



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

As Histórias em Quadrinhos tornam-se adultas¹

Nadilson Manoel da Silva

UNICAP – Universidade Católica de Pernambuco

Resumo: Esse artigo discute as histórias em quadrinhos brasileiros para adultos tendo como ponto central os trabalhos de Angeli, Glauco e Laerte. O argumento desenvolvido é que a produção desses autores, a partir de meados da década de 80, identificou uma audiência para este tipo de quadrinhos e criou um espaço no mercado que posteriormente foi ocupado pelas grandes editoras. Dessa maneira a editora Circo conseguiu lançar autores no mercado editorial brasileiro que tinham uma forte influência do underground e de movimentos políticos alternativos. Quadrinhos que tinham características estéticas e temáticas similares a publicações ‘alternativas’ eram agora vendidos para uma grande audiência, empregando um esquema de produção e distribuição similar aos utilizados pelas propostas mais comerciais. Foi exatamente a mescla entre tendências alternativas e comerciais que contribuíram decisivamente para o sucesso e consolidação das histórias em quadrinhos brasileiras para adultos.

Palavras-chave: Quadrinhos para adultos – Humor - Mercado

¹ Trabalho apresentado no NP16 – Núcleo de Pesquisa História em Quadrinhos, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.

História em Quadrinhos Brasileira para adultos

Pode ser observado que os anos 80 foi uma década de grande crescimento das Histórias em Quadrinhos para adultos, existiu um verdadeiro *boom* em várias partes do mundo (Sabin, 1993). Desde então, as indústrias de quadrinhos consolidaram o público adulto como um grande mercado tão importante quanto o público infantil. Além disso, alguns quadrinhos mudaram sua direção, passando de um produto direcionado a um público pequeno para uma audiência maior. Conseqüentemente, é importante que se tente compreender esse novo momento das histórias em quadrinhos investigando-se questões-chaves tais como em que medida um processo de adaptação entre os produtos culturais e seu público pode ser observado, tendo em mente que os conteúdos geralmente são baseados em experiências cotidianas ou fantasias do público.

Seguindo essa tendência mundial, os quadrinhos brasileiros para adultos se tornaram muito populares a partir dos anos oitenta, ocupando um grande espaço no mercado. Quadrinhos que costumavam ser ignorados por editores, tornaram-se populares e rentáveis. Esse novo processo pode ser atribuído a duas razões principais: primeiramente pode ser feita uma relação com o fim do período de ditadura militar que já estava no poder por cerca de 20 anos, nesse momento pôde ser observado um indicativo de um processo de democratização que contribuiu para um sentimento geral de liberdade entre os artistas, produtores e consumidores. Essa situação também engendrou uma atitude mais liberal na mídia que, a partir desse período, poderia se utilizar de idéias anteriormente relegadas para os mercados alternativos. Em segundo lugar, houve a chegada de idéias *punk* de países como a Inglaterra, influenciando intensamente a cultura jovem brasileira, claramente expressa através da criação de um grande número de bandas de rock, fanzines e quadrinhos. Nesse ponto, também pode ser observado que a introdução de idéias *punk* teve uma característica diferente quando comparada com idéias *underground* anteriores: enquanto o *underground* ficou restrito ao mercado alternativo e atingiu uma pequena audiência, as idéias ‘punk’ possibilitaram dois níveis de inserção: por um lado elas foram utilizadas pela mídia tradicional que incorporou o estilo para aumentar seu público, sua estética se tornou algo ‘da moda’; enquanto que por outro lado, influenciou a criação de uma cultura jovem urbana muito



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

viva como ainda não tinha sido observada. Além disso, deve ser destacado que também foi introduzida uma certa ideologia de ‘resistência’ ao mesmo tempo em que estava se observando o início de uma cultura jovem fortemente comercial. A partir desse momento, os quadrinhos brasileiros para adultos, entre outros produtos tal como o rock, tiveram que administrar uma certa tensão entre uma ideologia ‘alternativa’ e o mercado tradicional.

Inicialmente pode ser observado que os quadrinhos brasileiros para adultos têm uma história bem recente quando comparados com os americanos. Enquanto os quadrinhos americanos desfrutaram de um grande sucesso desde os anos 30, o quadrinhos brasileiros eram pouco conhecidos até os anos 70; antes desse período o mercado brasileiro era um mosaico de quadrinhos importados, principalmente super heróis e aventuras de *cowboys* americanos. Além de ter o mercado estritamente baseado em produtos importados, eles eram predominantemente dos EUA, havendo uma falta de quadrinhos de outras partes do mundo. Esse fato teve uma influência muito forte no estilo artístico dos quadrinistas brasileiros e na forma como o mercado foi constituído nas décadas posteriores.

Na verdade, pode ser dito que antes do anos 80, os quadrinhos brasileiros para adultos eram compostos de alguns quadrinhos eróticos produzidos e distribuídos independentemente. Carlos Zéfiro criou o quadrinho erótico mais famosos dos anos 60, *Os Catecismos* (1950), mas ele os criou como uma atividade secundária depois de seu dia de trabalho como servidor público; ele era apenas distribuído para poucos leitores e não era permitido que fosse vendido em bancas de revistas. Como não havia uma perspectiva comercial para sua produção e distribuição, esse quadrinhos ficou restrito a algumas áreas das duas maiores cidades Brasileiras, São Paulo e Rio de Janeiro. O quadrinho de Carlos Zéfiro pode ser tomado como um exemplo claro de como o mercado de quadrinhos para adultos brasileiros existia nesse período: não havia uma inserção real no mercado e também não havia uma ideologia que oferece um suporte coletivo para os autores como ocorreu com os quadrinhos *underground*. Considerando-se esse pontos, pode ser dito que apenas depois de 1970 os quadrinhos para adultos começaram a fazer parte de um mercado cultural propriamente dito.

Durante os anos 70, havia várias tendências em termos de propostas políticas e de estilo. Como o Brasil ainda estava sob o domínio militar, era quase inevitável ter a política como um tema principal. Entretanto, essa década representou um novo momento para os quadrinhos brasileiros pelas seguintes razões: a) eles eram vendidos de mão em mão, incorporando um estilo *underground* que tinha sido utilizado nos EUA; b) eles tinham uma tiragem limitada; c) eram produzidos de forma irregular; c) não eram feitos para gerar lucros, geralmente os lucros, quando existiam, eram complementemente utilizados para produzir um outro número da revista; d) estavam envolvidos em uma certa crítica em relação aos quadrinhos tradicionais e por último, eles tendiam a expressar diretamente a atitude dos criadores, chamados ‘quadrinhos de autor’, reforçando propostas de produtos e mercados marginais. Nesse período, publicar um quadrinhos era ao mesmo tempo uma atitude política. A estética desses quadrinhos tinha uma intenção explícita de desafio às propostas mais comerciais; os autores tentavam ressaltar que havia várias formas de se posicionar diante da realidade. Entretanto, deve ser ressaltado que não é muito claro até que ponto todos os artistas tinham uma intenção real de desafiar as estruturas mais comerciais. Essas características podem ser um resultado da falta de dinheiro e de uma estrutura de produção e distribuição mais comerciais.

Como eles geralmente eram contra os padrões mais comerciais, o conteúdo dos quadrinhos expressavam perspectivas e assuntos que não eram abordados pela mídia tradicional. Nesse ponto pode ser dito que os quadrinhos dos anos 70 consolidaram um estilo próprio e um mercado alternativo que ficava claramente diferenciado das propostas comerciais. Além disso, quando essas publicações tinham quadrinhos importados, os autores costumavam misturar com quadrinhos Brasileiros, criando assim um mercado para novos artistas. Moacyr Cirne (1975) apresentou um quadro da produção dos quadrinhos nos anos 70. Ele destacou que havia uma grande diversidade de estilos, indo dos experimentalistas (Lapi e José Ronaldo), os poéticos (Evandro Mesquita) até os quadrinhos nitidamente políticos.

Levando-se em consideração esses pontos, *O Balão* foi a publicação de quadrinhos mais importante desse período e motivou a criação de vários fanzines. Seus autores eram estudantes de arquitetura e comunicação que, inspirados pelos quadrinhos

underground americanos, decidiram criar uma revista em quadrinhos própria. Os quadrinhos americanos eram publicados em uma revista chamada *O Grilo*. Pode ser dito que *O Balão* representou um ponto de mudança para os quadrinhos brasileiros para adultos e serviu como uma espécie de escola para novos autores tais como Luiz Gê e Laerte. Além disso, esse tipo de quadrinhos era chamado de ‘udigrudi’, uma adaptação brasileira para a palavra *underground* americana. A partir desse período, os quadrinhos nacionais estavam iniciando sua inserção em um mercado cultural mais amplo e competiriam diretamente com o material importado.

Em relação à cultura jovem, embora não houvesse um movimento forte como na América do Norte e Europa que foi simbolizado pelos protestos de 1968, principalmente devido a repressão militar, *O Balão* conseguiu disseminar uma ideologia sobre a importância da expressão individual através dos produtos culturais. Seus autores, Marcati e Luiz Gê, tornaram-se famosos nos quadrinhos que apareceram nos anos 80, uma década que representou o resultado do que estava sendo formado lentamente na década anterior.

Ao lado desses quadrinhos, havia *O Pasquim*, que é considerada a publicação brasileira mais importante. *O Pasquim* não era visto propriamente como um jornal de quadrinhos: costumava publicar quadrinhos, artigos sobre política sempre baseados em idéias satíricas e de humor. Até um certo ponto, ele foi utilizado como um veículo de resistência, geralmente identificado com idéias de esquerda. Como não havia espaço no mercado para quadrinhos brasileiros para adultos, veículos como *O Pasquim* se tornaram lugares em que os artistas podiam expressar seus pontos de vista e praticar seus desenhos. Entretanto, a maioria dos quadrinistas desenhavam charges, e algumas vezes tiras, mas não histórias em quadrinhos. Apesar desses problemas, *O Pasquim* é considerado como muito influente no trabalho dos quadrinistas e revistas em quadrinhos que apareceram nos anos 80. Seu acionista mais importante e principal desenhista, Jaguar, é uma das grandes influências no trabalho de uma geração completa de quadrinistas. Por outro lado a falta de um mercado forte para os quadrinhos teve um forte impacto na maneira como os quadrinistas vendiam seus produtos e eram apresentados ao público: como havia pouquíssimas oportunidades para trabalhar como



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

quadrinista e muitas das oportunidades não geravam uma renda satisfatória, eles tinham que trabalhar para revistas e jornais como ilustradores e/ou chargistas.

É apenas a partir da década de 80 que pode ser observado o aparecimento de um mercado de quadrinhos para adultos em larga escala, principalmente para os produtos nacionais. Esse momento também coincidiu com a inserção do mercado jovem brasileiro na rota mundial de eventos direcionados para esse público, o Brasil foi incluído na agenda dos grandes eventos mundiais de shows como o ‘Hollywood Rock’. Ao mesmo tempo estava surgindo o ‘rock nacional’ que criou e disseminou um certo sentimento de orgulho nacional. É exatamente nessa década que a cultura jovem urbana começa a ser vista como um dos mais importantes grupos consumidores, tornam-se um alvo ideal para políticas das indústrias de cultura.

Nesse momento, vários quadrinhos para adultos foram colocados no mercado para atingir esse novo público. Esse novos quadrinhos dos anos 80 eram parcialmente criados pelos autores que fizeram escola na década anterior. Entretanto, nos quadrinhos dos anos 70, os autores eram completamente livres para desenhar o que eles quisessem, sem uma idéia clara sobre as conseqüências de seus trabalhos em termos de resultados no mercado. Nos anos 80 essa idéia é aceita parcialmente: eles ainda tinham em mente a idéia de liberdade para criar qualquer coisa que eles quisessem, mas o mercado de produtos culturais tinha que ser considerado como um fator muito importante e isso parece ter sido seriamente levado em consideração pelos autores e editores.

Além disso um dos jornais Brasileiros mais famosos, Folha de São Paulo, abriu um espaço para publicar tiras de quadrinhos Brasileiros. Em 1981 Angeli começou a publicar a tira intitulada *Chiclete com Banana*, inicialmente um único quadro, que depois se transformou em um espaço para seus quadrinhos. Angeli tinha trabalhado para Folha de São Paulo desde 1973 fazendo charges políticas. Ele continuava a desenhar quadrinhos mas os guardava na gaveta. Em 1984 seus quadrinhos já eram muito famosos em São Paulo e foram conhecidos no Brasil através de programas e entrevistas. Nesse momento, Angeli e Toninho Mendes decidiram publicar um pequeno livro com uma coletânea de tiras de Angeli utilizando o mesmo título das tiras no jornal. A atração principal do livro era a personagem *punk* Bob Cuspe. Eles também fundaram a Circo Editorial, uma editora que apesar das dificuldades financeiras, foi

responsável pelos maiores sucessos editoriais de quadrinhos brasileiros para Adultos de todos os tempos. Esse livro vendeu muito bem e chegou a nona edição. Esse sucesso motivou a publicação de uma revista em quadrinhos chamada da *Chiclete com Banana* no final de 1985.

Arnaldo Angeli Filho (Angeli) iniciou a desenhar quadrinhos nos anos 70 e também fez parte do movimento alternativo no período (Cirne, 1982, p. 100). Essa origem o influenciou em pelo menos dois aspectos: primeiramente na adoção de uma atitude crítica em relação à sociedade tradicional, expressa através de seu humor sarcástico; e em segundo lugar, em sua simpatia por expressões culturais alternativas, principalmente quando relacionadas a movimentos de juventude. Além desses pontos, ele foi diretamente influenciado pelos quadrinhos *underground* americanos, especificamente Robert Crumb, e pelo autor francês Wolinski. Dos americanos ele adotou uma atitude mais agressiva enquanto incorporou a tendência mais filosófica dos franceses. Essas influências vão aparecer na *Chiclete com Banana* através dos assuntos tematizados, no formato e na estética agressiva.

Ele iniciou sua carreira quando tinha 14 anos, em 1970, e foi influenciado por duas revistas em quadrinhos: *O Grilo*, uma revista que publicava autores do *underground* dos USA e da Europa, principalmente quadrinhos de uma revista francesa chamada *Harakiri* (sic) e o *Pasquim*. Esse período teve uma grande influência em seu trabalho, seu estilo pode ser considerado como uma mistura de charges e quadrinhos. Sua fascinação por Robert Crumb era resultado da relação entre os quadrinhos de Crumb e a música rock; esse era um fator de sedução muito importante para um jovem que na época tinha uma mentalidade ‘hippie’ De acordo com ele², os quadrinhos de Crumb expressavam exatamente o que estava acontecendo naquela época, a cultura psicodélica de San Francisco, ele foi o artista ideal para descrever as experiências com o LSD e outras drogas.

Devido a falta de oportunidade para os quadrinistas, Angeli teve que procurar trabalho na mídia impressa como cartunista, mas ao mesmo tempo, dois de seus amigos, Toninho Mendes e Furio Lonza, e ele criaram o que pode ser considerado primeiro jornal alternativo de São Paulo, *Patatá*. Esse jornal era vendido em shows de rock de

² Entrevista com Angeli, 9 de Dezembro 1994.

mão em mão. Nesse ponto, pode ser observado que embora esses quadrinistas fossem envolvidos com a mídia tradicional, eles tinham a intenção de ter seus trabalhos distribuídos para outro tipo de audiência e, ao mesmo tempo, eles puderam exercitar sua liberdade de criação que manteve vivo o ideal de contracultura.

Os quadrinhos para adultos vão ao mercado

De um ponto de vista comercial, *Chiclete com Banana* foi publicada em um período bem favorável, dezembro de 1986, quando há férias escolares e os estudantes possuem mais dinheiro para gastar em atividades de lazer do que em outros períodos. A escolha desse período foi proposital uma vez em que esses estudantes eram um dos alvos desse produto. Por outro lado, publicar uma revista com essas características pode ser considerada uma grande façanha editorial em um mercado dominado pelos *syndicates* americanos que monopolizam o mercado editorial dos países ocidentais (Luyten, 1985, p. 34). Esse aspecto não foi ignorado por Angeli, que se utilizou da posição de inferioridade no mercado para nomear seu produto como uma espécie de resistência cultural.

Quase ao mesmo tempo, uma revista em quadrinhos chamada *Circo* foi lançada em São Paulo. Pode ser dito que a *Circo* foi muito importante para se compreender a história dos quadrinhos brasileiros pelas seguintes razões: ela inaugurou um novo período para os quadrinhos para adultos na medida em que agora ela estava inserida no mercado e competindo com o material importado; ela identificou uma audiência que estava disposta a comprar quadrinhos de alta qualidade e, além disso, direcionou a atenção dos leitores para a qualidade do trabalho de quadrinistas nacionais, muitos deles marginalizados pela mídia tradicional. Deve ser enfatizado que seus colaboradores principais iniciaram seu trabalho na década anterior e eram pessoas conhecidas entre aqueles que gostavam de quadrinhos para adultos, como é o caso de Luiz Gê e Laerte, criadores da revista *O Balão*. Em relação ao formato, *Circo* tinha uma combinação de cores na capa, em papel espesso, e páginas em preto e branco de papel jornal, o que foi um estilo inovador.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A *Chiclete com Banana* e a *Circo* conseguiram criar um novo estilo de quadrinhos Brasileiros e, ao mesmo tempo, identificaram os leitores potenciais para esse tipo de quadrinhos. A utilização de autores da década de setenta criou uma certa ralação entre as duas décadas: enquanto por um lado elas estavam complementemente inseridas no mercado tradicional, utilizando o mesmo processo de distribuição e consumo, havia uma certa ideologia alternativa permeando suas páginas. Entretanto, *Circo* não conseguiu sobreviver por muito tempo, alcançando a edição número 6, durando mais ou menos um ano.

Pode ser dito que a *Chiclete com Banana*, ao lado da *Circo*, é considerada a revista em quadrinhos mais importante desse período. Sua criação foi baseada nas idéias de Angeli e Toninho Mendes, dono da editora Circo. De acordo com Toninho Mendes³, esse era um momento excelente para publicar uma nova revista em quadrinhos por três motivos principais: havia um novo momento na história brasileira com o fim da ditadura militar; o trabalho de alguns autores estava de muito boa qualidade e essa seria a primeira revista em quadrinhos para adultos feita exclusivamente por autores nacionais. Antes desse momento *Mad* era a opção principal.

Chiclete com Banana foi responsável pelo maior sucesso dos quadrinhos brasileiros para adultos de todo os tempos. Seu sucesso motivou, em meados dos anos 80, a publicação de outros autores brasileiros pela mesma editora, tais como Laerte e Glauco que eram, nessa época, colaboradores na *Chiclete com Banana*. Desde o início, essa revista mostrou que havia um mercado de quadrinhos para adultos: por exemplo, a tiragem inicial foi de 50,000 cópias e vendeu 28,000, e seis edições depois atingiu a vendagem de 90,000 cópias. Nesse momento, a única forma utilizada para avaliar o desempenho da revista era através dos numero de revistas vendidas, não havia qualquer pesquisa de audiência para identificar uma possível aceitação desses quadrinhos. Depois de algumas edições, a sessão de carta de leitores ofereceu informações importantes sobre alguns tipos de leitores que consumiam a revista.

Essa revista se diferenciava de outras revistas principalmente por sua característica eclética no conteúdo e no formato, os autores tentavam misturar textos e quadrinhos em sua páginas. No início havia uma grande quantidade de personagens e

³ Entrevista com Toninho Mendes, 7 de Dezembro de 1994.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

estórias que só apareciam uma vez. Além disso, havia várias fotos-novela e contribuições de autores convidados que não eram necessariamente quadrinistas. Em suas páginas temas não muito comuns eram tratados tais como a qualidade das cuecas, a melhor maneira de cometer suicídio, o banheiros mais sujos, etc. Entretanto, essa liberdade não significou uma falta de limitações para o trabalho dos autores e assuntos tratados; o que aconteceu foi que esses limites estavam no lado oposto daqueles colocados nos quadrinhos tradicionais, a partir dessa perspectiva os temas que eram considerados imorais pelos valores dominantes tinham mais chance para serem publicados.

Laerte e Glauco tiveram uma influência muito grande na *Chiclete com Banana*. eles também tinham histórias de vida e inspirações para os quadrinhos bem diferentes. Laerte começou a desenhar quadrinhos quando ele era um adolescente, quadrinhos baseados no que ele assistia naquela época tais como Tarzan e filmes clássicos de aventura. Ele desenhava o que ele gostaria de ler, algumas vezes copiando personagens conhecidos. Seu interesse era basicamente o quadrinhos tradicional. O mundo de quadrinhos nos anos 60 era ainda restrito aos super-heróis, então essa era a opção mais óbvia para ele nesse período. A cultura jovem ainda não era tão rebelde como se tornou no final dos anos 60, quando Angeli e Glauco eram adolescente. Ele também gostava de ler autores com Ziraldo e Maurício de Souza, os dois mais importantes quadrinistas para crianças, esse último sendo considerado o ‘Walt Disney brasileiro’.

No início dos anos 70, Hélio, o irmão de Ziraldo, propôs a Laerte e outros artistas que eles desenhassem quadrinhos e ele tentaria vender para os jornais, na época para o ‘Jornal da Tarde’. Essa idéia não teve muito sucesso mas Laerte utilizou os quadrinhos desenhados nessa época anos depois. Uma das características de seu trabalho é que ele trabalha com vários ‘núcleos criativos’ ao mesmo tempo, possibilitando a criação de várias realidades e personagens; no início ele tinha um núcleo criativo chamado ‘Circo’, mais direcionado para as crianças, por exemplo ele tinha uma personagem que tinha uma cabeça de leão mas vivia como uma pessoa normal e ninguém se importava com isso.

Ainda no início dos anos setenta, ele estava na universidade e, juntamente com alguns amigos, fundou *O Balão*. Eles não tinham preocupação com o mercado, eles



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

queriam criar um uma revista em quadrinhos experimental. *O Balão* os fez ficar conhecidos entre os editores e, depois disso, ele conseguiu um emprego em uma revista de economia como ilustrador que durou ate meados dos anos 80. Durante esse período, ele criou poucos quadrinhos, a maioria deles eram feitos para os sindicatos. Embora Laerte tivesse uma característica muita mais política que Angeli, ele reconhece⁴ que Zap Comix foi uma grande influência em seu trabalho. Suas personagens mais famosas foram criadas para a *Chiclete com Banana*; ele também trouxe para esse novo momento idéias que ele tinha no início de sua carreira, combinando realidade e fantasia; nelas as personagens surreais são combinadas com cenários realistas. Suas personagem mais famosas são chamados *Piratas do Tietê*, são piratas que moram no rio Tietê, um dos rios poluídos do mundo que atravessa a cidade de São Paulo.

Em meados dos anos 80, ele foi convidado por Toninho Mendes e Angeli para trabalhar para eles e depois de alguns anos ele criou sua própria revista. Nesse período ele estava trabalhando com Luís Ge na revista *Circo*. Entretanto, como a *Chiclete com Banana* estava se tornando muito grande, Toninho Mendes lançou sua própria revista chamada *Piratas do Tietê*.

Glauco começou a desenhar quadrinhos quando ela ainda estava na escola, ele desenhava quadrinhos baseados no super-heróis, tendo o *Homen-aranha* como um de seus favoritos. Então, quando *O Pasquim* começou a ser publicado, ele despertou para outro estilo, o estilo humorístico. Nesse período ele utilizava seus desenhos para ilustrar seus trabalhos de escola e foi se tornando conhecido entre os amigos. Anos mais tarde ele levou seu trabalho para Ribeirão Preto onde seus irmãos estavam estudando na Universidade. Glauco costumava desenhar para os estudantes que os colocava nos murais da universidade, quadrinhos sobre o dia-a-dia deles.

O momento decisivo em sua carreira ocorreu quando ele ganhou o primeiro prêmio no Salão de Humor de Piracicaba. Anos depois ele enviou seus trabalhos para a Folha de São Paulo mas ele não foram publicados, até que Angeli os descobriu em uma gaveta. Glauco publicava quadrinhos baseados em experiências comuns do cotidiano, quadrinhos de costume, sem utilizar personagens fixas. Seu estilo era menos comprometido politicamente quando comparado a Laerte e Angeli. Ele era considerado

⁴ Entrevista com Laerte, 1 de Dezembro de 1997.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

uma espécie de Rita Lee dos quadrinhos⁵. Enquanto nessa época muitos artistas estavam envolvidos com Sindicatos, Laerte por exemplo, ou criando cartuns, Glauco não seguiu esse caminho e adotou um estilo mais estritamente humorístico, embora continuando a ser político em uma definição mais ampla. Essa característica o fez ter seu trabalho rejeitado por alguns editores. Ele pensava que a tendência de quadrinhos político estava se diluindo, que esse período estava sendo caracterizado por uma confusão entre as tendências políticas enquanto isso foi mais claro na década anterior. Como Laerte, seu trabalho foi publicado na *Chiclete com Banana* e depois de dois anos, em 1987, ele teve sua própria revista chamada *Geraldão*. Essa revista ficou no mercado até o início dos anos 90, vendendo cerca de 20,000 exemplares por edição.

Suas personagens se tornaram mais aceitos pelo mercado. No passado ele era um pouco mais ‘alternativo’ e de acordo com ele, mas agora suas personagens podem ser utilizadas para vender qualquer produto. Também deve ser notado que a mídia tradicional não era mais tão conservadora, muitas personagens consideradas controversas são utilizadas sem muito constrangimento, tais como Geraldão, Casal Neuras, Zé do Apocalipse todos eles baseados em suas próprias experiências. Em relação à censura, ele teve problemas no início com Geraldão porque ele mostrava o seu pênis, e Glauco então colocava uma tarja preta no pênis. No entanto a tarja também tinha ereção e então o editor finalmente permitiu que ele mostrasse o pênis.

De fato os temas tratados na revista oferecem um rico elemento para se compreendê-las. Os temas são concentrados em torno de sexo, perversões e cotidiano urbano, através do uso de palavrões, gírias e uma ênfase em experiências diárias comuns. Também eram tematizados elementos regressivos, havendo uma tendência constante de se referir a merda, comportamentos perversos, como voyeurismo, temas tabus e outros considerados de mal gosto com vômito, pêido, etc. Comparando-se os três principais autores: enquanto Angeli tem seu trabalho mais vinculado aos autores ‘underground’, Laerte e Glauco adotam uma linha mais ‘leve’, muito mais abertas para fantasias. A mistura dos três quadrinistas criou um estilo singular e de muito sucesso chamado *Chiclete com Banana*.

⁵ Entrevista com Glauco, 3 de Dezembro de 1997.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Na medida em que esses quadrinhos se tornaram famosos, algumas grande editoras tais como a Globo e Abril, começaram a publicar quadrinhos para adultos baseados em material importado. Conseqüentemente, mercado brasileiro foi inundado por super-heróis, agora direcionados para um público mais maduro. Os quadrinhos de *Batman* foram ressuscitados ao mesmo tempo em que o filme foi lançado. Apenas para se ter uma idéia da importância dos quadrinhos brasileiros para adultos nessa época, *Batman* vendeu cerca de 300, 000 cópias tendo o suporte de uma grande campanha de marketing que incluiu todos os grandes veículos da mídia. *Homen-Aranha* também foi ressuscitado.

A presença dessas editoras segmentou o mercado ainda mais e também teve um efeito sensível decréscimo sobre o numero de revistas brasileira vendidas. De fato, no inicio dos ano 80 quando a *Chiclete com Banana* foi lançada, havia poucas opções de quadrinhos para o publico adolescente e adulto, mas anos depois as opções no mercado foram diversificadas. Os 100, 000 leitores da revista, tinha mais de 20 títulos diferentes para escolher. Entretanto, pode ser dito que a Circo Editorial, em um certo ponto, identificou e criou o público para esse tipo de quadrinhos.

Seguindo o sucesso da revista, outros quadrinhos brasileiros para adultos surgiram no mercado. Eles tinham nomes bem fortes, claramente influenciados por uma estética punk como *Udigrudi*, *Porrada!*, *Nocaute*, *Animal*, *R.D.P.*, *Comix*, etc. Esses quadrinhos também tinham os leitores adultos e adolescentes como alvo. A diferença em relação aos mais famosos é que eles também publicavam material importado, a maioria deles provenientes do 'underground' americano. No entanto, eles tendiam a oferecer mais espaço para os quadrinistas nacionais.

Um dos aspectos que pode ser destacado em relação a esses quadrinhos é que eles tentavam estabelecer uma relação mais próxima com os leitores, tentando não seguir o modelo oferecido pelos quadrinhos mais comerciais. Isso foi parcialmente conseguido através do espaço reservado para as cartas dos leitores onde os autores estavam a todo tempo 'conversando' com os leitores e algumas vezes publicavam seus desenhos. Essa sessão, por outro lado poderia representar um indicador dos tipos de leitores que estavam sendo alvo da revista e por outro lado oferecer um tipo de retorno das demandas que os leitores tinham em relação as elas. Pode ser visto que a relação



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

que essas revistas estabeleciam com seus leitores não era exatamente a mesma estabelecida entre as revistas mais comerciais e seu leitores. Havia uma tentativa de recriar um tipo de relacionamento que acontecia entre as revistas alternativas e seu pequeno público. Um indicador disso foi a criação de uma subseção de cartas na revista dedicada às ‘tribos urbanas’ como punk, heavy-metal, Skinheads, etc. Entretanto, esse tipo de relação é muito difícil de ser conseguida e mantida quando se leva em conta a quantidade de revistas vendidas. Mesmo se os autores quisessem responder a todas as cartas, seria praticamente impossível por uma questão de tempo. Como consequência, essa relação tende a ser diluída em uma relação mais abstrata, similar a estabelecida entre os produtos comerciais e seus consumidores.

O que deve ser ressaltado é que o simples fato desse tipo de quadrinhos terem essas características os levou a serem interpretados não como quadrinhos comerciais como os super-heróis ou quadrinhos para crianças, mas em uma tradição similar ao underground e fanzines. Pode ser observado que os produtos culturais com essas características teria facilitado o reforço do perfil dos quadrinhos alternativos, criando-se uma identidade dessas revistas como não-comerciais. Também contribuiu para isso a falta de propaganda em suas páginas.

Embora a maioria dos autores tivesse suas idéias influenciadas pelas décadas anteriores, pode ser dito que havia algumas diferenças importantes entre os quadrinhos dos anos 70 e esses novos. Em relação ao conteúdo, houve uma passagem da política para temas mais relacionados à vida cotidiana. Considerando-se o mercado, enquanto esses novos quadrinhos eram amplamente distribuídos para várias partes do Brasil, os quadrinhos da década anterior foram basicamente distribuídos em São Paulo e Rio de Janeiro.

A discussão sobre a vida cotidiana foi uma das características mais importantes desse quadrinhos. Ao mesmo tempo, esse aspecto estabeleceu a fronteira entre eles e os quadrinhos de décadas passadas. Deve ficar claro que não se está defendendo aqui a idéia de que a questão política não era mais importante nessa fase, ela permaneceu muito importante, mas temas do cotidiano se tornaram a fonte mais importante para a elaboração das fantasias. Essa mudança é parcialmente explicada pelo novo período histórico iniciado nos anos 80 com a ‘abertura’ em que o processo democrático foi



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

lentamente estabelecido. Outro elemento que deve ser destacado é o desenvolvimento da classe-média em direção a uma cultura de consumo.

A esse ponto da discussão, deve ser destacado que esses quadrinhos brasileiros para adultos representaram um processo de amadurecimento dos autores, que costumavam ter seus quadrinhos distribuídos de mão-em-mão ou pêlo, passaram a ser distribuídos em uma escala nacional para milhares de leitores. Além disso, a tensão entre propostas alternativas e comerciais começaram a ser dissolvidas. O que se esta querendo enfatizar é que a idéia de produtos comerciais como algo contraditório para produtos alternativos foi questionada em diversos níveis. Desde então, autores que costumavam se pensar com situando-se 'à margem do mercado', começaram a competir por um espaço no mercado e por uma grande audiência.

O público jovem foi o alvo principal desse processo de mudança. Eles eram o grupo de consumo favorito para as indústrias de cultura e representam um grupo ideal para o capitalismo na medida em que eles são definidos no mercado por sua posição como consumidores, e não como produtores. Entretanto, contradizendo as previsões mais pessimistas das teorias da manipulação, em que os jovens se apresentam completamente envolvidos pelo mercado capitalista, nos anos 80 apareceram muitas tribos urbanas. Mesmo que se possa falar que elas são um resultado da globalização uma vez em que eles consomem produtos globais oferecidos de fora, esse argumento não é suficiente para explicar as relações complexas que essas tribos criam com as culturas globais.

Em relação a esse último ponto, pode ser observado que os membros dessas tribos incorporam uma atitude de oposição aos valores que elas identificam como sendo parte da sociedade dominante. Como consequência, elas tentam utilizar seus comportamentos, seu corpos e os produtos culturais para expressar seus ideais ou falta de ideais. O que parece ser contraditório nesse processo é que, apesar do forte envolvimento entre o público jovem e as indústrias culturais, movimentos de contracultura continuam sendo criados utilizando-se desses recursos. *Chiclete com Banana* foi lançada nesse contexto e tentou discutí-lo utilizando-se de um discurso de humor.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Um outro ponto que diferenciou esses quadrinhos dos da década anterior foi sua inserção no mercado comercial, sujeito a suas restrições e contradições. Autores tiveram que se adaptar a um esquema baseado em uma grande produção e distribuição. Foi um processo de amadurecimento dos autores, editores e dos leitores. A oposição entre o que era comercial e alternativo foi diluída ou, pelo menos, discutida em outras bases. Esse novo momento teve visíveis repercussões no produto, adotando um estilo que tendia a mesclar propostas comerciais e alternativas.

Tentando resumir os pontos discutidos nesse artigo, pode-se argumentar que os quadrinhos Brasileiros para adultos a partir de meados dos anos 80, representaram um novo tipo de produto e identificaram um público para eles. Embora inseridos no mercado comercial eles possuíam, até um certo ponto, uma relação com as propostas de contracultura. Quadrinistas e editores retrabalharam seus quadrinhos para se adaptar a uma nova situação cultural e mercadológica, adotando um estilo mais similar a quadrinhos famosos como *Mad*. De fato, nós podemos argumentar que foi exatamente essa mistura de uma cultura alternativa com elementos comerciais que consolidou o mercado dos quadrinhos brasileiros para adultos.

Bibliografia

Calazans, Mário de A. (org), **As histórias em quadrinhos no Brasil: teoria e Prática**. São Paulo, Parma, 1997.

Cirne, Moacy, **História e crítica dos quadrinhos brasileiros**. Rio de Janeiro, FUNARTE/EUROPA, 1990.

_____, **Uma introdução política aos quadrinhos**. Rio de Janeiro, Achiamé/Angra, 1982.

_____, **Vanguarda: um projeto semiológico**. Petrópolis, Vozes, 1975.

Da Silva, Nadilson M., *Fantasia e cotidiano nas histórias em quadrinhos*. UFPE,



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Programa de pós-graduação em Sociologia (Curso de Mestrado), 1995.

Duncombe, Stephen, **Notes from underground: zines and the politics of alternative culture**. London, Verso, 1997.

Frith, Simon, **Sound Effects: youth, leisure and the politics of rock**. London, Contable, 1987.

Hebdige, Dick, **Subculture: The Meaning of Stile**. London, Routledge, 1987.

_____, **Hiding in the light**. London, Routledge, 1994

Luyten, Sônia M. Bibe, **Mangá: o poder dos quadrinhos Japoneses**. São Paulo, Achime, 1990.

_____, **O que é história em quadrinhos**. São Paulo, Brasiliense, 1997.

Moya, Álvaro de, **História das histórias em quadrinhos**. São Paulo, Brasiliense, 1993.

Museu of Modern Art, New York. Comics. In: *High&Low: Modern art and Popular Culture*. pp. 153-229. 1990.

Sabin, Roger, **Adult Comics: an introduction**. London, Routledge, 1993.

Estren, James, **A History of Underground Comics**. California, Ronin Publishing, 1993.

Witek, Joseph, **Comic Book as History: the narrative of Jack Jackson, Art Spiegelman and Harvey Pekar**. USA, University Press Mississippi, 1994.