



## *Homem-Aranha: o Papel do Super-herói no Processo de Identificação*<sup>1</sup>

Gabriela Ribeiro CESAR<sup>2</sup>  
Ana Beatriz Gonçalves FREIRE<sup>3</sup>  
Cássio Yuji YAMAMURA<sup>4</sup>  
Cláudia BREDARIOLI<sup>5</sup>  
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### **RESUMO**

O objeto de pesquisa deste artigo é o processo de identificação entre os leitores da HQ Homem-Aranha e seu super-herói. O método utilizado foi o levantamento de bibliografia sobre o assunto e aplicação de questionário online verificando os fatores em comum entre Peter Parker/Homem-Aranha e seus fãs. Dentre os principais resultados obtidos, está a identidade fragmentada do herói, associada à do sujeito pós-moderno como um fator de identificação entre os dois. Além disso, o caráter da personagem e a maneira como enfrenta seu cotidiano atribulado cria uma relação afetiva com seus fãs.

**PALAVRAS-CHAVE:** identidade; pós-modernidade; histórias em quadrinhos, Homem-Aranha, questionário online.

### **1. APRESENTAÇÃO**

Com a publicação deste artigo, pretendemos compartilhar com a comunidade acadêmica e com nossos pares os resultados da pesquisa “O processo de identificação por meio das histórias em quadrinhos: Homem-Aranha no século XXI”, realizada por meio de levantamento de quadro teórico de referências, e, em fase secundária, pesquisa de campo (aplicação de questionários e entrevistas). O objetivo estabelecido pela pesquisa era verificar se haveria ou não identificação entre os leitores da História em Quadrinhos (HQ) “Homem-Aranha” e o protagonista de suas histórias.

Partimos da hipótese de que os leitores de quadrinhos sentem a necessidade de se identificar com um super-herói tanto maravilhoso e fantástico quanto comum e sujeito aos mesmos problemas cotidianos que eles mesmos passam. Howe (1988) relata que o consumo de leitura de massa, especialmente de HQs, está vinculado a um alívio dos indivíduos que vivem numa era pós-industrial às atribuições do seu dia-a-dia.

<sup>1</sup> Artigo apresentado na divisão “Intercom Júnior” do XV Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Editoração da ECA-USP, email: gabircesar@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Editoração da ECA-USP, email: anabeatrizgf@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Editoração da ECA-USP, email: cassio.edit@gmail.com.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Doutoranda de Ciências da Comunicação pela ECA-USP, email: cbredarioli@yahoo.com.br.



As características que foram investigadas quanto à possibilidade de auxiliar no processo de identificação com o Homem-Aranha/Peter Parker são: caráter de uma pessoa comum – com suas devidas crises de consciência e identidade (DORFMAN; JOFRÉ, 1978), integridade limitada, personagem humanizada (submetido a uma rotina), adolescente, vítima de *bullying* e sujeito nem sempre vitorioso em todas suas tarefas.

A escolha do Homem-Aranha se deu por ser ele o maior sucesso da Marvel (CAVALCANTI, 1990) e integrante da chamada *era de prata* dos quadrinhos (KLOCK, 2002), em que a identidade dos super-heróis passou por uma mudança de paradigmas. A figura do super-herói parece ter caráter importante na construção da identidade de uma sociedade (FEIJÓ, 1984), o que representa uma situação por vezes delicada e certamente digna de atenção, pois o período em que o indivíduo mais tem contato com as histórias em quadrinhos é a infância.

É preciso estabelecer uma maneira de analisar as mídias de massa como formadoras de identidade (HOWE, 1988), já que o contato com as Histórias em Quadrinhos pode representar um dos seus primeiros contatos com a cultura. Também é importante tentar esclarecer quais são os processos da construção de identidades que, na pós modernidade se caracterizam por uma provisória, problemática e variável projeção em nossas identidades culturais (HALL, 1999). Ou seja: a própria possibilidade da mensuração e apuração do processo de identificação pelo levantamento bibliográfico e pesquisa empírica nos parece um ponto interessante dentro da perspectiva acadêmica. Segundo Cirne (1971, *apud* MAGNO; FERRARAZ, 2008), o Homem-Aranha "psicologicamente possui os mesmos problemas de seus leitores".

Localizamos nossa amostragem dentro do ciberespaço pois, ao introduzir o questionário dentro de uma rede social, esperamos não apenas que o público-alvo seja alfabetizado o suficiente para manejar um questionário auto-aplicável (GUNTHER, 2003), mas que também possua acesso à internet. Além disso, para receber o link para o questionário, os entrevistados deveriam fazer parte da rede social Orkut e estarem inscritos em uma das comunidades para as quais o atalho para a pesquisa foi enviado ("Universo Marvel", "Homem-Aranha", "Fórum Panini Comics" ou "Spider-Man Brasil") ou estar inscrito na lista eletrônica de discussão "AGAQUE-L", do Observatório de Histórias em Quadrinhos (antigo NPHQ). Gunther (2003) defende o uso da internet e de e-mail para a aplicação de questionários pela sua rapidez, redução de custos e alta padronização na transcrição das respostas. Como ponto negativo, o



autor destaca que, devido às características do acesso à internet, a população-alvo da pesquisa torna-se bem mais restrita. Contudo, no nosso caso, como analisaremos ao abordar a questão da identidade no século XXI, achamos mais do que justificável tal aplicação em um contexto de *sociedade de rede* (CASTELLS, 2008)

Não há, nas comunidades em que pesquisamos, descrição demográfica dos membros que as frequentam. Contudo, o site de relacionamentos Orkut assim define o público total que o integra (DADOS DEMOGRÁFICOS, 2009): 49,78% do total de usuários declara-se brasileiro. A faixa etária declarada do total de usuários divide-se entre 54,52% entre 18 e 25 anos; 13,62% com idade entre 26 e 30 anos; e 6,04% com idade entre 31 e 35 anos.

O Observatório em Histórias em Quadrinhos é um núcleo de pesquisa interdisciplinar em quadrinhos dentro da Universidade de São Paulo (USP) criado com o objetivo de troca de conhecimentos acerca do assunto, reuniões, disponibilização de um acervo bibliográfico e de vídeos sobre histórias em quadrinhos (além de muitos volumes de histórias em quadrinhos em si) e uma lista de discussão<sup>6</sup>. Considerando os leitores da lista de discussão como interessados em quadrinhos em geral e possíveis fãs do Homem-Aranha. Assim, enviamos e-mail para <agaque-l@listas.usp.br> com o Assunto <Pesquisa sobre o Homem-Aranha> do endereço eletrônico <gabircesar@gmail.com> com a explicação sobre os objetivos da pesquisa e o link para o acesso ao questionário online.

Quanto ao instrumento de coleta de dados, utilizamos perguntas abertas e fechadas. As perguntas abertas caracterizaram-se principalmente pela necessidade de termos um espaço para a emissão de opinião acerca da imagem que os próprios entrevistados têm do Homem-Aranha e para questioná-los diretamente sobre suas características físicas, faixa etária, características de sua personalidade etc. Dentre as perguntas fechadas, inserimos um breve levantamento sobre hábitos de consumo de HQs, fatores decisivos para a compra do álbum do Homem-Aranha nas bancas e ida ao cinema para ver o filme “Homem-Aranha” e as suas sequências. Além disso, encontram-se, nas perguntas fechadas, uma série de questões que permitiam a seleção de mais de um item e cuja finalidade era aferir quais aspectos da vida do Homem-Aranha e do Peter Parker os entrevistados tinham em comum.

---

<sup>6</sup> A inscrição na lista de e-mails do grupo do Observatório é livre, e pode ser realizada seguindo as instruções da página <[http://www.eca.usp.br/gibiusp/noticias\\_Listadediscussao.asp](http://www.eca.usp.br/gibiusp/noticias_Listadediscussao.asp)>. Os inscritos trocam e-mails relacionados a notícias sobre quadrinhos, lançamento de livros e HQs, defesas de teses etc.



Após a aplicação do questionário, realizamos entrevistas adicionando o endereço de correspondência com conta inscrita no serviço da Microsoft de troca de mensagens (MSN) em uma conta própria para fins da pesquisa (o endereço criado foi <pesquisa\_spidey@hotmail.com>). A realização das entrevistas foi fundamental para o trabalho para aprofundar e discutir melhor as questões levantadas no questionário. Em vez de roteirizar as entrevistas pelas mesmas questões da *survey*, preferiu-se escolher um tópico guia a fim de desenvolver uma conversação natural com os indivíduos selecionados (GASKELL, 2008). Como fator de inclusão para a entrevista, adicionamos o endereço eletrônico disponibilizado por indivíduos que responderam afirmativamente sobre a possibilidade de participarem da entrevista (n=28). Em 18 de Junho de 2009, então, os primeiros seis contatos a mudarem seu *status* para *online* foram inquiridos se tinham disponibilidade para conversar com o grupo sobre algumas questões, respondendo positivamente. Ressalta-se que o grupo procurou, antes de cada entrevista, retomar no questionário alguns dados como idade, gênero e quais as questões interessantes que haviam sido abordadas por cada indivíduo para manter uma conversa mais fluida e denotar o respeito na individualidade de cada entrevista.

## **2. EXPLICAÇÃO TEÓRICO-CONCEITUAL**

O levantamento de bibliografia segue o seguinte roteiro: primeiramente, resolvemos explorar quais processos ocorrem durante a formação da identidade, especialmente durante a pós-modernidade. Assim, teríamos evidências dos momentos em que o leitor do Homem-Aranha sentiu-se pertencente àquele universo do seu super-herói. O indício de que crianças e adolescentes são os maiores consumidores de HQs (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2008) nos levou a ponderar sobre a relação entre identidade e leitura durante essas fases da vida. Além disso, por ser o Homem-Aranha mais que um personagem comum, e sim um super-herói, resolvemos pontuar o quão importante são os heróis e os mitos na vida de um indivíduo e no processo de identificação. Por fim, detalhamos qual é a identidade do Homem-Aranha, e qual o seu mito fundador. Ao final do artigo, discutimos a bibliografia levantada e a sua aplicação ao objeto de nossa pesquisa e apresentamos os dados levantados nos questionários.

### **2.1. A Formação da Identidade**

Hall (1999), sobre o surgimento da figura do *indivíduo*, classifica o "sujeito do Iluminismo" como um ser totalmente centrado e que permanecia o mesmo ao longo de sua existência. Esta concepção *individualista* de sujeito modifica-se com o advento da



modernidade, que institui a noção de sujeito sociológico. Para o autor, a mudança crucial que ocorre então é que a cultura e a relação do sujeito com o mundo e com as outras pessoas por ele consideradas "importantes" passam a conceber a identidade, de maneira *interativa* (Hall, 1999). O núcleo interno do sujeito passa a estabelecer um constante diálogo com os "mundos culturais 'exteriores' e as identidades que esses mundos oferecem" (idem, p. 11). A identidade moderna não é mais que um jogo de correlações entre o "eu" e o "mundo", sendo responsável por estabilizar "tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis" (idem, p. 12).

Também se destaca, dentre a história da produção cultural humana, o surgimento do romance como fator crucial para a retratação do particular da classe média. Esta mudança foi fundamental para que a identidade na modernidade fosse configurada como uma auto-narração construída sobre duas bases: os acontecimentos externos e internos. Essa narração da vida construída sobre uma dualidade contrária aos arquétipos, modelos e prefigurações caracteriza o modelo de identidade moderno, inaugurando o conceito de *particular self* pela primeira vez na história humana (TAYLOR, 1992).

Castells (2008) afirma que a identidade na sociedade pós-moderna depende de um processo de significação. É fundamental que o ator social que a assume de fato a internalize. Segundo o autor, existem três tipos de identidade que se distinguem quanto a sua forma e origem: a legitimadora, a de resistência e a de projeto. Ronsini (2007) vê surgir, mesmo em manifestações culturais nascidas no exterior e depois importadas pela juventude brasileira, um fator de surgimento de uma identidade de resistência.

A identidade pode ser definida, também, como uma relação dinâmica e de dupla-troca entre sociedade e ator social e entre o ator social e sua auto-percepção (a identidade que se quer ter *versus* a que se tem) (GIDDENS apud CASTELLS, 2008). Contrariando esta disposição da formação de uma auto-identidade, Castells argumenta que na época da sociedade de rede planejar a vida de forma reflexiva é impossível. Isto gera uma implosão na sociedade civil, que não mais enxerga as redes verticais de poder como uma força lógica e passa a buscar, em comunidades, a significação de suas identidades. Durante este processo de desconstrução da sociedade civil, surgem os sujeitos como um prolongamento da resistência comunal.

O sujeito pós-moderno se insere em uma sociedade que muda sempre, rapidamente e de forma duradoura (HALL, 1999). Sua identidade se desloca por



influências “internas” (“dentro” da cabeça de cada indivíduo) e “externas”. Para o autor, o sujeito pós-moderno, devido à multiplicação dos sistemas de significação e representação cultural existentes, não poderia ser nada senão um jogo de identidades. Os sistemas de comunicação globalmente interligados e, conseqüentemente, a difusão do consumismo, contribuem para o efeito de “supermercado cultural”. E, ainda, é dessa difusão de cultura que se estabelece o sentimento de “pertencimento” que forma a identidade cultural de um sujeito.

## **2.2. A identidade e a leitura na infância e adolescência**

Os produtos de mídia têm, por excelência, grande aceitação entre o público infantil e adolescente, com algumas variações de acordo com renda familiar, localização em zona rural ou urbana etc. Contudo, é grande o impacto de personagens criados especificamente para eles, seja nos próprios quadrinhos ou programas de TV ou no chamado *merchand* (SAMPAIO, 2001), introduzindo estes indivíduos à “esfera do mundo do consumo” (p. 208). A atmosfera ao seu redor, preenchida por camisetas, bonés e material esolar estampados com seus personagens favoritos, estabelece um relacionamento entre a criança e o adolescente e os seus ídolos.

As vendas de quadrinhos no Brasil chegam a representar um volume de 38,4 milhões de exemplares, uma fatia de 22% de volume de todo o material lido no país. Segundo pesquisa do Instituto Pró-Livro, as HQs são o gênero mais lido entre leitores de 5 a 13 anos, equiparando-se à frequência de leitura dos livros didáticos (INSTITUTO PRÓ-LIVRO, 2008). Se considerarmos a obrigação das crianças e adolescentes em relação à leitura dos livros didáticos e considerarmos que esta não é uma leitura espontânea, podemos intitular as HQs como gênero de leitura favorito desta faixa etária.

A preferência dos adolescentes pelos quadrinhos é objeto de observação por pesquisadores como Coupère (1970), Cirne (1970) e Moya (1970) ao comprovarem a elevada tiragem dessas revistas ao redor do mundo (ANSELMO, 1975). O motivo, para Anselmo, é que as HQs preenchem o espaço do ambiente social do adolescente entre 11 e 13 anos, idade em que estes jovens são tímidos e possuem poucos companheiros. Os quadrinhos, para a autora, são a resposta adequada ao seu desejo natural de isolamento nesta fase. Isto os faz consumidores mais frequentes do que a faixa dos 14 aos 16 anos.

As características de alguns personagens em HQs possibilitam ao leitor uma identificação catártica (ALVES, 2001), tendo grande influência na infância e na



adolescência, já que transmitem aos seus leitores estereótipos e ampliam os seus conhecimentos sobre o mundo social.

### **2.3. O surgimento dos super-heróis nos quadrinhos**

Em 1938, surge o Super-Homem, um dos principais representantes do gênero dos super-heróis nos quadrinhos (IANNONE; IANNONE, 1994). Houve dois períodos distintos no surgimento dos super-heróis: a chamada *era de ouro*, durante os anos 1930, caracterizada pelo surgimento dos heróis geralmente associados à DC Comics, como o Super-Homem, Mulher Maravilha, Batman etc.; e a *era de prata*, durante os anos 1960, associada comumente ao lançamento de heróis do grupo Marvel, como O Incrível Hulk, X-Men, Homem-Aranha, Homem de Ferro etc. (KLOCK, 2002).

Dorfman e Jofré (1978) veem o personagem de história em quadrinhos e, mais particularmente, o que tem uma identidade secreta escondida por uma máscara, como um fator importante de mensuração do perfil de *homem comum* de uma sociedade. Para os autores, estas personagens mascaradas representam as leis humanas e características que sumarizam toda a humanidade, ao mesmo tempo que são imediatos e individualizantes. Este super-herói foi criado com o intuito de atender às “necessidades do leitor no mundo capitalista” (p. 63), o que poderia explicar o quase sempre crescente fluxo de entrada e aparecimento de novos super-heróis no mercado de quadrinhos.

Dorfman e Mattelard (1980), ao analisarem o papel das HQs e animações produzidas pelos estúdios Disney, concluem que o Pato Donald, onipresente no cotidiano das crianças dos anos 1980, tornou-se uma “representação coletiva” instaurada na época (p. 16). A personagem, parte do cotidiano da sociedade pós-moderna, é responsável pelo surgimento de um sentimento de “pertencimento”. Dorfman e Jofré (1978) dizem que a obra do Super-Homem vive em um mundo isolado, onde não há subdesenvolvimento, uma “terra de ninguém” (p; 95). No mundo de Clark Kent, não existe o patrão e o trabalhador, e o único vencedor é o próprio super-herói. Não se discutem os meios de produção e as condições trabalhistas. Os seres humanos são vistos com simplicidade, sempre dependentes do messias salvador que é o homem vindo do espaço. Marny (1970) descreve a função do herói como um ser que depende muito de sua missão: sem elas, não são nada. É um ser ocioso, eternamente disponível para salvar o universo. E, ao mesmo tempo, sozinho, sem obrigações com seus familiares nem com quaisquer outros assuntos.



Um dos artifícios utilizados pelo autor de histórias em quadrinhos para chocar, agredir ou simplesmente chamar a atenção dos seus leitores é a construção de tipos ou modelos de herói ou, ainda, de anti-herói. Quando determinada personagem se torna um “modelo” para os que a leem, significa que a sua representação visual assumiu um território simbólico junto ao seu leitor. O “tipo” do personagem passa a padronizar, por repetição, um arquétipo. Ao inverter essa relação, colocando o super-herói no papel de cidadão comum, o artista, dependendo de sua criatividade e intencionalidade, pode obter um resultado chocante, agressivo ou, simplesmente, que chame a atenção para seus personagens (IANNONE; IANNONE, 1994). Howe (1988) levanta a possibilidade de que cada personagem de uma HQ não responder somente por si, mas também é desenvolvido de modo a representar uma classe maior de pessoas ou características. Temos de contextualizar o processo de identificação na sociedade pós-moderna, situando-o como um processo que não tem nada de automático: pelo contrário, a identidade é mutável (HALL, 1999).

#### **2.4. A identidade do super-herói Homem-Aranha**

O Homem-Aranha é, ao mesmo tempo, um "jovem estudante nerd, romântico e apaixonado por Mary Jane" e um "super-herói que protege toda a cidade" (MAGNO e FERRARAZ, 2008). As autoras utilizam o Homem-Aranha para exemplificar o tema *super-heróis e a crise de identidade*:

[...] o Homem-Aranha pertence à galeria daqueles que adquiriram seus poderes em laboratório.[...] [ele] é Peter Parker, um estudante, uma pessoa comum que adquire seus poderes após ter sido picado por uma aranha radioativa. Seus poderes passam a ser aracnídeos e não de seu próprio corpo, de seu ser humano. Vivem [Super-Homem e Homem-Aranha] o duplo e a mesma necessidade de se esconderem entre os comuns. (MAGNO e FERRARAZ, 2008, p. 2)

Peter Parker começa a vender fotos para editor-chefe do Clarim Diário, J. Jonah Jameson, quando seu tio Ben morre, para ajudar a pagar as contas em casa. Descobre que essa seria uma boa oportunidade por acaso. Assim, Peter torna-se fotógrafo *freelancer*, mas não nutre nenhum tipo de paixão pelo trabalho que faz, afirmando que "só tira fotos pra pagar as contas". Ele, inclusive, não se preocupa se as fotos que tira podem manchar a reputação de seu alter-ego – já que J. Jonah Jameson é sempre parcial e coloca o Homem-Aranha como uma ameaça em suas matérias. No decorrer das histórias do Homem-Aranha, além de suas atividades fotográficas, Peter Parker sonhou em ser cientista bioquímico, trabalhou como professor de Biologia de segundo grau, assistente em um laboratório de Física e pesquisador; isso somado ao período em





que estava no colegial, faculdade e pós-graduação mostra grande destaque à vida estudantil de Parker (KANNO, 2006).

A dicotomia indivíduo-sociedade se manifesta no próprio personagem (inclusive, humanizando-o) especialmente pelo fato de que precisa de tragédias sociais para tirar boas fotos e ganhar dinheiro. Afinal de contas, para um jornal sensacionalista como O Clarim, tragédias eram significado de trabalho garantido. Mas, apesar de “precisar” das tragédias como Peter Parker/fotojornalista, o Homem-Aranha acaba sempre intervindo nos fatos de maneira que, apesar de más, as notícias tenham um desfecho positivo (KANNO, 2006).

### **2.5. O mito do Homem-Aranha**

O nascimento do herói se dá com o mito (FEIJÓ, 1984), uma realidade cultural extremamente complexa, carregada de significado sagrado, contentora das verdades da cultura em que se insere (ELIADE, 1963). O mito explica muito mais que a *realidade* de um povo, ele é responsável por “refletir um aspecto real desse mesmo povo e até de todos nós (...)” (FEIJÓ, 1984, p. 13).

Peter Parker é órfão de pai e mãe e mora com os tios Ben e May. Ele é um adolescente de 15 anos (incluindo um amor não-correspondido e sofrendo com as provocações de outros alunos na escola) até ser picado por uma aranha radioativa. Adquire poderes especiais, como uma intuição que o avisa do perigo, audição apurada, agilidade, força e a capacidade de, como uma aranha, escalar superfícies. Peter era o típico *nerd* e sofria *bullying* na escola, e vê em suas novas habilidades um modo de tirar proveito de situações em que usualmente não teria vantagem alguma, como derrotar o lutador de luta-livre Crusher Hogan. Além disso, ele é inteligente e logo desenvolve seu próprio traje e “lançadores de teia artificial”. Com o tempo, ele passa a usar suas habilidades para conseguir dinheiro (ou seja, usa seus poderes em proveito próprio) e fama. Contudo, Peter não impede que um assaltante fuja e, dias depois, descobre que este mesmo indivíduo que ele poderia facilmente ter colocado atrás das grades assassinou seu tio. Antes de morrer, tio Ben lembra a Peter que “grandes poderes trazem grandes responsabilidades”. É então que Peter deixa de ser apenas um aluno de colegial e passa a atuar como super-herói que, além de combater o crime, está as voltas com problemas financeiros e pessoais razoavelmente complexos (THE BOY, 2009).

Este é o *mito* de surgimento do Homem-Aranha. Peter é, inclusive, descrito por Cavalcanti (1990) como um *super-anti-herói*, embora use seus poderes para fazer boas



ações. Os problemas “reais” de Peter Parker/Homem-Aranha, como falta de dinheiro, tempo escasso, incompreensão, preocupação com o horário em que se chega em casa, entre outros, tornam a personagem um destaque dentre os super-heróis modernos.

A ideia de herói “com problemas reais” nos remete a Walter Scott, cujos heróis procuravam ser mais que humanos, serem históricos (FEIJÓ, 1984). O autor denota que uma das características do herói do século XX é justamente a capacidade de causar a reflexão, ou mesmo a narração de um herói tão cotidiano que sua narrativa dura apenas um dia, como o Leopold Bloom de Joyce, em “sua vidinha, frustrações e traições, do nascer do dia até a noite” (FEIJÓ, 1984, p. 79).

Atualmente, o homem vê a sua existência e vivência possíveis devido a uma sequência de fatos científicos e históricos. Houve o tempo em que a existência humana era ligada a uma série de eventos místicos, um portal de comunicação entre o mundo humano e o sagrado (é a “fala do mundo” que alcança os seres humanos). Além disso, o mito torna possível que os feitos humanos espelhem-se no divino, dando ao indivíduo características sagradas por extensão. A recriação do mundo insere-se no seu contexto de “grandeza e decadência”. A sua recriação demonstra que o mito é também uma entidade que sobrevive na sociedade e por meio dela: sua narração faz com que ele criem-se modelos a serem seguidos. (ELIADE, 1963)

### **3. RESULTADOS COMENTADOS**

Analisando as respostas dadas pela pesquisa identificamos que 85% dos entrevistados possuem entre 14 e 30 anos, sendo que 28% estão na faixa etária de 14 a 19, 35% de 20 a 25 anos e 22% de 26 a 30 anos.

O consumo mensal corresponde a 54% do volume de compra da revista. A maior parte dos leitores acompanha a HQ há mais de três anos, sendo que o vilão favorito de 44% deles é o Duende Verde. Uma história ser considerada “clássica” ou consagrada é o principal entre os cinco fatores decisivos para a compra. Portanto, identifica-se um leitor fiel e já ligado com histórias anteriores do Homem-Aranha. O preço também é determinante para a escolha, embora com menor importância que o item anterior (seu percentual de influência é de 21%, contra 53% de uma história consagrada). Esses dados indicam que o preço é decisivo para esse público, mas não é um fator prioritário.

O leitor do Homem-Aranha é consumidor de cultura: 60% deles vão ao cinema uma ou menos vezes por mês, mas 68% alugam filmes com frequência; e 88% compram quadrinhos com frequência. Poucos vão ao cinema apenas para ver a personagem (7%).



91% dos entrevistados acessam a internet da própria residência e só 32% afirmam ser moradores de aluguel. Quando perguntados sobre características comuns com a vida do personagem, 50% afirmam ter problemas salariais e 54% afirmam ter problemas financeiros dentro de casa. A combinação de hábitos de consumo de classe média junto a identificação do personagem em relação a seus problemas financeiros indicam pessoas com um padrão de vida razoável, mas frustradas financeiramente. Considerando que 66% afirmam usar transporte público, mas apenas 21% não possuem idade para dirigir, a ausência de um veículo próprio pode ser uma das razões dessa frustração.

Ainda sobre características do personagem com as quais os entrevistados se identificavam (e que eram comuns a eles e ao Homem-Aranha), 53% afirmaram não terem tempo suficiente para amigos e/ou família, 52% almoçam fora de casa com frequência, 46% afirmam ter problemas com prazos de entrega, 63% dizem sofrer de sentimento de culpa em relação a situações em que não agiram da maneira correta/esperada e 59% afirmam ter insatisfação com eles próprios. Observando esses dados, percebeu-se que 63% dos leitores encontram-se na faixa etária de 14 a 25 anos e que esse período equivale a uma série de fases nas quais a pessoa está sujeita a mudanças e ao aumento de responsabilidades: a passagem do Ensino Fundamental para o Ensino Médio (aos 14 e 15 anos), os estudos para vestibular (dos 16 até os 19 anos ou mais), o ingresso na faculdade (dos 17 até os 20 anos ou mais), a necessidade de exercer estágio ou outra atividade remunerada simultaneamente à faculdade (dos 17 até os 22 anos ou mais) e o início de uma carreira como profissional formado (dos 21 anos até os 25 ou mais). A identidade de Peter Parker como estudante é descrito por Marny (1970) como um sujeito “complexado e tímido; o que paradoxalmente faz dele um anti-herói” e, também, “um dos [super-heróis] favoritos dos estudantes americanos” (p. 10-11). Considerando o frequente aumento de pressão e cobranças durante essa época da vida, é plausível que a maioria dos entrevistados sinta dificuldades com a administração do próprio tempo e frustração em relação ao próprio comportamento.

Ainda estabelecendo um paralelo entre quem são os leitores do Homem-Aranha e o que eles tem em comum com a personagem, verificamos que: 59% se declaram tímidos, 45% disseram ter dificuldade em expressar seus sentimentos e 55% dizem ter preocupação exagerada com uma pessoa que gostam. Aliando esses problemas à falta de tempo para amigos e família, observamos diversos problemas de relacionamento: 51% afirmam ter poucos amigos, 49% dizem ter dificuldade em compartilhar seus problemas



cotidianos com os amigos e 53% dizem sofrer com a incompreensão dos outros membros da família em relação aos seus problemas.

Apesar dos problemas pessoais serem os itens mais mencionados com a identificação do personagem, as características do personagem que os entrevistados destacaram foram ética (84%), preocupação com a violência urbana (75%) e preocupação com amigos e família (72%). Desse modo, observamos que a característica do Homem-Aranha que apela a seus leitores não é o fato dele possuir uma vida com um cotidiano e dificuldades semelhantes aos deles, mas sim o fato de, mesmo nessas circunstâncias, agir com postura e preocupações moralmente louváveis.

Ao estabelecer similaridades para que o leitor se identificasse, o Homem-Aranha ganhou destaque por seu caráter, por ele parecer mais crível que o de outros super-heróis. Em resposta à questão “Você se identifica com o Homem-Aranha?”, um dos entrevistados afirmou ler o quadrinho desde a época em que foi alfabetizado. Por isso, o entrevistado afirma que muito da construção de seu caráter foi construído a partir dessa leitura. O elemento de fuga presente nas histórias do personagem não está relacionado aos seus poderes, mas à sua integridade. As pessoas, preocupadas com seus problemas pessoais, não dão a devida importância para o altruísmo. Desse modo, um personagem que, sofrendo dos mesmos problemas pessoais, ainda se dedica constantemente em ajudar os outros, vira um referencial moral para essas pessoas, que desejam ter o mesmo caráter de Peter Parker.

Marny (1970), ao explicar a relação entre a crise de 1929, a decadência do *american way of life* e do surgimento das tirinhas da personagem Tarzan, estabelece que a leitura de uma história com um super-herói supre as falhas do cotidiano. Podemos, portanto, estabelecer que Stan Lee, roteirista original do Homem-Aranha, juntamente com Steve Ditko (arte) possam ter construído o Homem-Aranha com uma certa intencionalidade de que ele virasse um *símbolo* para seus leitores. Não apenas um símbolo que representasse uma certa classe de indivíduos, como quer Howe (1988), mas também uma espécie de modelo construído fora do *padrão* comum de herói, para que todos aqueles que se sentem socialmente deslocados do padrão vigente tenham também uma *referência* de herói.

Ao contrário do conceito de herói *trágico*, Peter não se conforma com o seu destino e sua essência de super-herói, e o sentimento de dualidade e culpa por ter seus poderes e, ao mesmo tempo, não ter agido para impedir a perda de alguém querido são



questões que o acompanham durante o desenvolver de quase todas as suas histórias. Uma questão constante a respeito dos heróis é se eles seriam “divindades que se humanizaram” ou “humanos que foram divinizados” (FEIJÓ, 1984, p. 16). No caso de Peter Parker, é quase que impossível intuir que sua *divindade* seja anterior aos acontecimentos que o tornaram super-herói: já havia nele o caráter e a inteligência, mas era antes *humano* e, até por isso, encontra por vezes uma certa resistência ao seu papel de *herói*. Vemos no mito do Homem-Aranha a perfeita exemplificação de que o “herói se descobre no seu *cotidiano heroico*” (FEIJÓ, 1984, p. 80), pois, não fosse a morte de seu tio Ben (que, devemos considerar, é apenas um crime *cotidiano* de uma grande metrópole), talvez Peter não tivesse a epifania da responsabilidade sobre seus poderes.

Portanto, por mais que a mídia de massas tenha tornado Homem-Aranha um produto, pode-se levantar a possibilidade da história em quadrinhos ter ajudado na preservação de certos costumes e valores devido a uma *identificação* ente o leitor das histórias em quadrinhos e o *herói*. Embora a obra tenha sido realizada inicialmente em 1963 por Stan Lee (CAVALCANTI, 1990), pode ter influenciado experiências criadoras de novos mitos e da propagação dos antigos (ELIADE, 1963). O mito faz parte do processo de identificação do homem através dos tempos, e embora possa ter-se discutido se a modernidade acabaria com esse processo, grande parte da cultura atual, como a linguagem de histórias em quadrinhos, abala essa crença de “autonomia” do homem em relação a qualquer tipo de mitologia.

Como um dos maiores meios de comunicação em massa do século XX (HOWE, 1988), as Histórias em Quadrinhos influenciam desde cedo as crianças e adolescentes na construção de estereótipos (ALVES, 2001), colocando-as em contato com super-heróis cujas características e onipresença midiática apelam para um sentimento de *pertencimento* em relação àquele mundo fantástico (DORFMAN; MATTELART, 1980). Estabelece-se, então, um vínculo que determina a identificação entre o leitor das Histórias em Quadrinhos e o super-herói. No caso do Homem-Aranha, um herói humanizado, histórico (FEIJÓ, 1984; CAVALCANTI, 1990).

O Homem-Aranha se situa em uma cidade (Nova Iorque), faz parte do proletariado, nem sempre se considera triunfante em suas missões, concebe o jornal como uma metáfora da concentração burguesa dos meios de produção, trata os problemas sociais como algo maior que os “conflitos psicológicos de um indivíduo” (ver como sempre aparece, em seus quadrinhos, a questão de violência urbana ou das



drogas), o herói tem conflitos complexos em relação aos seus papéis sociais, não é um herói-Messias, reconhece o valor dos seres humanos e não é ocioso. Podemos, então, nos dar conta de quão inusitado o nosso herói parece ser, quando comparado ao Super-Homem descrito por Dorfman e Jofré (1978).

#### 4. CONCLUSÃO

A partir do levantamento bibliográfico, da aplicação dos questionários e das entrevistas online, pudemos perceber que os leitores da HQ do Homem-Aranha de fato estabelecem uma identificação com o personagem principal. Isso acontece porque ambos vivem situações, tanto em relação a si próprios quanto em sua relação com o mundo, parecidas. Porém, mais que isso: o Homem-Aranha caracteriza-se como uma referência de moral para essas pessoas, muito mais por seu caráter do que pelo uso que faz de seus super-poderes. A sua preocupação em “agir certo” é o que as cativa.

Assim como o homem do século XXI, Peter Parker digladiava-se em uma vida de muitas facetas, encarnando diversas identidades: o super-herói, o sobrinho, o namorado, o fotojornalista, o estudante etc. São identidades contraditórias, segmentadas, enfim: caracteristicamente pós-modernas. Não foi a chegada do século XXI que tornou desatualizada a prerrogativa de que um super-herói tão “comum” quanto seus leitores atrairia a sua atenção e os interessaria exatamente por poderem se espelhar nele.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E WEBGRÁFICAS

ALVES, José Moysés. **Histórias em quadrinhos e educação infantil**. Em: *Psicol. cienc. prof.*, set. 2001, vol.21, no.3, p.2-9.

ANSELMO, Z.A. **Histórias em quadrinhos**. Petrópolis: Vozes, 1975.

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. v. II, 6 ed. Tradução: Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CAVALCANTI, I. A. **Esses incríveis heróis de papel**. São Paulo: Mater, 1990.

DORFMAN, A. & JOFRÉ, M. **Super-homem e seus amigos do peito**. Tradução Robert Moses Pechman e Felipe Doctors. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

DORFMAN, A. & MATTELART, A. **Para ler o Pato Donald – Comunicação de massa e colonialismo**. Tradução Álvaro de Moya. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

ELIADE, M. **Mito e Realidade**. Ed. 04. São Paulo: Perspectiva. 1963.

FEIJÓ, M.C. **O que é herói**. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Brasiliense, 1984.



GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. Em: BAUER, M.W. & GASKELL, G (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som – Um manual prático**. Petrópolis:Vozes, 2008. p. 64-89.

GUNTHER, H. Como elaborar um questionário. Série Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais, n.01, Brasília, DF:UnB, Laboratório de Psicologia Ambiental, 2003.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 3. ed. Rio de Janeiro:DP&A Editora. 1999.

HOMEM-ARANHA n. 01. **Spider-Man!**. Roteiro de Stan Lee. Arte de Steve Ditko. São Paulo:Editora Abril, 1997.

HOMEM-ARANHA n. 87. **48 Horas**. Roteiro de J.M.DeMatteis. Arte de Alex Cal e Rain Beredo (colorização). Barueri:Panini, 2009. p. 76-97.

HOWE, I. Notes on mass culture. Em: REED, A.J.S. **Comics to classics: a parent's guide to books for teens and preteens**. International Reading Association. Univ. Press of Mississippi, 1988. Disponível em: <[http://www.google.com.br/books?id=SgS6JFZZWUC&source=gbs\\_summary\\_s&cad=0](http://www.google.com.br/books?id=SgS6JFZZWUC&source=gbs_summary_s&cad=0)>.

IANNONE, L.R. & IANNONE, R.A. **O mundo das histórias em quadrinhos**. 2 ed. Coleção Desafios. São Paulo:Moderna, 1994.

KLOCK, G. **How To Read Superhero Comics And Why**. Disponível em: <[http://books.google.com/books?id=PNSEVjZ7dyMC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs\\_navlinks\\_s](http://books.google.com/books?id=PNSEVjZ7dyMC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_navlinks_s)>. London:Continuum International Publishing Group. 2002.

MAGNO, M.I.C. & FERRARAZ, R. **Super-heróis e crise de identidade: aspectos da cultura midiática contemporânea nas aventuras do Homem-Aranha e do Super-Homem**. Em: Compós. 17 Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicação, 2008, São Paulo. Compós 17 Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo : UNIP, 2008. v. 1. p. 38-39.

MARNY, J. **Sociologia das histórias aos quadrinhos**. Tradução de Maria Fernanda Margarido Correia. Porto:Companhia Editora do Minho. 1970.

**LISTA DE DISCUSSÃO**. Disponível em: <[http://www.eca.usp.br/nucleos/nphqeca/nucleosp/noticias\\_Listadediscussao.asp](http://www.eca.usp.br/nucleos/nphqeca/nucleosp/noticias_Listadediscussao.asp)>. Acessado em: 19 Jun 2009.

RONSINI, V.V.M. **Mercadores de sentido - consumo de mídia e identidades juvenis**. Porto Alegre:Sulina, 2007.

SILVA, D. **Quadrinhos para quadrados**. Porto Alegre:Bells, 1976.

TAYLOR, C. The Culture of Modernity. Em: **Sources of Self - The Making of the Modern Identity**. Massachusetts:Harvard University Press, 1992. p. 285-302.

**THE BOY, The Bite and The Burglar**. Disponível em: <[http://www.marvel.com/universe/Spider-Man\\_\(Peter\\_Parker\)](http://www.marvel.com/universe/Spider-Man_(Peter_Parker))>. Acessado em: 5 Jun 2009.