilidade do seu espaço aumentam ao aumentar o número de contatos. Quanto mais amigos tem o indivíduo, mais visível e popular ele fica, aumentando seu status quo e naturalmente sua importância perante esta população. Recuero (2008, p.142) diz que

ter um *fotolog* com o número máximo de comentários atingido em todas as fotografias parece ser visto como valor por alguns usuários, que se engajaram ativamente na prática de troca de comentários e adição de novos “amigos”

A última fala da tira critica justamente esta nova forma de ostentação, de futilidade que envolve a idéia de apresentar fotografias para que os outros comentem. As características percebidas por Dahmer parece estar presente nos indivíduos que utilizam corriqueiramente a ferramenta, tal como podemos perceber na figura 190.



Figura 190. Tira 746

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha746.gif>> acesso em 12/01/09

Nesta tira, primeiro valendo-se novamente do excerto da imagem “Lição de anatomia”, Dahmer propõe apresentar ao seu leitor e também usuário da internet uma explicação de como esta funciona, e neste tópico da “explicação” do autor, vemos a explicação para o *fotolog*. Carregado de estereótipos, o autor faz graça com a facilidade de identificação entre seu leitor e o usuário padrão do *fotolog*. Tanto as imagens quando os textos dos balões ou das legendas apontam para um narcisismo presente na maioria dos usuários da ferramenta, e que Dahmer exemplifica ao desenhar personagens olhando-se ou olhando para uma câmera de fotografia

Esta característica da auto-retrato, ou seja, colocar a câmera apontada para o próprio rosto afim de tirar uma fotografia de si próprio é um dos maiores indícios do forte narcisismo

observado por Dahmer, que também o demonstra por meio das frases das personagens, tais como “eu, eu e eu” ou “meu cabelo está legal?”.

A “febre” do uso de *fotolog* pelos jovens começou a declinar por volta de 2005, com a popularização de uma nova febre substituta, o *website orkut.com*, da empresa *Google*.

## 5.4 ORKUT

Também alvo das críticas de Dahmer, o *Orkut* é um *website* de relacionamentos que pertence à empresa norte-americana *Google*. Segundo Telles (2006), o *website* teve sua inauguração dia 22 de janeiro de 2004 com o objetivo primordial de aumentar a rede de relações interpessoais de seus usuários. Para a empresa detentora do projeto, a missão do *Orkut* é a de ajudar seus membros a manter relacionamentos e criar novas amizades, bem como reatar antigos contatos que por algum motivo haviam sido perdidos. Ainda segundo Telles (2006) podemos afirmar que o nome do *website* é uma homenagem ao seu projetista chefe, Orkut Büyükkokten, que, ainda de acordo com Telles (2006), desenvolveu a rede social como projeto independente enquanto era aluno da universidade estadunidense de Stanford. Quando contratado pela *Google* aprimorou o sistema e tornou-se seu engenheiro-chefe.

Orkut Büyükkokten valeu-se de uma idéia disseminada pelos Estados Unidos chamada “Seis Graus de Separação”. Segundo Alburt (2009), esta teoria surgiu nos EUA em 1967 por meio do professor de sociologia Stanley Milgram que criou um experimento para perceber como pessoas em um grande grupo social são ligadas entre si. Para tanto, Milgram postou 60 pequenos pacotes para pessoas no Kansas com as instruções de fazer chegar este pacote em determinada pessoa que morava em Boston. A única regra era que só se podia passar por meio de pessoas realmente conhecidas. Dos 60 pacotes apenas 3 chegaram ao destino, provando que a teoria não está certa. Entretanto, graças à peça de John Guare e posteriormente a adaptação para o cinema por Fred Schepisi, em 1993, a teoria, ainda que errônea, consolidou-se no senso comum e disseminou-se. Esta ainda é a base para muitas justificativas das redes sociais através do globo.

O *Orkut* é feito para que cada usuário possua uma conta. Cada dono de conta possui um perfil. Neste perfil podem constar diferentes informações com intuito de estreitar laços com outras pessoas. As informações passam pela descrição física da pessoa, lista de livros, músicas e filmes, etnia, idade, data de aniversário, orientação sexual, entre outras. No contexto do *website*, essas informações quando trocadas e lidas por outras pessoas podem provocar afinidades, gerando mais e mais relações entre as pessoas.

Assim, é gerado enorme banco de dados com informações de milhares de pessoas espalhadas ao redor do mundo. Para Battelle (2006) foi esta a característica que fez com que a empresa se empenhasse na criação e manutenção do projeto, isto porque, alguns meses antes, a tentativa de comprar a rede social *Friendster* não se concretizou. O banco de dados com informações detalhadas e espontaneamente deixada pelos usuários é uma dos maiores riquezas

da *Google*, que produz publicidade direcionada para estas pessoas, através de seus programas AdWords e AdSense já explicados.

Em janeiro ano de 2006, segundo Telles (2006), o sistema possuía 13.250.000 de usuários cadastrados, e o Brasil era o país com maior número de usuários, 72,91%. Atualmente, segundo dados do próprio *website*, há mais de 22.000.000 de usuários brasileiros, sendo que este número representa cerca de 75% das pessoas que possuem acesso à internet no país. Diferente de 3 anos atrás, hoje o Brasil tem 49,80% dos acessos do *website*, número inferior ao de 2006, mais ainda assim sendo o país com maior participação de usuários. Com base nesses números, podemos afirmar, como afirma Telles (2006), que o *Orkut* é a maior rede de relacionamentos do país.

No início de seus serviços, o sistema era considerado pela *Google* como beta, ou seja, ainda não completamente funcional e estável. André Dahmer critica essa instabilidade e também a lentidão do sistema na figura 191:



Figura 191. Tira 428

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha428.gif>> acesso em 12/01/09

Dahmer critica o sistema e suas inconsistências, mas a principal crítica é em relação à sociedade. Para o autor, as pessoas estão mais isoladas, afastadas e solitárias graças à tecnologia, que permite uma comunicação mediada pelo computador, e não mais face-a-face. Esta crítica está presente em todo o trabalho do artista. Podemos destacar sua 17ª tira, na figura 192, onde o autor coloca claramente que a internet e, por consequência o computador, são os responsáveis pela solidão existente no mundo pós-moderno.



Figura 192. Tira 17

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha17.gif>> acesso em 12/01/09

Interessante perceber como o próprio Dahmer também depende da tecnologia para suas tiras. Nesta, de 2001, a piada se forma com a pergunta acerca de um *software* que atualmente é quase inexistente nos computadores das pessoas. Assim, o artista é também utilizador das tecnologias e precisa que seu público também o seja. Do contrário, a piada se perde. A experiência de Dahmer na rede faz com que seu humor só possa ser compreendido em sua totalidade por alguém cuja experiência é semelhante. Na tira 428, apenas percebe a piada relacionada à metáfora do elefante lento quem utilizou o serviço do *Orkut* no momento em que este ainda era instável. Neste caso, Dahmer utiliza-se do desenho para explicar qual o problema com o servidor, fazendo a simbiose característica dos quadrinhos, ou seja, onde texto e imagem mesclam-se em uma única comunicação.

Há também a metáfora do safári, da caçada na selva. Enquanto uma das personagens está caçando em cima de seu elefante, a outra vai devorar, tal qual um antropófago, alguma alma solitária. A caçada dá-se não apenas no mundo físico e real, mas também no mundo virtual com o *Orkut*. A diferença é que virtualmente a personagem caça aquela que é a principal presa da internet e dos *websites* de relacionamento: o solitário alienado.

Mas não é apenas como alienante e responsável pela solidão que o computador e o *Orkut* são vistos pelo autor. Na figura 193 percebemos o *Orkut* como um verdadeiro aproximador de pessoas, uma vez que a amante da personagem encontrou e fugiu com um amante que conheceu no *Orkut*. Neste caso, a função primária da ferramenta, ou seja, formar elos entre pessoas foi utilizada. A diversão é provocada quando o leitor da tira percebe a sintonia entre a legenda e os dizeres da personagem. Neste caso, cabe ao leitor, produtor de sentidos, imaginar cento e vinte “piadinhas de corno”.



Figura 193. Tira 628

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha628.gif>> acesso em 12/01/09

As características de produção/consumo também aparecem com força em uma ferramenta como o *Orkut*, principalmente no que diz respeito à maneira como as pessoas relacionam-se com ele.

Existem algumas formas de interação no *Orkut*, sendo a principal as “comunidades”. Qualquer usuário do sistema pode criar uma sala de interação virtual cuja principal função é discutir acerca de um assunto que interesse pessoas afins. Há comunidades cujos interesses são

legítimos e interessantes do ponto de vista dos usuários, como *humanização da saúde*, que visa perceber o indivíduo como um todo, percebendo não só a sua doença, mas também seu estado psicológico, *concursos públicos*, que pretende auxiliar pessoas que querem prestar concurso para trabalhar em uma das autarquias governamentais, *design brasil*, que procura discutir as formas de design e a estética brasileira e até mesmo comunidades de escolas e faculdades, como a *UTFPR / CEFET-PR*, que congrega professores e alunos da instituição. Há também as comunidades de discussão temática mais leve, como *televisão*, que debate a programação do veículo, *Star Wars*, que promove discussões sobre a série de filmes e agregados ou *Peanuts*, onde há interações acerca da obra de Schulz.

Existem, no entanto, comunidades cujo único fim é o entretenimento, como *gírias idosas*, onde os usuários colocam gírias que segundo eles são muito velhas, *eu odeio rodinhas de violão* que prega a intolerância a este tipo de manifestação, ou *agora não, tô com preguiça*, que congrega membros e discussões sobre a dificuldade de lidar com os afazeres.

As discussões deste último tipo são apenas uma forma de entretenimento, diferente das demais, que buscam algum conhecimento. Nestas há apenas a interação, não havendo espaço, pelo próprio estilo da comunidade, de uma discussão minimamente séria. Servem apenas para distração. Há uma sub-categoria aqui, que são os chamados “jogos”, onde os usuário interagem entre si utilizando a plataforma *Orkut* como mediadora. Há, por exemplo, o *Jogo do ADD*, que é uma sala de discussão onde as pessoas indicam determinado perfil para saber se as demais acham a pessoa bonita ou não. Ou *jogo do Orkut e MSN* onde o objetivo dos participantes é o mesmo, com o incremento de adicionar a pessoa à sua rede de relacionamentos do *MSN Messenger*.

Na figura 194 percebemos a crítica de Dahmer aos usos da ferramenta disponibilizada pela *Google*. Percebemos aqui a perda do caráter sério da ferramenta, a discussão, de séria, passando para uma discussão vista como fútil pelo autor até a propagação dos *spams*.



Figura 194. Tira 817

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha817.gif>> acesso em 12/01/09

A piada se constitui com a visão de que, no início, as pessoas encontravam-se para produzir e consumir informações úteis. Com um pouco mais de tempo, a chama do saber apagava-se e a maioria dos usuários utilizava a ferramenta para fins que o autor considera

fúteis. Por fim, os *spammers* tomam conta de tudo, ou seja, o saber foi totalmente abandonado da ferramenta.

Interessante perceber como a linguagem dos quadrinhos está presente na tira, desde a camisa escrita “saber” nos “sábios”, que remete ao início do século XX e a criação de Outcault, ao conjunto de riscos que dão ao leitor a sensação do fogo apagando-se, criando uma forma de linha cinética ao final da piada, com o estereótipo da trouxa de roupa amarrada em um cabo de transporte. Todos estes estereótipos foram estudados por autores como Eisner(2001), McCloud (2005) e Carrier (2000) e, como explicita Eisner (2005).

Esta característica de transformação do *Orkut* em mero *website* de entretenimento pode ser encarada como atividade improdutiva, porém Lemos (2008) afirma que esta definição de improdutividade foi cunhada ainda nas concepções racionalistas e econômicas do século XVII, definidas como as atividades que não geravam sacrifício, bem como não eram essenciais às necessidades materiais de produção e de conservação. No entanto, são estas atividades consideradas improdutivas, ou de lazer que garantem boa parte da sociabilidade. Além das pessoas quererem divertir-se, elas necessitam deste tipo de atividade de despesa, que promove um cimento social e uma melhor convivência entre os participantes da sociedade, geram um escape da pressão existente na sociedade de consumo capitalista. Daí um dos motivos pelo qual a indústria do entretenimento existe e é tão presente no cotidiano consumista ocidental.

Dahmer utiliza esta característica de busca por entretenimento para criticar a sociedade da internet, ao mesmo tempo que faz uma autocrítica, já que o seu produto, o *website malvados.com.br* também é entretenimento. Esta autocrítica pode fazer com que o leitor reflita o que está fazendo ao ler a tira. Não há uma real diferença, do ponto de vista da improdutividade, entre o tempo gasto lendo uma tirinha *online* e o tempo gasto jogando o *jogo do beija ou morde*. Dahmer então vale-se desta compreensão do leitor para que sua piada seja completada na mente do leitor, através de suas associações e da compreensão da autocrítica por parte do desenhista.

No último quadrinho da figura 143 vemos a ação dos *spammers*, já explicados. Dahmer aí parece criticar às pessoas ou empresas que enviam e-mails publicitários sem autorização do usuário. No *Orkut* não é diferente. Com o acúmulo destas mensagens indesejadas, muitas das comunidades do *Orkut* esvaziaram-se, deixando, como no desenho de Dahmer, estas comunidades à mercê apenas dos *spams* que, com o devido tempo, também param de anunciar, uma vez que de nada adianta anunciar para ninguém, decretando a morte daquela comunidade virtual.

O leitor de Dahmer provavelmente consiga rir da situação pois ele próprio já recebeu inúmeros *spams* relativos a sexo grátis, ou mulheres nuas ou qualquer outro tópico relativo à pornografia ou incitação da mesma. Por isso o desenho da mulher semi-nua é tão representativo. O leitor percebe as intenções da moça desenhada graças à sua experiência. Eisner (2001, p.103) diz que “a maneira como são empregadas essas imagens modifica e define o significado que se pretende dar às palavras.” O desenho da mulher posto no último quadrinho reforça o sentimento de sexo fácil e abandono da razão existente no primeiro dos quadros.

Grande parte das comunidades recebem, diariamente, gigantesca carga de *spams* relacionados à sexo ou “encontros” virtuais com uma ou mais mulheres, como Dahmer também salienta em seu texto. Atualmente pode-se afirmar que muito provavelmente não haja um só usuário efetivo do *Orkut* que não tenha recebido *spam* em suas comunidades ou mesmo nos seus recados. O leitor enxerga o conhecimento indo embora e o *Orkut* virando um “lugar de *spammers*” facilmente. Para confirmar esta afirmação, há também a figura 195, que mostra a porcentagem dos “amigos” da personagem no *Orkut*.



Figura 195. Tira 399

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha399.gif>> acesso em 12/01/09

A crítica de Dahmer também é compreendida pelo leitor quando este se identifica com a quantidade de *spams* existente em seu canal de relacionamento pessoal dentro do *Orkut*. Ter 122 amigos no *Orkut* de nada adianta se estes na verdade são apenas *spammers* querendo vender algo ou oferecer determinado produto. Dahmer se aproveita da gramática exclusiva dos quadrinhos para demonstrar, com uma flecha partindo dos dizeres para a personagem, que não foi a personagem quem pensou ou disse que tinha amigos, e sim que isto é um dado colocado deliberadamente pelo narrador, sem a ciência da personagem. É quase como um dizer acusatório. Como o enunciado, também dito pelo narrador, diz: “você está sozinho no mundo”.

Há uma utilização da linguagem dos quadrinhos deveras interessante quando observamos na tira elementos de desenho mesclados com elementos visuais de *softwares*. O autor claramente copiou a tela do *software* de e-mail *Microsoft Outlook* e escreveu os dizeres como se fosse um e-mail. Aqui percebemos o hibridismo citado por Garcia Canclini (1997), que o define também como elementos que existiam de forma separada, mas se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas, tais como a supracitada tira, onde só tem-se sentido ao mesclar a linguagem visual dos quadrinhos, com seus desenhos, balões e requadros com a linguagem visual dos programas de computador, com suas janelas, ícones e avisos.

É importante notar que a maioria dos leitores de uma tira *online* é familiarizado com este tipo de *software*, uma vez que envia e recebe e-mails, além de conhecer a estrutura básica dos *softwares* desenvolvidos pela empresa *Microsoft*, que tem um *layout* característico, com suas telas cheias, fundo cinza e os ícones sempre reutilizados em todos os *softwares* da empresa. E, além de compreender o *software* ilustrado, ele compreende também seu funcionamento, e o

chiste encontra-se também aí, no reconhecimento, por parte do leitor, que este tipo de programa invariavelmente atrai *spams*, e que é praticamente inevitável defrontar-se com este tipo de mensagem indesejada.

Somando-se a quantidade de amigos virtuais e a totalidade de *spams* em sua caixa postal, percebemos que a personagem é solitária, pois nenhum de seus amigos são efetivamente amigos, e que provavelmente são também *spammers*. Já que, como informa Carrier (2000), o leitor constrói a leitura baseado em suas experiências. E nas experiências relacionadas à internet e ao *Orkut* o leitor reconhece e ri da piada proposta por Dahmer. É sempre importante lembrar, como o faz Beronã (2002), que os efeitos mais potentes de uma história derivam em geral não do que é contado, não do que é explícito, mas sim daquilo que fica implícito, que é omitido. O que não é mostrado faz com que o leitor imagine. E é assim que o leitor conclui que os 122 amigos não o são na realidade.

O leitor, familiarizado com a “realidade” do *Orkut* também ri da posição da personagem *Emir Saad* na figura 196, onde ele mesmo afirma que sua fotografia no *website* de relacionamentos tem dez anos. Como no *Orkut* não há censura, nem mesmo exigência de veracidade, pessoas podem colocar suas fotografias quando mais novas, ao mesmo tempo que podem alterar suas fotografias por meios digitais, retocando ou melhorando sua silhueta. Também pode-se passar por outra pessoa, utilizando uma, ou várias, fotografias de outra pessoa, criando uma espécie de falsidade ideológica dentro da ferramenta. Neste caso, o próprio consumo dos demais usuários da ferramenta pode ficar comprometido, já que não há necessidade de veracidade nem na imagem postada e nem nos dados inseridos por cada um dos usuários.



Figura 196. Tira 714

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha714.gif>> acesso em 12/01/09

Dahmer utiliza esta faceta do *Orkut* colocando suas personagens ora como produtoras, como no caso de *Emir Saad*, ora como consumidora, como no caso da personagem na figura 197, que utiliza a ferramenta para conhecer mulheres e depara-se com um homem.

Interessante salientar o fato de que os dizeres do computador não aparecem como um texto escrito, mas sim como se o computador estivesse falando com a personagem. Neste caso, a interação entre ferramenta e usuário é tão grande para Dahmer que o computador “fala” com

a personagem. Quando o autor não insere um tom maquínico nem no balão e nem no apêndice deste, pode dar a entender ao leitor que o monitor ou o computador conversa com a personagem. O suporte do computador acaba atuando como personagem.



Figura 197. Tira 473

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha473.gif>> acesso em 12/01/09

Partindo da mesma premissa de produção e consumo, Dahmer leva o leitor a imaginar ainda mais acerca do suporte promovido pelo computador, de um modo geral, e pelo *Orkut* de forma mais específica. Na figura 198 vemos a interação promovida pela ferramenta na mente da personagem ingênua.



Figura 198. Tira 760

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha760.gif>> acesso em 12/01/09

Assim como nas páginas de internet navegamos através de *links*, Dahmer propõe que, ao clicarmos em um *link* estamos adentrando uma porta. No caso desta tira, há a inocência da personagem que acredita ser “raça pura” uma comunidade de criadores de cães e depara-se com nazistas. O importante, porém, é ressaltarmos a influência do suporte na forma de contar a história. Qualquer leitor que chegou aos *Malvados* já navegou na internet, e, até mesmo para chegar ao *website* de Dahmer, clicou em vários *links*, que abriram várias páginas. Ou, na leitura de Dahmer, abriu várias portas e entrou em várias salas. A metáfora da internet como cidade ou como um prédio já foi utilizada várias vezes. A mais conhecida foi o *website* servidor *Geocities*, que gratuitamente hospedava *websites* amadores. Neste servidor, haviam cidades, bairros e casas, primariamente organizados pelo estilo do *website*. Segundo Albuquerque (2009 p.55),

“o espaço organizava os sites hospedados em ‘bairros’ virtuais. Cada vizinhança estava relacionada ao tema dos sites - páginas de negócios eram convidadas para *Wallstreet*, de cinema, para *Hollywood*; música, teatro e showbusiness tinham lugar garantido em *Bourbon Street*.” Os endereços eram algo como <http://www.geocities.com/Hollywood/3346/> ou <http://www.geocities.com/sunsetstrip/5521>. Além deste servidor haviam outros, como o extinto portal *CidadeInternet*, que como o próprio nome indica criava a metáfora de uma cidade na rede, o português *Terravista*, servidor que criava seus endereços com nomes de cidades portuguesas como *Faro* ou *Lisboa*, ou o brasileiro *VilaBol*, que também oferecia hospedagem gratuita. Este tipo de metáfora também foi usada por Dahmer ao perceber a internet como um amontoado de casas e prédios com referências sexuais/pornográficas, como vemos no primeiro quadro da figura 199:



Figura 199. Tira 908

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha908.gif>> acesso em 12/01/09

A idéia, ainda na tira 760, de cada *link* ser uma porta, parece fazer uma junção de duas linguagens: a da internet com seus hiperlinks e a dos quadrinhos. Dahmer promove reflexão, uma vez que a piada só faz sentido quando o leitor imagina a elipse temporal existente nas lacunas, nas sarjetas da tira. É este tempo, crítico para os quadrinhos, que conduz a narrativa, em conjunto com a metáfora da porta/*link*. Há, nesta tira, dois momentos de tensão e suspense: o primeiro, entre os dois quadrinhos iniciais, que revelam que a personagem possivelmente entrou em um lugar por engano; e o segundo, quando há a certeza do engano e deseja-se saber qual o desfecho resultante deste engano.

Dahmer abusa do uso de símbolos e estereótipos. O símbolo da suástica nazista é reconhecida por qualquer leitor ocidental, principalmente graças ao mercado norte-americano de filmes, que a cada ano promove filmes com a temática do holocausto. Ademais, os bigodes utilizados pelos nazistas também remetem à clássica figura do ditador Hitler. Eisner (2005, p.76) diz que “atualmente o quadrinista tem de lidar com um leitor cuja experiência de vida também inclui uma quantidade substancial da exposição ao cinema”. Esta experiência resulta então em mais um conjunto de linguagens utilizada pelo leitor. Além de conhecer a idéia de hiperlinks e internet e também de conhecer a linguagem dos quadrinhos, o leitor muito provavelmente também

é conhecedor de alguma linguagem cinematográfica, uma vez que sempre há interferências nestas linguagens, como afirma Cirne (1975 p.27): “estas interferências semiológicas - não só entre cinema e quadrinhos, mas também entre cinema e televisão, quadrinhos e fotonovela etc - são comuns às diversas práticas fundadas na imagem”. Partimos do princípio que se algum leitor não é conhecedor dos estereótipos, principalmente transmitidos pelo cinema, não conseguirá compreender a piada como um todo, uma vez que o reconhecimento do nazismo na tira dá-se apenas por meio das imagens. Ao mesmo tempo, provavelmente não conseguirá compreender todo o contexto da piada se nunca tiver entrado ou feito parte da ferramenta *Orkut*.

Mas é importante ressaltar que, de todas as ferramentas da *Google*, tais como *Gmail*, *Gtalk*, *GoogleMaps* etc, o *Orkut*, no Brasil, é a segunda mais utilizada segundo Telles (2006). Perde apenas para o buscador *online* que leva o nome da empresa, e que Dahmer também não se furta de criticar com seu humor.

## 5.5 GOOGLE

A empresa norte-americana *Google* iniciou suas atividades e especializou-se no serviço mais utilizado por todas as pessoas que utilizam a internet diariamente: a busca por informações.

Para Battelle (2006, p.15), a *Google* em sua origem era mais uma das usinas de busca existente. O autor diz que uma usina de busca

conecta palavras com as quais você entra (perguntas) a uma base de dados que ela criou a partir de páginas da *web* (um índice). A seguir, produz uma lista de URLs (e sumários de conteúdo) que, para ela, são mais relevantes para sua pergunta.

O motor de buscas da *Google* não foi o primeiro buscador da internet. Ainda segundo Battelle (2006), a primeira ferramenta neste sentido foi o *Archie*, criado em 1990, ainda na era pré-navegador. Logo em seguida, já com o navegador desenvolvido e a internet se popularizando, foram desenvolvidos dois dos principais *websites* de busca até então: *Yahoo!* e *AltaVista*. A diferença entre eles, ainda segundo o autor, era a forma como os índices eram gerados: no *Yahoo!* as URLs deveriam ser cadastradas por algum usuário, ou seja, manualmente por alguma pessoa interessada em ter aquele endereço disponível para os demais utilizadores da internet. Já no *AltaVista* foram desenvolvidos robôs de busca, que vasculhavam a internet e a indexavam, sem intervenção humana.

Com a idéia de busca por meio de robôs, já consolidada comercialmente por meio do *AltaVista*, Sergey Brin e Larry Page iniciaram o desenvolvimento do motor de busca *Google*. Inicialmente comercializado com a *Yahoo!*, neste motor havia um complexo algoritmo desenvolvido em parceria com a universidade norte-americana de Stanford. Este algoritmo, que indexava as páginas da internet levando em conta sua relevância para a comunidade de utilizadores da internet foi chamado *PageRank*, e, ainda segundo Battelle (2006) a partir dele

a empresa *Google* consolidou-se como a principal no setor de buscas *online*, bem como de publicidade na internet. Em 2008, de acordo com a empresa Comscore (2009), o *Google* detinha 77% do mercado de buscas na internet, com a empresa *Yahoo!* em segundo lugar com 16% e a *Microsoft* com 3,7% deste mercado. Atualmente estes números não parecem ter mudado substancialmente.

Esta predominância da empresa de Brin e Page não escapou à crítica de Dahmer. Na figura 200 podemos perceber a idéia de Dahmer acerca do início da internet. Com uma metáfora relacionada ao velho oeste norte-americano, amplamente divulgada por meio cinematográfico e pelos quadrinhos no século passado, vemos a empresa *Google* como uma desbravadora.



Figura 200. Tira 369

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha369.gif>> acesso em 12/01/09

Nesta tira percebemos, além da influência norte-americana, a influência do cinema. Para Cirne (1975), como já visto, o cinema e os quadrinhos influenciam-se mutuamente, produzindo elementos e temáticas que se contaminam e se expandem em uma ou outra linguagem. Dahmer utiliza-se de vários clichés de filmes de *western*, tais como a diligência, o *saloon* e o bandoleiro. Estas películas em sua origem eram norte-americanas, porém a partir da década de 1960 tornaram-se também italianas, uma vez que vários destes filmes foram produzidos e desenvolvidos no continente europeu.

Há uma tradição também de quadrinhos com a temática do velho oeste estadunidense. Como visto na primeira parte deste trabalho, artistas americanos como Jaxon, John Buscema e Neal Adams contaram e ilustraram histórias do gênero, o mesmo acontecendo com europeus como Moebius, Uderzo e Goscinny. No Brasil também há uma grande influência deste tipo de histórias, levando nomes como Julio Shimamoto, Watson Portela e Eugênio Colonnese a desenvolverem histórias ambientadas nos Estados Unidos do século XIX.

Pressupõe-se que o leitor tenha conhecimento deste tipo de literatura, ou pelo menos da filmografia acerca do velho oeste, do contrário não teria bases para compreender completamente a piada, uma vez que esta não é calcada apenas nos textos, mas muito mais na intertextualidade e citação.

Dahmer parece ter uma visão da *Google* como empresa que teve uma idéia maravilhosa no momento certo, ou seja, no momento da conquista da internet. A empresa é retratada como

aventureira e, como nos filmes e quadrinhos, está do lado dos “mocinhos” que vêm para colonizar e tornar a vida das pessoas melhores.

Aqui também podemos perceber a crítica ao estilo de vida norte-americano, que durante a conquista de seu território oeste dizimou os habitantes nativos e impôs um violento modo de vida. A expansão capitalista, promovida principalmente pelo avanço da ferrovia, acabou por destruir a cultura local e promover a cultura dominante no restante do país. Há, então, uma crítica também às formas de dominação impostas pelos colonizadores, que não respeitaram os hábitos e costumes locais, tornando a nova terra colonizada em mais uma extensão de seu monopólio, tal qual a *Google* parece fazer com a internet, na visão de Dahmer.

A vida das pessoas, entretanto, parece, na visão de Dahmer, não ter melhorado com o advento da busca extremamente qualificada da empresa estadunidense. Parece haver uma dependência, evidenciada pelo artista, de várias pessoas em relação à empresa e sua forma de buscas. A noção de que o “*Google* lhe dará respostas para tudo” parece ter se instalado em uma parcela da população utilizadora da internet, e esta população foi retratada na figura 201, onde a empresa de Page e Brin toma o lugar de Deus no imaginário coletivo:



Figura 201. Tira 184

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha184.gif>> acesso em 12/01/09

A *Google* é colocada, ironizada como responsável por todas as respostas do mundo, passando a ser responsável pela felicidade e satisfação pessoal das pessoas. Neste caso a tira retrata uma característica interessante da ferramenta, evidenciada por Dahmer.

O buscador da *Google*, no contexto de produção e consumo, não parece ser nem produtor de conteúdo, nem consumidor deste conteúdo. O buscador é um facilitador. É um mediador entre a pessoa que busca e a página que responde. É o caminho entre a pergunta e a resposta. Mas não é, por si só, a resposta. Uma série de pessoas, porém, acredita que o *Google* é a resposta. Acredita ser o buscador o fim, quando na verdade, ele é meio.

A comunicação neste novo século, como já indica Martín-Barbero (1997), tornou-se mais uma questão de mediações que de meios, ou seja, menos o aparato e mais a forma de comunicação. Neste caso, Dahmer parece demonstrar que a *Google* é mais do que mera ferramenta. Tornou-se algo maior, algo que faz a mediação entre o homem e suas respostas, tal como Deus na maioria das religiões. A facilidade, somada à rapidez das respostas faz com que

indivíduos tenham na *Google* a certeza das respostas corretas. O que, por sinal, não prova-se verdadeiro em muitos casos.

Não só o *Google* é importante, posto que é Deus, provedor de todas as respostas, também há, na tirinha, o *Submarino*, conhecido *website* de vendas *online* e possivelmente o maior do Brasil, que é visto por Dahmer como o provedor das coisas materiais. Assim, de qualquer forma, aquilo que a personagem necessita, seja relacionado ao espírito ou ao corpo, é facilmente encontrado na internet, corroborando com a comicidade de outras tantas tiras do autor, que colocam os indivíduos como seres muito influenciados pelas máquinas e pela internet.

Dahmer brinca com o surgimento de novos ídolos, novas crenças, novas religiões e igrejas e propõe que a próxima coisa que o homem cria depois de descobrir um porta-voz para suas respostas é uma igreja. E com Dahmer não foi diferente. E através do humor, mostra a criação da Igreja Googlista na figura 202



Figura 202. Tira 252

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha252.gif>> acesso em 12/01/09

Aqui a utilização da cor, possui duas funções: primeiramente a de conferir impacto na tira, que tradicionalmente é preta-e-branca, e quando o artista utiliza a cor chama mais a atenção. A segunda função seria a de identificar melhor os elementos. Como também já vimos no presente trabalho, os elementos dentro dos quadros possuem tamanhos determinados, e talvez fosse difícil de distinguir a linha de contorno existente na água que cobre as personagens.

Também é relevante comparar as duas tiras, e perceber que, apesar da distância temporal de produção delas, pouco mais de dois meses, os desenhos das personagens é o mesmo. Assim, o artista coloca as mesmas personagens, na mesma posição, em uma situação de eclipse temporal. Neste caso, o leitor pode observar que as idéias explanadas na primeira destas tiras refletem na segunda, gerando uma meta-elipse entre as tiras.

Esta facilidade de utilização das mesmas imagens provém da capacidade dos computadores de copiar e colar elementos, como já explicamos anteriormente quando falamos acerca da utilização do computador nos quadrinhos a partir da década de 1990. Neste caso, fica latente que o autor simplesmente desenhou a água por cima das personagens, reutilizando a tira anterior.

Em relação à piada em si, já uma crítica à busca de respostas na ferramenta *online*.

Como no caso da tira 473, os indivíduos parecem, aos olhos de Dahmer, mais alienados que nunca, querendo respostas prontas dentro do mundo virtual.

Outra faceta da piada é a crítica ao modo de ligação entre indivíduo e ferramenta, ou seja, a conexão de internet. Ainda que pareça perpétua, esta pode vir a “cair”, falhar ou mesmo inexistir. A reflexão por parte do leitor também pode se dar no momento da leitura da tira, uma vez que para lê-la é necessária uma conexão. E apesar dela estar ativa no momento, pode falhar. E mesmo que não falhe completamente, pode estar limitada pelo seu tipo e velocidade. Por exemplo uma conexão discada de 56 Kbps (*kilo bits per second*) é diferente de uma conexão via rádio de 128 Kbps, que por sua vez é diferente de uma conexão ADSL de 10 Mbps. Quanto maior o valor dos Kbps, mais rápida é a conexão e, em geral, mais estável. O leitor pode perceber isso no momento da leitura e identificar-se com o problema das personagens que não conseguem obter uma rápida resposta por limitação de conexão.

Dahmer explora o filão da precariedade da banda de conexão brasileira na figura 203, utilizando os mesmos conhecimentos e vivência do seu leitor acerca da conexão para criticar e fazer piada com a dificuldade enfrentada pelos brasileiros de navegar na internet. Há também a piada que remete ao movimento de reforma agrária. Dahmer brinca com o fato de que fazer uma reforma agrária no Brasil deve ser mais fácil que resolver o problema da internet, ironizando ao mesmo tempo a “extensão de terra”, o “latifúndio” que é a *Google* e seus milhares de servidores e usuários, e o fato de algumas pessoas darem mais importância aos problemas virtuais do que para a realidade social existente no país.



Figura 203. Tira 192

Fonte: <<http://www.malvados.com.br/tirinha192.gif>> acesso em 12/01/09

Assim, parece que a falha das respostas rápidas do buscador da *Google* na tira 252 deve-se apenas à conexão, eximindo o buscador adorado pela personagem fanática de qualquer tipo de erro, continuando o *Google* a ser a panacéia no mundo *online* das tiras de Dahmer.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar os *webcomics* pode ser uma grande contribuição dentro do campo das ciências humanas, pois aponta para novas manifestações artísticas e sociais e suas implicações. Ambientados no ciberespaço, estes quadrinhos e suas temáticas nos revelam formas de pensar da sociedade em relação à tecnologia que a permeia. Os *Malvados*, de André Dahmer, ainda que não exclusivamente, tratam muito da relação entre pessoas e tecnologia, buscando um olhar crítico, propondo questionamentos, ironizando os problemas, os erros, os usos convencionais e/ou inesperados.

Com os *webcomics* podemos estudar representações de tecnologia e sociedade, demonstrados pelos autores para determinados públicos, localizados não mais em nichos geográficos, mas em nichos de interesses e escolhas. Ao utilizar a internet, globalizada e mundial, autores de *webcomics* refletem e fazem refletir sobre questões simbólicas do uso do aparato tecnológico, ao mesmo tempo que ajudam a construir um imaginário tanto acerca destes aparatos quanto da sociedade em que vivem, também globalizada e plural. Valores culturais e sociais são transportados também por estes meios, reforçando ou criticando determinadas relações de poder e comunicação.

Tais relações também se estabelecem ao compreendermos que com a rede mundial de computadores, cujo conteúdo torna-se barato, simples e de capilarização global, a facilidade de inserir quadrinhos no meio digital é tão alta quanto a possibilidade deste cair no esquecimento, demonstrando a força do binômio produção/consumo.

Oriundos de um processo que iniciou-se com Töpffer no século XIX, a produção e o consumo das histórias em quadrinhos ganharam novo capítulo ao adicionarmos a internet e sua abrangência mundial no contexto e no cotidiano de artistas e leitores. Agora novos meios e novas interações promovem-se em um emaranhado de novas idéias e novas perspectivas criativas e de negócios. Os quadrinhos podem ampliar-se tanto no quesito base de leitores quanto no quesito liberdade no processo criativo, proporcionando ao leitor novas e diferentes interações, não pensadas, tampouco possíveis, no suporte impresso.

Percebemos que no presente momento muitos dos quadrinhos originários da internet estão migrando para outros suportes, como o jornal diário ou os livros de compilações. Tal fenômeno acontece com André Dahmer, que atualmente além da internet publica suas tiras em jornais de circulação nacional, como o *Jornal do Brasil* ou *Folha de São Paulo*, além de revistas como a *Caros Amigos*. Os livros de compilação também estão presentes no rol de maneiras de consumo de seus quadrinhos. Ao findar esta dissertação, havia quatro livros de Dahmer nas prateleiras das livrarias: *Malvados* (produção independente), *O Livro Negro de André Dahmer*, *Malvados* e *A Cabeça é a Ilha*, sendo os três últimos editados pela editora Desiderata.

Parece haver, então, uma intenção do artista em disponibilizar seu trabalho no maior número de suportes possível, buscando atingir uma gama cada vez maior de leitores. Portanto, suas tiras são construídas de forma a não abusar dos recursos multimidiáticos existentes na

internet. Não há, no trabalho de Dahmer, formas diversas de leitura, tampouco a tela infinita ou navegação entre os quadros. O que existe em seu trabalho são quadrinhos simples, tiras, que utilizam a internet como suporte de divulgação. As tiras aqui estudadas poderiam facilmente ser impressas, sem perda de qualidade ou mesmo de legibilidade no quesito padrão de leitura. O que muda, com o suporte, é a forma da leitura. No entanto, não deixou esta leitura de ser consumível, de ser comprável, de ter um viés mercadológico.

Esta faceta mercadológica sempre esteve atrelada aos quadrinhos, e no século XXI não poderia ser diferente. Há uma intenção em vender as tiras para o maior número possível de compradores, para que mais pessoas leiam, alimentando o binômio produção/consumo e o mercado capitalista, que se vale tanto da qualidade do trabalho quanto das demandas de oferta e procura. Dahmer atingiu grande número de visitas em seu *website* de quadrinhos, levando-o a publicar em outros meios que, por sua vez, alimentam a curiosidade do leitor. Este leitor muitas vezes visita o *website* para ler mais piadas, gerando um efeito de bola de neve de leitura dos *Malvados*.

Não podemos, porém, dizer que as histórias de Dahmer são igualmente lidas dentro da internet, na frente de um computador, ou fora dela, em uma impressão no papel. O suporte diferencia a leitura. Além da ergonomia, que proporciona maior liberdade ao leitor de papel, e das formas interacionais que dão maior liberdade ao leitor digital, também existe a própria questão das temáticas. Algumas destas são tão intrínsecas ao meio da internet que perdem muito de seu potencial criativo e cômico quando vertidas para um meio não digital. Dahmer parece, na maioria das vezes, idealizar um leitor que o lê na internet, na frente de seu computador. Mesmo quando estas tiras estão nos jornais, por exemplo, elas parecem visualizar um leitor à frente de seu microcomputador. Algumas das piadas, inclusive, perdem parte da graça, da crítica e até mesmo o sentido quando lidas fora do ambiente computacional.

A visão de Dahmer a respeito da tecnologia é uma das características responsáveis pela popularização de seus quadrinhos, já que boa parte de seus leitores está imerso neste contexto, rindo da crítica à mídia que está a usar ou que já usou em algum momento. Os leitores de Dahmer parecem ter conhecimento de todas as formas tecnológicas e sociais existentes na internet e que o autor critica.

A visão dos *Malvados* enfatiza o ser humano por trás da tecnologia. Não destaca a tecnologia por si só. Para Dahmer, a sociedade constrói a internet e a usa, e este é o mote para suas piadas. O artista parece menos interessado nas tecnologias existentes na internet, e mais na forma como as pessoas as utilizam. Localiza os problemas da tecnologia não nos artefatos, mas nas opções das pessoas, na organização da sociedade capitalista e de consumo, na acomodação e alienação individualista. É a reação da sociedade à tecnologia que interessa à piada, é a modificação de hábitos e espaços de convivência, a modificação das formas de poder e resistência que convertem a obra do autor em espelho de uma das facetas da sociedade contemporânea.

Dahmer parece ver a internet como meio de expressão, não só do autor, mas também de

seus leitores. O usuário representado nos quadrinhos de Dahmer passa mais tempo na internet do que precisaria, passa mais tempo convivendo com monitores e CPUs do que com seres humanos de carne e osso. Há um exagero na vida intrinsecamente ligada à internet, e Dahmer faz deste exagero crítica e mote para piadas.

As contradições daqueles que utilizam a internet demasiadamente também são vistas no humor dos *Malvados*. Em várias de suas tiras percebemos a crítica às pessoas que poderiam aproveitar a vida longe da internet. Há uma crítica ao novo tipo de pessoa, que vive trancafiado em seu apartamento, interagindo socialmente apenas por meio de *chats* eletrônicos e depoimentos em redes sociais. Pessoas que, para Dahmer, sentem necessidade da socialização, porém a fazem mediadas pelo computador. A internet, para o autor, pode proporcionar o isolamento. A interação face-a-face parece sair da agenda destas pessoas que Dahmer critica. Para estes indivíduos captados por Dahmer, um dia de sol é apenas uma fotografia no protetor de tela do computador.

Os *Malvados* podem ser vistos, então, como releitura e tradução do cotidiano, ao demonstrar como certas parcelas da sociedade agem não apenas em relação aos aparatos, mas também em relação às suas próprias convicções e formas de pensar e agir a respeito da vida. O real passa a ser o virtual, e vice-versa, deslocando espaços e tempo.

Os papéis e personalidades também podem, para estas pessoas, serem inventados de acordo com sua necessidade. A mediação proporcionada pela tela opaca do computador permite cruzar fronteiras entre fantasia e realidade, como percebemos em inúmeras histórias em quadrinhos de Dahmer. O bonito talvez seja feio, a magra talvez seja gorda e o inteligente talvez seja estúpido. No entanto, na internet a realidade é eclipsada pela fantasia. Ou a realidade é modificada ao conectar à internet. E novamente questiona-se o que é a realidade para este tipo de usuário. Se dentro ou fora do mundo proporcionado pela internet.

A internet, bem como suas ferramentas, funcionam de acordo com a sociedade vigente, logo têm conceitos e aplicações diferentes em cada diferente cultura. Dahmer percebe esta característica e nos promove a reflexão quanto à maneira como os indivíduos reagem e interagem com as ferramentas *online*. Há, nos quadrinhos dos *Malvados*, representações diversas das interações com as ferramentas. E estas sempre são fugidias, fugazes e mutantes. Dahmer representa a forma como as pessoas se apropriam de determinadas tecnologias, ao mesmo tempo que propõem novos usos para elas em alguns casos, ou mesmo as descartam em outros casos. A sociedade redefine a tecnologia a cada instante.

A proximidade entre leitor e autor também é muito explorada por Dahmer, na medida em que suas críticas são não apenas à sociedade, mas também à si próprio, gerando interessante metalinguagem crítica. Esta metalinguagem parece ser muito mais visível nas obras oriundas da internet, uma vez que já em sua origem a crítica aos hábitos na internet era utilizada como mote para as histórias ou piadas.

O meio internet parece influenciar mais as temáticas das histórias dos *webcomics* do que o meio papel influencia as histórias em quadrinhos que apenas assim se apresentam. A internet,

como vemos em Dahmer e em outros *webcomics*, tem papel duplo, não apenas servindo de suporte e meio de comunicação, mas servindo também como elemento de criação. São várias as histórias, não só de Dahmer, mas também de outros artistas, que utilizam a internet como enredo. E o público leitor parece gostar desta quebra da quarta parede. Esta ligação com o suporte parece ser mais sentida no meio *online*, computacional, do que no meio analógico, em formato revista impressa.

A crítica à internet e, principalmente aos seus usuários, reverte-se ao autor, que também revela-se usuário da internet e, portanto, sujeito à todas as críticas demonstradas em seus quadrinhos. André Dahmer critica a internet, mas a utiliza para divulgar seus quadrinhos, critica o amadorismo dos criadores de *websites*, mas criou sozinho e amadoristicamente o *website* dos *Malvados*, critica os *blogs* mas se utiliza desta ferramenta para colocar na rede seus pensamentos, critica o *Orkut*, mas há diversas comunidades sobre seus quadrinhos na ferramenta de relacionamento, critica o *Google*, mas em cada uma de suas páginas insere buscas na ferramenta. Enfim, uma das características mais importantes e também mais interessantes ao usuário/leitor de Dahmer é saber que aquelas críticas são feitas à todos, inclusive ao próprio autor.

A autocrítica que faz com que o leitor se identifique com Dahmer e suas histórias também faz de suas tiras ótima fonte de percepção acerca da sociedade contemporânea. Entretanto, é importante destacar que neste trabalho foram utilizadas apenas histórias que remetem ao uso da internet e seus utilizadores. Temas como arte, desesperança, educação, família, globalização, política ou relacionamentos, entre muitos outros, não foram aqui abordados e podem constituir diversos objetos de pesquisa. E, assim como as demais temáticas, há diversos *webcomics* cujas características e críticas poderiam ser utilizadas para trabalhos acadêmicos, uma vez que representam um novo modo de interação entre os quadrinhos e seus leitores.

Dahmer encontra-se com a história dos quadrinhos podendo ser legítimo representante de uma nova forma de interação entre leitor e obra, que antes encontravam-se apenas nas folhas de papel e hoje podem se encontrar em outras mídias, em outras interações. Um novo leitor com novas possibilidades está sendo forjado, bem como novos autores estão surgindo, e muitos deles estão sendo influenciados pelos novos aparatos e por autores como Dahmer.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Afiados Submarino** Disponível em <<http://afiados.submarino.com.br/affiliates/default.asp>> acesso em 13 de maio de 09.

FOLHA DE SÃO PAULO. **AI-5**. Disponível em <[http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil\\_14dez1968.htm](http://almanaque.folha.uol.com.br/brasil_14dez1968.htm)> acesso em 17 de julho de 09.

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALBUQUERQUE, Felipe. **Descanse em Paz**. In: PC Magazine 43. junho 2009. Editora Tambor São Paulo.

ALBURT. **Teoria dos 6 graus de separação** Disponível em <<http://www.smallworldexperiment.com/search/label/history>> acesso em 22 de junho de 2009.

ALLEN, Todd. **The Economics of Web Comics**, 2nd edition. EUA: Indignant Media, 2007.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Campinas: Papyrus, 1993.

BATTELLE, John. **A Busca. Como o Google e seus competidores reinventaram os negócios e estão transformando nossas vidas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERONÄ, David A. **The work of Gross, Dorgathen, Drooker and Kuper**. In: VARNUM, Robin & GIBBONS, Christina T. **The Language of Comics Word and Image**. EUA: University Press of Mississippi, 2002.

Biblioteque de Suzette: Disponível em <<http://www.bibliothequedesuzette.com>> acesso em 17 de junho de 2009.

BORGO, Érico, HESSEL, Marcelo & FORLANI, Marcelo. **Almanaque do Cinema**. São Paulo: Ediouro, 2009.

- BRYAN, Guilherme. **Quem tem um sonho não dança**. São Paulo: Record, 2004.
- BUDD, Andy; MOLL, Cameron & COLLISON, Simon. **Criando páginas com CSS**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- BURKE, Peter. **Testemunha Ocular: História e Imagem**. Bauru: EDUSC, 2004.
- CAGNIN, Antônio Luiz & AUGUSTO, Wagner. **As histórias em quadrinhos de Angelo Agostini**. in: Phenix nº0. São Paulo: Phenix, 1996.
- CAGNIN, Antônio Luiz. **Os Quadrinhos**. São Paulo: Ática, 1975.
- CAMPBELL, T. **A History of Webcomics. The Golden Age: 1993-2005**. Canada: 2006.
- CARDOSO, Carlos. **Vamos destruir os blogueiros honestinhos**. Disponível em <<http://www.contraditorium.com>> acesso em 24 de junho de 2009.
- CARRIER, David. **The Aesthetics of Comics**. The Pennsylvania State University Press: EUA. 2000.
- CARROL, Dorion. **Technorati** in: JONES, Bradley L. **Web 2.0 Heroes**. São Paulo: Digerati, 2009.
- CARVALHO, Rosa Meire. **Diário Íntimo na Era Digital: Diário Público, Mundos Privados**. in: LEMOS, André & PALACIOS, Marcos. **Janelas do Ciberespaço: Comunicação e Cultura**. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- CAUSO, Roberto de Souza. **Ficção Científica, Fantasia e Horror no Brasil: 1875, 1950**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.
- CAVALCANTI, Carlos Manoel de Holanda. **Angelo Agostini e seu “Zé Caipora” entre a Corte e República**. in: *História, imagem e narrativas* nº3, ano 2, setembro/2006.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Unesp, 1999.
- CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. Lisboa: Difel, 2002.
- CIPRIANI, Viviana; SILVA, Roberta Del-Vechio de Oliveira e. & BONA, Rafael José.

**Merchandising no cinema brasileiro. Uma análise de caso dos filmes: Cazua, Olga e Dois Filhos de Francisco.** Artigo Trabalho apresentado ao GT Audiovisual, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul Intercom, 2006.

CIPRIANO, Fábio. **Blog Corporativo.** São Paulo: Novatec, 2008.

CIRNE, Moacy. **A Explosão criativa dos quadrinhos.** Petrópolis: Vozes, 1970.

CIRNE, Moacy. **Para ler os quadrinhos.** Petrópolis: Vozes, 1975.

COMSCORE. Disponível em <<http://www.comscore.com>> acesso em 3 de dezembro de 2009.

LAMBIEK. **Corto Maltese** Disponível em <[http://lambiek.net/artists/p/pratt\\_h.htm](http://lambiek.net/artists/p/pratt_h.htm)> acesso em 3 de março de 2009.

COTRIN, Erika & OLIVEIRA, Marcelo Pires de. **Comunidades Fakes do Orkut: uma análise folkcomunicacional.** Trabalho apresentado no congresso Folkcom 2009. Disponível em <[http://www2.metodista.br/unesco/1\\_Folkcom%202009/arquivos/Trabalhos/16-Folkcom%202009%20-%20Comunidades%20Fakes%20do%20Orkut%20-%20Érika%20Cotri\\_.pdf](http://www2.metodista.br/unesco/1_Folkcom%202009/arquivos/Trabalhos/16-Folkcom%202009%20-%20Comunidades%20Fakes%20do%20Orkut%20-%20Érika%20Cotri_.pdf)> acesso em 9 de dezembro de 2009.

COUCH. N. C. Christopher. **The Yellow Kid and the comic page.** In: VARNUM, Robin & GIBBONS, Christina T. **The Language of Comics Word and Image.** EUA: University Press of Mississippi, 2002.

DAHMER, André. *Malvados.* Rio de Janeiro, Desiderata, 2008.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados.** São Paulo: perspectiva, 2006.

EISNER, Will. **Quadrinhos e Arte Sequencial.** São Paulo: Martins Fontes, 2001.

\_\_\_\_\_. **Narrativas Gráficas.** São Paulo: Devir, 2005.

\_\_\_\_\_. **Eisner/Miller.** EUA: Dark Horse, 2005.

\_\_\_\_\_. **O Sonhador.** São Paulo: Devir, 2007

ENGLEMAN, Eric. *Bloglines* in: JONES, Bradley L. *Web 2.0 Heroes.* São Paulo: Digerati,

2009.

ERCILIA, Maria. **A internet**. São Paulo: Publifolha, 2001.

FAGIN, Joel. **Comic website design**. Disponível em <[http://www.between-worlds.com/tutorials/comic\\_website\\_design.shtml](http://www.between-worlds.com/tutorials/comic_website_design.shtml)>. Acesso em 02 de fev. de 2009.

FARACO, Carlos Alberto. **As idéias linguísticas de Bakhtin**. Curitiba: Criar, 2003.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 1990.

FIORIN, José Luiz. **Introdução ao Pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2006.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia a caixa preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.

FRANCO, Edgar Silveira. **HQtrônicas do suporte papel à rede internet**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008.

GARCIA CANCLINI, Nestor. **Culturas Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1997.

W3C. **GIF89A Especification** Disponível em <<http://www.w3.org/Graphics/GIF/spec-gif89a.txt>> acesso em 14 de maio de 2009.

GOODMAN, Danny. **JavaScript a Bíblia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

GOOGLE. **Google Adsense**. Disponível em <[https://www.Google.com/adsense/static/pt\\_BR/Success.html](https://www.Google.com/adsense/static/pt_BR/Success.html)> acesso em 10 de junho de 2009.

GORDON, Ian. **Comic Strips & Consumer Culture**. EUA: Smithsonian, 2002.

GRAHAM, Ian S. **HTML, a referência completa para HTML 3.2 e extensões HTML**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

GUIGAR, Brad; KELLETT, Dave; KURTZ, Scott & STRAUB, Kris. **How to make webcomics**. EUA: Image, 2008.

GUSMAN, Sidney. **Maurício Quadrinho a Quadrinho**. São Paulo: Globo, 2006.

HALL, Justin. **Why the Web?** Disponível em <<http://www.links.net/webpub/whyweb.html>> acesso em 08 de junho de 2009.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HIGGINS, John. in: GIBBONS, Dave. **Os Bastidores de Watchmen**. São Paulo: Aleph, 2009.

HORTON, Steve & ROMERO, Sam. **Webcomics 2.0**. Boston: Course Technology, 2008.

JONES, Bradley L. **Web 2.0 Heroes**. São Paulo: Digerati, 2009.

JONES, Gerard. **Homens do Amanhã**. São Paulo: Conrad, 2006.

JPEG Commitee. **JPEG Definition**. Disponível em <<http://www.jpeg.org/jpeg/index.html>> acesso em 13 de maio de 2009.

JÚNIOR, Gonçalo. **A Guerra dos Gibis: A formação do mercado editorial brasileiro e a cesura aos quadrinhos 1933-64**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

KLAWA, Laonte & COHEN, Haron. **Os quadrinhos e a comunicação de massa**. In.: MOYA, Álvaro de. Shazam. São Paulo: Perspectiva, 1970.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar**. São Paulo: Market Books, 2001.

LEMOS, André. **Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LUCHETTI, Marco Antonio. **A ficção científica nos quadrinhos**. São Paulo, GRD, 1991.

LUYTEN, Sonia Bibe. **Mangá: o poder dos quadrinhos japoneses**. São Paulo: Hedra, 2000.

MARKSTEIN, Donald. **Dennis o pimentinha**. Disponível em <<http://www.toonopedia.com/dennis.htm>> acesso em 2 de março de 2009.

MARQUESI, Dagomir. **Auika**. São Paulo: Proposta Editorial, 1980.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro, Editora da UFRJ, 1997.

McCABE, Joseph. **Passeando com o rei dos sonhos**. São Paulo: HQM.

McCLOUD, Scott. **Desvendando os Quadrinhos**. São Paulo: M. Books, 2005.

\_\_\_\_\_, Scott. **Reinventando os Quadrinhos**. São Paulo: M. Books, 2006.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MEMÓRIA, Felipe. **Design para Internet**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MENDO, Anselmo Gimenez. **História em Quadrinhos Impresso vs. web**. São Paulo, Unesp: 2008.

MOYA, Álvaro de. **História das histórias em quadrinhos**. Porto Alegre: L&PM, 1986.

MOYA, Álvaro de. **Vapt-Vupt**. São Paulo: Clemente & Gramani, 2003.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**. Portugal: Martins Fontes, 1968.

MUMFORD, Lewis. **Technics and Civilization**. EUA: Harvest Books, 1963.

MUNIZ, Maurício. **Revista Mundo dos Super-heróis**. Janeiro/Fevereiro de 2009.

NEGRINO, Tom & SMITH, Dori. **Javascript para a World Wide Web**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

NICOLAU, Marcos. **Tirinha**. João Pessoa: Marca de fantasia, 2007.

NIELSEN, Jakob. **Projetando Websites**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

NORMAN, Donald. **O Design do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PATATI, Carlos & BRAGA, Flávio. **Almanaque dos quadrinhos**. São Paulo, Ediouro, 2006.

PEDROSA, Israel. **O Universo da Cor**. São Paulo: Senac, 2006.

SHVOONG. **Pimpinela Escalate** Disponível em <<http://pt.shvoong.com/books/youth-novel/1619087-pimpinela-escarlata>> acesso em 15 de julho de 2009.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **O que é contracultura**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

PLAZA, Julio. **Autor-Obra-Recepção**. in: Revista Ars nº 2. Disponível em <<http://www.cap.eca.usp.br/ars2/arteeinteratividade.pdf>> acesso em 4 de novembro de 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

QUELLA-GUYOT, Didier. **A História em Quadrinhos**. São Paulo: Unimarco, 1994.

QUINO. **Toda Mafalda**. São Paulo: Lmfê, 1999.

RAMOS, Paulo. **A leitura dos quadrinhos**. São Paulo: Contexto, 2009.

RECUERO, Raquel. **Práticas de sociabilidade em sites de redes sociais: interações e capital social nos comentários do fotolog.com**. in: ANTOUN, Henrique. Web 2.0: Participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro, Mauad X, 2008.

RIBEIRO, José Carlos S. **Um Breve Olhar sobre a sociabilidade no ciberespaço**. in: LEMOS, André & PALACIOS, Marcos. Janelas do Ciberespaço: Comunicação e Cultura. Porto Alegre: Sulina, 2001.

RIBEIRO, Marcelo. **Quanto vale o primeiro lugar no Google**. Disponível em <<http://www.midiadigital.com.br/blog/sem/quanto-vale-o-primeiro-lugar-no-Google/>> acesso em 13 de maio de 2009.

ROBINSON. Jerry. **The Comics. An Illustrated history of comic strip art**. EUA: Berkley, 1974.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no Ciberespaço**. São Paulo: Paulos, 2004.

SANTOS, Rodrigo O dos. **Batman: O Cavaleiro e as Trevas**. Monografia de conclusão de curso, História - UFPR 1999.

SARACENI, Mario. **The Language of Comics**. Inglaterra, Routledge, 2003.

SCHITTINE, Denise. **Blog: Comunicação e Escrita Íntima na Internet**. São Paulo: Civilização

Brasileira, 2004.

SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI**. São Paulo: Cia das letras, 2001.

SIBILIA, Paula. **Em busca da aura perdida: espetacularizar a intimidade para *ser* alguém**. in: ANTOUN, Henrique. *Web 2.0: Participação e vigilância na era da comunicação distribuída*. Rio de Janeiro, Mauad X, 2008.

SILVA Luciano Henrique da. **Hibridismo Cultural, ciência e tecnologia nas histórias em quadrinhos de Próton e Neuros: 1979-1981/Editora Grafipar**. Dissertação de Mestrado - PPGTE/UTFPR, 2006.

SILVA, Lúcia Oliveira. **A Internet: A geração de um novo espaço antropológico**. in: LEMOS, André & PALACIOS, Marcos. *Janelas do Ciberespaço: Comunicação e Cultura*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

SRBEK, Wellington. **Algumas palavras sobre Angelo Agostini** Disponível em <<http://maisquadrinhos.blogspot.com/2009/01/algumas-palavras-sobre-angelo-agostini.html>> acesso em 15 de junho de 2009.

SRBEK, Wellington. **Um Mundo em Quadrinhos**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2005.

TANCER, Bill. **Click: O que milhões de pessoas estão fazendo**. Rio de Janeiro: Globo, 2009.

TELLES, André. **Orkut.com**. São Paulo: Landscape, 2006.

**Top-Earning Dead Celebrities**. Disponível em <[http://www.forbes.com/2008/10/27/top-dead-celebrity-biz-media-deadcelebs08-cz\\_ph\\_1027celeb\\_slide\\_3.html?thisSpeed=15000](http://www.forbes.com/2008/10/27/top-dead-celebrity-biz-media-deadcelebs08-cz_ph_1027celeb_slide_3.html?thisSpeed=15000)> acesso em 17 de julho de 2009.

TORRES, Diego Junqueira. **Do panoptismo em vigiar e punir de Foucault**. Disponível em <<http://www.eca.usp.br/nucleos/filocom/existocom/artigo5c.html>> acesso em 14 de janeiro de 2010.

TURKLE, Sherry. **A vida no Ecrã: a identidade na era da internet**. Lisboa, Relógio d'Água: 1997.

VIEIRA, Eduardo. **Os bastidores da internet no Brasil**. Barueri: Manole, 2003.

WALKER, Mort. **Recruta Zero**. São Paulo, Opera Gráfica: 2006.

WOLK, Douglas **Reading Comics**. EUA: Da Capo Press, 2007.

ZEFF, Robbin & ARONSON, Brad. **Publicidade na internet**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.