

Histórias em Quadrinhos, consumo e mitologias:
do romanesco ao *camp*

Daiany Ferreira Dantas

Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Pernambuco¹

Resumo: O artigo analisa a situação das Histórias em Quadrinhos no campo da cultura de massas. Atentando para suas origens folhetinescas e vocação multimidiática, tenta mapear historicamente a relação personagem-público-consumo, evocando desde a constituição mitológica de seus estereótipos até a relação de proximidade e afetividade que eles são capazes de suscitar. O objetivo é tentar aplicar uma leitura *Camp* ao objeto midiático das HQs, na tentativa de expandir o debate sobre a sua função como produto cultural.

Palavras-chave:

Histórias em Quadrinhos – estereótipos – consumo – kitsch – camp

HQs: que campo é esse?

Qual o local dos quadrinhos na cultura de massas?

Definir as Histórias em Quadrinhos como um gênero é uma tarefa difícil e arriscada. A prática estilística de conjugar desenhos e texto teve origem como um apêndice da literatura de massa, no início do século XIX. Porém, só se consolidaria - ao menos assumiria a forma que conhecemos hoje - com o surgimento do primeiro personagem seriado, o Yellow Kid, de Richard Outcault, publicado no jornal *World*, de Nova York.

Mais tarde, discutiu-se a sua semelhança, reflexos e “miscigenação” – tanto em estilo quanto em conteúdo – com outros campos, com claro destaque para o cinema, mas incluindo ainda a derivação para os desenhos animados, a migração para a TV e o prolífico merchandising decorrente da popularidade de alguns títulos.

Tal a dimensão desse sincretismo que não se sabe onde termina a influência externa absorvida pelas HQs e onde começa a sua inserção nos outros meios. Scott McCloud (1994) acredita que a definição de quadrinhos é um processo contínuo a ser desenvolvido, pois a

¹Mestranda do Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Pernambuco - daiany_d@yahoo.com.

diversidade de gêneros literários, escolas artísticas, materiais, técnicas, estilos, estéticas, filosofias, movimentos e personagens (idem, p.22) que os compõem transcendem a noção, até então difundida, de que se trata meramente de uma seleção de híbridos de imagens e textos, justapostos.

Entretanto, a tentativa de delimitar um esboço de definição implica na de entender o que faz das Histórias em Quadrinhos tão instigante objeto do campo da comunicação. Dentre as tantas qualidades, sua origem no cerne da cultura de massas, a riqueza de suas intersecções, a inclinação para os estereótipos, seu potencial multimidiático e a relação de afetividade estabelecida com o seu público são os temas os temas abordados neste capítulo.

Não se trata de simplesmente justificar uma escolha acadêmica, mas da necessidade de atualizar o debate, partindo de debates clássicos, protagonizados em obras centrais para o campo da comunicação, como Apocalípticos e Integrados, de Umberto Eco, avançando a uma discussão ambientada num contexto contemporâneo, no qual observamos uma indústria dos quadrinhos expandida e múltipla, o que torna ainda mais complexo o mapeamento de sua(s) identidade(s) e desencoraja qualquer ensejo em se realizar estudos panorâmicos de pretensão monolítica.

Por isso, um pequeno passeio pelo passado, evocando as origens das historietas, suas influências e afluências artísticas e ideológicas e as rupturas de seus ciclos históricos – movidas por intervenções que iam desde a censura da América puritana à revolução antiburguesa da contracultura – será trilhado, com a meta de elucidar alguns elos estabelecidos e dissolvidos ao longe desses rumos.

Vale ressaltar que o percurso realizado será o da relação personagens-público-contexto, com ênfase nos momentos de grande efervescência da produção, as seis primeiras décadas do século XX. Não cabe aqui o objetivo de rastrear uma “evolução”, mas sim, pontuar mudanças, que foram, sobretudo, pautadas numa transformação dos gostos.

Trajetória: desventuras de personagens em série

O nascimento das Histórias em Quadrinhos remete a uma incipiente estratégia de imprensa: os livros ilustrados. Histórias nas quais as gravuras sustentavam o sentido e obliteravam o texto, que figurava com o mesmo intuito de suporte que, hoje, possuem as legendas fotográficas. A intenção das historietas era clara: instigar nos de baixo letramento a

afinidade pela leitura, prestando-se a desempenhar o papel de “literatura para os espíritos brutos e sem cultura” (Topffer apud Moya, p. 12, 1986).

Álvaro de Moya, em seu livro *A História das Histórias em Quadrinhos*, atribui a Adolphe Topffer as primeiras incursões naquilo que resultaria, quase um século adiante, neste gênero. De formação artística – seu pai fora pintor – Topffer inicialmente se dedica à literatura, mas, por força de seu ímpeto criativo – a exemplo de contemporâneos como Victor Hugo e Balzac, costumava compor os seus personagens com desenhos, antes de descrevê-los em palavras – deixou os romances em segundo plano, passando a dedicar-se às gravuras e legendas daquilo que chamava de “Literatura Ilustrada” (Moya, p.13, 1986).

Se observarmos a composição descrita por Topffer, compreenderemos que o maior trunfo das histórias reside na forma intencionalmente caricata e elementar de suas personagens. Um olhar sobre a figura evocaria a síntese de descrições que os bicos de pena de Balzac percorreriam algumas páginas para encerrar. As gravuras eram instrumentos lapidares, que, tolhidas em retratos precisos, conferiam outro ritmo e consistência à narrativa.

Topffer e sua pulsão criativa dizem muito sobre as histórias ilustradas no momento em que a imprensa encampava o início da “cultura de massas”. Principalmente por justificar a dedicação a esse estilo à existência de uma demanda popular pela versão ilustrada, numa inferiorização hierárquica dentro da própria literatura. E aqui identificamos dois elementos fundadores das Histórias em Quadrinhos: sua ligação com o público e a narrativa centrada na construção do personagem.

Vamos, em princípio, direcionar nossa atenção a este segundo aspecto: as personagens. As histórias em quadrinhos devem a sua existência à insistência de Outcault, que resolveu repetir um de seus desenhos, um menino pobre da periferia de Nova York, careca e sem dentes, cujo camisolão amarelo servia de porta avisos – sempre jocosos, de fundo político e social – aos leitores. A reincidência do menino sem nome nas páginas tornou-o conhecido como *Yellow Kid* e instituiu a primeira série de tiras.

Daí por diante, uma fórmula estava instaurada, vários tipos de características exageradas e com nomes denotativos passaram a integrar as páginas dos jornais. Ao longo das décadas de 30, 40 e 50, a quantidade de títulos de Histórias em Quadrinhos, sobretudo nos Estados Unidos, crescia em progressão geométrica. Eram animais engraçados, jovens sedutoras, meninos endiabrados, policiais, gângsteres, super humanos, todos dispostos a encarnar alguma singularidade capaz de provocar riso ou emoção.

Como era peculiar à fórmula dos folhetins, de ritmo seriado, era o gosto do público que determinava a longevidade das personagens. Alguns atravessavam décadas, outros eram extintos na primeira semana. Curiosamente, mudanças não eram facilmente toleradas, o que se percebe ao constatar que as histórias divididas em capítulos tinham. Eco atribui a necessidade de se cristalizar à tentativa de fazer com que sua marca prevaleça frente ao obstáculo da efemeridade da cultura de massa, descartável e conteúdo facilmente esquecido e superado.

Atentando para esta particular vocação folhetinesca das HQs, Eco (2001) discorreu sobre o lirismo caricato de suas histórias pautadas pelo mito do herói clássico, com a conquista do amor impossível, da vitória do bravo e a consagração dos bons. Admitindo que vivemos na “civilização do romance”, voltou-se para as historietas no sentido de deflagrar o seu deliberado e explícito uso de uma “tipologia caracterológica bem definida e fundada em estereótipos precisos” (idem, p.148).

A percepção de que a cultura de massas estava fundando uma constelação de “mitos modernos” permeia a obra de outros teóricos (Morin, 1977; Barthes, 1985). Mais do que recriarem a atmosfera das velhas heranças mitológicas, na eterna disputa do bem contra o mal, as Histórias em Quadrinhos recriaram a própria definição do mito, reificando paradigmas cooptados do social, como grande apelo à sua sobrevivência. Como ilustra Morin:

Um gigantesco impulso do imaginário em direção ao real tende a propor mitos de auto-realização, heróis modelos, uma ideologia e receitas práticas para a vida privada. (...) E é porque a cultura de massa se torna o grande fornecedor dos mitos condutores do lazer, da felicidade, do amor, que nós podemos compreender o movimento que a impulsiona, não só do real para o imaginário, mas também do imaginário para o real. (MORIN, 1977, p. 90)

Se partirmos da mitologia barthesiana, entenderemos as representações sociais nas Histórias em Quadrinhos como um desvio do real, por meio de um recorte de uma realidade possível, na qual se abstrai o conteúdo. A intenção da significação está “de algum modo petrificada, purificada, eternizada, tornada ausente pela literalidade” (Barthes, 1985, p.145), ou seja, destituindo os significantes de conotação histórica, “transformando a história em natureza” (idem, p.145).

O estereótipo pode não ser verdadeiro, mas é verossímil. E parte da naturalização das características encontradas no entorno social de seu tempo. O *Gato Félix* (Pat Sullivan, 1923) é tão ladino, *noir* e sinuoso quanto o *Spirit* (Will Eisner, 1940). Jogos de luzes e sombras e a

uma máscara negra – tomada de empréstimo dos *pierrots* - impregna de mistério estes dois anti-heróis.

Blondie (Chic Young, 1930) e Aninha, a orfã (Harold Gray, 1924) reciclam o mito da Cinderela: a jovem virtuosa que ascende socialmente pelas mãos do herói romântico. Ironicamente, no primeiro caso, em que o mocinho regride, ao renunciar à herança da família em nome do amor verdadeiro, e de forma platônica, no segundo, na história da menina órfã que cai nas graças do benfeitor milionário. Ambas surgem num momento de emergência dos valores burgueses, em meio à recessão americana dos anos 30.

No caso dos heróis, que atendiam pelas alcunhas de fantásticos, maravilhosos, supremos, sublimados à última esfera, o sentido mitológico torna-se ainda mais latente. Ideologicamente comprometidos, atados a um conceito abrangente de nação, possuíam um patriotismo obstinado – denunciado pelas cores e símbolos de seu uniforme – apesar dos poderes advindos do contato com forças estranhas ao seu universo, sejam partículas radioativas; extraterrestres ou deuses de uma mitologia ancestral, como a mulher maravilha e sua ascendência Amazona – estavam predestinados a salvar o mundo, mesmo nunca abandonando as fronteiras geográficas dos Estados Unidos.

Em todos os seus subgêneros, de humor, aventura, terror, ficção científica, policial e de herói, universos paralelos agrupavam constelações mitológicas destas distintas tipologias. *Ferdinando* (Al Capp, 1934) era o típico caipira americano, *Charlie Brown* (Charles Schulz, 1950) o típico anti-herói, fazendo rir do fracasso, Super-homem (Jerry Siegel, ano), o típico super-herói, nobre, vitorioso, a personificação do bem em oposição ao mal, a Marocas, de Pafúncio e Marocas (Geo McManus, 1916) era a típica matrona, arrogante gorda e dominadora, Betty Boop (Max Fleischer, 1931) era sedutora e divertida *pin-up*.

Eles deixavam de ser simplesmente puro entretenimento para o deleite do público, para tornarem-se estrelas, donos de fama e evidência. Os títulos passaram ao status de marcas, e a euforia consumista resultava em produtos híbridos. As HQs eram então um viável empreendimento do *Star System*.

Das tiras às telas: multimídia e consumo nas HQs

Não seria exagero dizer que o Star System foi o sistema que regeu a cultura de massas no século XX. Nele, as estrelas não apenas ditaram modas, mas corporificaram e deram um enlevo carnal aos estereótipos. Lipovetsky reconhecia na sedução despertada pelas estrelas, na afirmação de uma beleza plena de artifício e de uma personalidade singular – e tolhida em

prol da singularidade –, a capacidade de despertar paixões e “comportamentos miméticos em massa” (1989, p. 208), daqueles que tentavam reproduzir gestos, cortes de cabelos, posturas e maquiagens que os tipificavam.

Ou seja, em parte, o frisson que o cinema ocasionou na cultura de massas era devido à cristalização dos estereótipos de personagens, um processo semelhante aquele que foi decisivo na consolidação das historietas. Então, se uma tira poderia estender ao longo de décadas um padrão de beleza e comportamento, o cinema descobria as possibilidades físicas desses padrões.

A origem dos quadrinhos, como os conhecemos hoje, desponta paralelamente às do cinema e dos filmes de animação. Os irmãos *Lumière* exibiam sua primeira projeção em dezembro de 1885, Outcault estreava com o *Yellow Kid* em 1896, e há registros do cinema de animação desde 1877 (Moya, 2003, p.168).

Da busca em se estabelecer semelhanças entre HQ e Cinema, decorrem vários estudos (Cirne, 1972; Rey, 1978; Eisner, 2002; Mcloud, 1994; Moya, 2003) que decompunham e relacionavam sistematicamente as duas linguagens, em sua maioria, considerando a semiótica e semiologia. As comparações abordavam aspectos como estética, enquadramento, temáticas, em análises estruturalistas, que resultaram na identificação de características similares entre os planos e a técnica de luz de *The Spirit*, de Will Eisner, e *Cidadão Kane*, de Orson Welles, ou entre a descontinuidade espacial e temporal do fumetti² *Valentina* e o ritmo dos filmes de Michelangelo Antonionni (Cirne, 1972).

Dentre semelhanças e coincidências, o que se pode afirmar é que há cruzamentos que resultam da intersecção das duas. A estética dos quadrinhos de herói, sobretudo na era de ouro³, era moldada pelos modelos clássicos do cinema hollywoodiano. Super homem, aquaman e arqueiro verde tinham a compleição de galãs do porte de Cary Grant, Errol Flynn e Gregory Peck.. O cartunista Will Eisner admite ter utilizado os olhos e as sobrancelhas arqueadas de Bette Davis e o perfil de Katherine Hepburn como inspiração na composição de suas personagens femininas. O cânone estético era o mesmo.

² Denominação italiana para as Histórias em quadrinhos.

³ Era de ouro, compreendia o apogeu dos quadrinhos de herói no anos de 30 a 50, anos que precederam a perseguição moralista, iniciada com a publicação do Livro *A Sedução dos Inocentes*, do psiquiatra Fredric Wertham, que acusava os quadrinhos de estimularem a pederastia, o onanismo e a delinquência juvenil.



Esta vocação multimídia das HQs se fez notar desde os seus primeiros anos. Híbridos já em sua origem literária, com Topffer, foram, aos poucos, se mostrando um excelente filão mercadológico pelas possibilidades de que dispunha de engendrar múltiplos produtos.

Eles também se deixaram invadir pelos desenhos animados, como o Gato Félix, Betty Boop e Popeye. Este primeiro, inspirado num livro de Rudyard Kipling. Não demorou em que começassem a surgir séries televisivas e os filmes B inspirados nos argumentos das HQs.

Os quadrinhos de herói foram buscar argumento para os seus roteiros insólitos na literatura *pulp*, revistas feitas de polpa de papel, nos anos trinta, muitos autores deste eram também escritores de quadrinhos e levaram às tiras personagens como O Sombra, Aranha e Doc Savage (Moya, 2003, p. 149) .

Príncipe Valente (Hal Foster, 1937), foi o primeiro quadrinho a tornar-se super produção hollywoodiana. Aninha, a Órfã virou musical da *Broadway*, sendo mais tarde transformado em filme, dirigido por John Huston. Popeye (E. C. Segar, 1929) foi simultaneamente quadrinhos e desenho animado, nos anos 80, virou filme, com Robin Williams no papel título.

A sexy Sheena (Will Eisner, 1937) principiou nas historietas, anos após o encerramento de sua publicação, foi às telas, com a ex-pantera e *Bond Girl* Tanya Roberts no papel título, o que acabou trazendo de volta a personagem que a originou às tiras (Moya, 1986).

Isso sem falar na saga dos filmes inspirados nas HQs de super-heróis. Desde que Super-homem arrecadou 40 milhões de dólares, as histórias tornaram-se objetos do desejo de

produtores e diretores dispostos a investir quantias milionárias na execução de projetos, que renderam bons dividendos, em casos com o de Batman, X-Men, Demolidor e Mulher Gato.

Histórias em Quadrinhos que se alimentam de *pulp fiction*, passam a desenhos animados e séries de TV, que, por sua vez, geram filmes, que emplacam trilhas sonoras e viram musicais na *broadway*. Personagens transformando-se em robôs, bonecos, cadernos, álbuns de figurinhas, jogos de vídeo game, RPG, linhas de produtos escolares, de higiene, beleza, em brindes nas redes de *fast food*. As possibilidades parecem ser infinitas.

Pode se dizer que as HQs foram um produto cultural precursor no despontar dessa vocação multimídia dos produtos culturais, algo que se intensificaria em proporções bem maiores, desde a segunda metade do século XX até o momento contemporâneo.

A eclosão de uma “cultura video-clip” (Lipovetsky, 1989, p. 212), caracterizada pela produção acelerada e pouco seletiva de produtos culturais, voltadas para a estimulação de cadeias. Assim, uma vez que um objeto despertasse a paixão no público, seria enveredado, pelas grandes corporações detentoras dos direitos autorais, pela trilha das múltiplas mídias, na qual um veículo auxiliaria no sucesso do outro. A multiplicação das mídias e dos lucros. Como explica Lipovetsky:

As novas estratégias chamadas multimídia permitem não só distribuir por diferentes filiais os riscos muito elevados inerentes ao mercado cultural, mas igualmente promover produtos com vocação multimídia. Assim, os conglomerados multimídia organizam-se de tal maneira que o crescimento de uma atividade beneficia às outras – um filme de sucesso conduz a um programa de televisão; de um livro tira-se um filme ou uma série; as histórias em quadrinhos dão origem à filmes. (...) Cada produto amplia o fenômeno de notoriedade, cada um revigora os outros. (...) tudo é recuperado de maneira sinérgica. (208-209, Lipovetsky)

Os mitos eram então pulverizados, evocados numa intensa roleta russa de consumismo e adoração, de posse e devoção das estrelas por meio do consumo. Se para Morin (1977) e Benjamin (1926), a cultura de massas no início do Século XX exercia forte apelo junto ao público feminino, ofertando uma proposta de intimidade e diálogo com os ídolos nas revistas de fotonovelas e bastidores das produções culturais, Lipovetsky aponta uma mudança na relação entre o fã e o objeto de culto, tanto no que diz respeito ao gênero e à faixa etária, quanto no que toca ao teor desta intimidade, baseada numa extinção da distância entre os dois.

Trazer as celebridades para casa, forjando uma proximidade com os grandes, significaria democratizar o social, nivelando às estrelas ao patamar do fã, extinguindo as hierarquias. Esta atitude é justamente o que configura o Kitsch na cultura de massas, o desejo de ascensão através da aquisição de objetos que representam o afã almejado.

Comprar a camiseta com o ícone de um morcego ou um “S” estilizado não confere a ninguém o cinto de utilidades do *Batman* ou a força do *Super-Homem*, mas derruba as fronteiras que resguardariam o êxito olimpiano destes de um fã que estaria se promovendo “em direção à camada social imediatamente superior” (Mohles, 1994, p. 81).

E um consumidor de Histórias em Quadrinhos não necessariamente precisa vestir a camisa de um ou adotar o corte de cabelo de outra, o ato mesmo de “aderir” à leitura de uma série de histórias, que se propagam e proliferam inclusive em outros canais, constitui um gesto de paixão, que no âmbito da cultura de massas, implica na devoção do consumo.

Assumida desde os primórdios como arte menor, atrelada à subliteratura, aos filmes B e toda sorte de conteúdo de segunda categoria, no culto das HQs, manifesta-se esse ardor pelas coisas pequenas, pelas cópias, pelo acessível *kitsch*.

O *Kitsch* está associado a dois eixos na relação das HQs com o seu público. Num deles, está o fulgor mitológico das estrelas a instigar o impulso do fã. No outro, o apelo transgressor de uma “sub-arte”, cuja nobreza consiste no rótulo que insiste em classificá-la como inferior.

Rótulo *Kitsch*, essência *Camp*

Se o *Kitsch* está atrelado ao desejo da burguesia pela cópia como forma de ascensão romanesca, “constituído a partir de um perfume de romantismo diluído num estilo de vida” (Mohles, p. 89), pode-se argumentar que há elementos na relação público-HQ que transcendem este processo.

Como pudemos observar em sua trajetória, aos quadrinhos nunca foram reservadas pretensões de ocupar um eixo cultural mais elevado. Do que seus produtores e aficionados souberam tirar proveito, valendo-se, em todos os aspectos, de seu quilate pouco ostentoso no campo cultural.

A sobrevivência incerta dos títulos, a vulnerabilidade efêmera dos jornais e revistas que os faziam circular e a dificuldade em reter o gênero numa definição passível de classificação sucinta abriram portas e janelas para um campo fértil de criação, na qual

escritores e desenhistas se expunham ao risco, sem limar os excessos, ao contrário, deixando-os ditar as regras.

Ao usufruir a benesse do não compromisso com uma cultura elitista que os preteria, os quadrinhos ganharam olhares atentos de uma leva de pensadores do período que sucedeu os anos 60, fartos que já estavam de uma deteriorada alta cultura, inflexível e insuficiente para dar conta da efervescência de uma cultura de massas, que os fascinava com:

“Toda essa paisagem de comerciais e motéis, de pistas de Las Vegas, sessões de fim de noite na TV e filmes hollywoodianos de segunda, da chamada subliteratura, com suas categorias de horror e aventura em brochuras de aeroporto, da biografia popular, dos mistérios policiais e dos romances fantasiosos ou de ficção científica. (...) Incorporam-nos [esses textos], a ponto de a linha divisória entre a arte superior e as formas comerciais parecer cada vez mais difícil de traçar” (Jameson, 1993, p.26)

Foi nesse contexto de transição que Susan Sontag, em 1964, reuniu notas para assinalar essa atitude que então se manifestava na arte erudita, que invertia polaridades e estabelecia parâmetros com a cultura de massas, no apego a objetos que demonstrassem um apelo pelo “inatural, pelo artifício, pelo exagero”(Sontag, 1987, 318).

Essa aproximação entre as duas alas levou a uma releitura da cultura de massas, imbuída numa disposição jovial, que buscasse discutir e distinguir acerca das diferenças entre o kitsch puro e a obra ruim e uma arte que pudesse revelar uma qualidade para o Camp, cuja estética estaria marcada pela estilização afetada, pelo pertencimento ao marginal e um nítida seriedade nas intenções.

No Camp se descobriria o “bom gosto do mau gosto” e o “sucesso em certos intensos fracassos” (idem, 336), tendo como salvaguarda a apreciação hedonista do público e o benefício do tempo, que poderia elevar ao *Camp* por meio da nostalgia.

Os quadrinhos podem ser identificados como objeto *Camp* pela visão cômica que eles apresentam do mundo, numa estilização decorrente de uma estética que favorece o tosco, o mórbido, o grotesco e o estereótipo, em proporções que chegam ao limite do exagero.

Claro, é arriscado estender o conceito de *Camp* a um campo que comporta tantas características e gêneros diferentes. Entretanto, no que diz respeito à produção ocidental, sobretudo desde o século XX, não há dificuldade em pinçar dezenas de exemplos.

Um deles, Flash Gordon (Alex Raymond, ano), é citado por Sontag (ibidem p. 321). Nesta HQ, já apelidada de Space Opera (Moya, 1986), o artifício impera de maneira efusiva,

seja nas naves espaciais majestosas, nas cores berrantes, na camiseta colada do herói ou nos trajes de odalisca de sua noiva.

Mas, que dizer então da origem grega da Mulher-Maravilha, de seu avião invisível e do colant colorido, salpicado de estrelas? Que dizer de todos os Super-heróis, suas origens fabulosas, uniformes insólitos e identidades secretas?

E como não identificar preciosismo na arquitetura novaiorquina e nos diálogos shaskepereanos de Will Eisner? Nas reproduções das muralhas da China, nas viagens de *TinTin*? Nos enquadramentos cinematográficos de *Valentina*? E mesmo no apetite sexual de *Barbarella* e seus trezentos robôs? Ou não perceber a seriedade existencialista de Charlie Brown e a acidez ingênua de *Mafalda*?

Os quadrinhos reúnem em seus distintos personagens, em níveis diferenciados, todas as características apontadas por Sontag em suas “Notas sobre o Camp”. Numa delas, talvez a mais importante nesse caso, diz que o Camp é a capacidade de definir o mundo entre aspas. Nos quadrinhos, o homem não pode ser senão “o homem”; a mulher, “a mulher” (ibidem, p. 323), involucrados no estereótipo que representam.

“Camp é a glorificação do “personagem”. (...) O personagem é entendido como um estado de contínua incadescência – uma pessoa como uma coisa única, muito intensa. Esta atitude para com o personagem é um elemento fundamental da teatralização da experiência incorporada na sensibilidade Camp”(ibidem, ano, p.330).

E o “gosto camp” embora possa soar descompromissado e indulgente, está apenas pleiteando a democratização do refinamento, o reconhecimento de que o “duvidoso” pode, enfim, ser aprazível, ainda que machuque os nossos olhos à primeira vista.

Sontag o diferencia do *Kitsch* por afirmar que o *Camp* não é determinado apenas por um gosto pelo objeto, mas este pode sim, ser dotado por si da qualidade *Camp*. O “amor” que ela acredita que possa se enxergar ou residir em alguns objetos culturais difere da “paixão” descrita por Lipovetsky (1989) e da “devoção”, de Morin (1977). Pois se trata aqui de um amor transgressor, capaz de sublimar exatamente o oposto do sublime. Que não reside apenas numa atitude movida pelo consumismo democratizador, mas está também atrelado ao que se encerra na própria coisa.

Referências Bibliográficas

- Barthes, Roland. **Mitologias** São Paulo: Difel, 1985.
- Cirne, Moacy. **Para Ler os Quadrinhos**. Rio de Janeiro: Vozes, 1972.
- Eco, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva. 2001.
- Eisner, Will. **El cómic y el arte secuencial**. Barcelona: Norma Editorial. 2002.
- Jameson, Fredric. **O pós-modernismo e a sociedade de consumo**. In: Kaplan, E. Ann (org.). O mal-estar no pós-modernismo. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.
- Lipovetsky, Gilles. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- Mcloud, Scott. **Understanding Comics**. Nova York: Kitchen Sink. 1993.
- Moles, Abraham. **O Kitsch**. São Paulo: Perspectiva, 1994. 4 ed.
- Moya, Álvaro. **História da História em Quadrinhos** São Paulo: L&PM. 1986.
- Moya, Álvaro. **Vapt Vupt**. São Paulo: Clementi & Gramani. 2003.
- Rey, Alain. **Les spectres de la bande**. Paris: Les Éditions de Minuit. 1978.
- Sontag, Susan. **Notas sobre o Camp**. Contra a Interpretação. Porto Alegre: L&PM, 1987, 318-337.