

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

**QUADRINHOS, CARNAVAL E COMERCIALIZAÇÃO: UM ESTUDO DA REVISTA EM
QUADRINHOS INGLESA *Viz* (1979-1995)**

NADILSON MANOEL DA SILVA

RECIFE, OUTUBRO DE 2005.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

**QUADRINHOS, CARNAVAL E COMERCIALIZAÇÃO: UM ESTUDO DA REVISTA EM
QUADRINHOS INGLESA *VIZ* (1979-1995)**

Nadilson Manoel da Silva

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia
(Curso de Doutorado) como requisito para a obtenção do grau de
Doutor, sob orientação da Prof^a. Dr^a. Lília Junqueira.

RECIFE, OUTUBRO DE 2005.

Silva, Nadilson Manoel da

Quadrinhos, carnaval e comercialização : um estudo da revista em quadrinhos inglesa VIZ (1979-1995) / Nadilson Manoel da Silva . – Recife : O Autor, 2005.

299 folhas : il., tab., fig.

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. CFCH. Sociologia, 2005.

Inclui bibliografia.

1. Sociologia da comunicação – Cultura pop. 2. História em quadrinhos para adultos – Cultura popular e comercialização. 3. Quadrinhos ingleses – Revistas – Aspectos discursivo e imagético – Personagens e texto. 4. Humor – Sátira e paródia - Carnaval . I. Título.

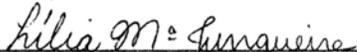
**316.77
302.2322**

**CDU (2.ed.)
CDD (22.ed.)**

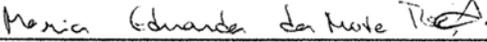
**UFPE
BC2005-611**

Ata da Sessão de Arguição de Tese de NADILSON MANOEL DA SILVA Curso de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Pernambuco.

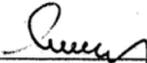
Aos vinte dias do mês de outubro do ano de dois mil e cinco, reuniram-se na Sala de Seminários do 12º andar do prédio do Centro de Filosofia e Ciências Humanas, os membros da Comissão designada para o **Exame de Tese de Doutorado de NADILSON MANOEL DA SILVA**, intitulada: *“Quadrinhos, Carnaval e Comercialização”*. A Comissão foi composta pelos professores: **Dra. Lília Maria Junqueira (presidente/orientadora; Dra. Maria Eduarda da Mota Rocha - Titular Interna – PPGS/UFPE; Dra. Silke Weber – Titular Interna – PPGS/UFPE; Dr. Henrique Paiva de Magalhães – Titular Externo – PG/UFPB; Dr. Paulo Carneiro A. Cunha Filho – Titular Externo – CAC/UFPE**. Dando início aos trabalhos o **Dra. Lília Maria Junqueira** explicou aos presentes o objetivo da reunião, dando-lhes ciência da regulamentação pertinente. Em seguida passou a palavra ao autor da Tese, para que apresentasse o seu trabalho. Após essa apresentação, cada membro da Comissão fez sua arguição, seguindo-se a defesa do candidato. Ao final da defesa, a Comissão Examinadora retirou-se, para em secreto deliberar sobre o trabalho apresentado. Ao retornar a **Dra. Lília Maria Junqueira** - presidente da mesa e orientadora do candidato solicitou que fosse feita a leitura da presente Ata, com a decisão da Comissão **aprovando a Tese por unanimidade, com a menção de “DISTINÇÃO”**. E, nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente Ata, que vai assinada pelos membros da Comissão Examinadora e pelo candidato. Recife, 20 de outubro de 2005.



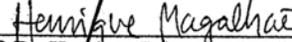
Profa. Dra. Lília Maria Junqueira



Profa. Dra. Maria Eduarda da Mota Rocha



Profa. Dra. Silke Weber



Prof. Dr. Henrique Paiva de Magalhães



Prof. Dr. Paulo Carneiro A. Cunha Filho.



Nadilson Manoel da Silva

Resumo

A tese trata das maneiras pelas quais a revista em quadrinhos inglesa de maior sucesso nas últimas duas décadas, *Viz*, alterou seu formato e conteúdo durante sua história para se adaptar um novo perfil de mercado e a uma grande audiência. Esta revista passou por um processo de comercialização a partir da tiragem inicial de 150 cópias na cidade de Newcastle para mais de um milhão de cópias dez anos depois, empregando um esquema de produção e distribuição semelhantes aos produtos mais comerciais. Dessa forma, será importante discutir como a revista *Viz* se adaptou a essa nova situação. Ela conseguiu passar de um formato e temáticas semelhantes às revistas alternativas para uma publicação voltada para o mercado comercial. Argumento principal dessa tese é mostrar como o processo de comercialização afetou um produto em termos de formato e conteúdo, onde estratégias de discurso artístico tiveram que se adaptar às demandas do mercado. Isto é feito através da análise de toda história da revista buscando momentos em que houve mudanças significativas no conteúdo e formato. A partir a análise da revista, torna-se claro que a compreensão dos produtos culturais não deve ser procurada apenas na análise de seu discurso interno, mas uma partir de sua posição mercado e da relação com outros produtos.

Palavras-chaves: História em quadrinhos; carnaval; comercialização.

Abstract

The thesis addresses some questions regarding the implications of a process of commercialization on cultural products. This is done through an analysis of the comic *Viz*, the most famous British adult comic ever. It can be seen that this comic went through a commercial process that made it sell around 1,000,000 copies at the end of 1980s, ten years after its first printing run of 150 copies. This is a clear example of a product that managed to change from a small-scale production to a large one, which also implied a shift of audience and in the network of distribution. Thus, it is important to investigate how *Viz* changed its content and format throughout the years in order to be adapted to a more commercially based culture. The method used was to trace the changes made in the commodity throughout its history to understand in which ways a shift to a large audience also represented a shift in the content of *Viz*. It is clear that the understanding of cultural products should not be found only in the analysis of their discourse; it needs to include both their positions in the market and relationship with other products.

Key-words: Comics; carnival; commercialization

Sumário

Introdução	06
1. Quadrinhos ingleses: sátiras e paródias	13
1.1 <i>Mad</i> , comix e punk: quadrinhos adultos e a criação de um novo mercado	19
1.2 A revista <i>Viz</i> : carnaval e comercialização	30
	47
2. Cultura popular e Comercialização	
2.1 O argumento de pós-moderno	62
2.2 Cultura popular e carnaval	68
	78
3. Interpretando os quadrinhos	
3.1 Quadrinhos, humour e ironia	96
3.2 A análise de <i>Viz</i>	103
	117
4. As primeiras <i>Viz</i> (1979–1984): infância, merda e agressividade	
4.1 Os cartuns	138
4.2 Skinhead e Colin	147
5. Os personagens principais: Futebol, Televisão, Vida dos garotos, Vida Familiar e Sexismo	155
5.1 Billy the Fish: o mundo do futebol	156
5.2 Roger Mellie: televisão e palavrões	166
5.3 A Vida dos garotos	175
5.3.1 Johnny Fartpants	176
5.3.2 Felix Amazing Underpants	189
5.3.3 Buster Gonad and his unfeasibly large testicles	194
5.4 Vida familiar	199
5.4.1 Biffa Bacon Family	200
5.4.2 Os Pais Modernos	215
5.4.3 Spoilt Bastard	226
5.5 O Sexismo britânico	230
5.5.1 Sid the sexist	230
5.5.2 The Fat Slags	238
	247
6. Os textos: Mídia, Sexo e a Família real	
6.1 Os textos iniciais (1979-1984): tendências alternativa e comercial	248
6.2 Os textos intermediários (1985-1989): o caminho para a cultura comercial	258
6.3 Os últimos textos (1991-1994): cultura comercial e mídia para adultos	266
Conclusão	274
Bibliografia	283

Introdução

Esta tese investiga a influência da comercialização sobre os produtos culturais. O objeto empírico sobre o qual se debruça é revista em quadrinhos inglesa *Viz*. Ela é a revista em quadrinhos adulto mais importante de todos os tempos e passou por um processo de comercialização sem precedentes na história desse estilo de revista: após dez anos de circulação, conseguiu passar dos 150 exemplares iniciais para mais de um milhão. Ela nos oferece um material muito rico para discutirmos o fato de um produto cultural conseguir passar de um circuito alternativo para uma estrutura comercial, ou seja, de um perfil semelhante às publicações alternativas para o de uma revista comercial, num mercado de quadrinhos, no qual as publicações não sobrevivem a mais que poucas edições. Essa mudança ocorreu nas etapas de produção, distribuição e consumo do produto, que passou a ser sujeito à dinâmica do mercado. Um produto que foi feito para ser consumido por poucos leitores em uma cidade no norte da Inglaterra, Newcastle, passou a ter milhares de leitores, distribuídos em todas as regiões do país. Nesse contexto, a tese se propõe a identificar como esse processo de comercialização influenciou o conteúdo e o formato da revista. É possível atribuir as transformações no conteúdo do produto a adaptações ao novo contexto de mercado? Há diferenças claras durante a história da revista que identifiquem perfis diferentes do produto de acordo com a busca por uma audiência mais ampla?

O processo de comercialização tem sido amplamente investigado na esfera da música pop, em que os artistas e as bandas alternativas passam a ser influenciados por uma indústria cultural que impõe suas regras e os adapta a uma estrutura comercial. Nesse caso, vemos que uma estrutura externa passa a controlar os artistas para aumentar os lucros.

Utilizaremos uma analogia com esse tipo de discussão para compreendermos o que aconteceu no caso da revista *Viz*, porque investigações como essa ainda não foram feitas em relação às histórias em quadrinhos. No caso da tese que apresentamos, o caso não é exatamente igual porque a revista não foi submetida diretamente às imposições de uma indústria cultural externa, mas incorporou algumas características dessa indústria como estratégia de mercado. Ela se torna ainda mais importante para essa discussão exatamente por ter conseguido seguir um determinado tipo de padrão comercial a partir das imposições que uma comercialização mais intensa trouxe durante sua história e não por ter seguido um modelo pronto imposto pela indústria cultural.

A comercialização será investigada como um processo que vai-se estruturando na revista ao longo de sua história. A tese tenta recuperar essa história através da análise detalhada de todo o conteúdo da revista durante todo esse período. Discutiremos como a entrada da revista em um circuito mais comercial passou por várias fases que a levaram a estabelecer relações bem peculiares com os outros produtos no mercado e com os leitores. Em relação ao mercado, veremos como a revista utilizou a intertextualidade com outros produtos da mídia para conseguir criar seu próprio perfil, às vezes aproximando-se, às vezes diferenciando-se de tradições importantes de quadrinhos. Quanto aos leitores, destacaremos como ela procura estabelecer um contrato com eles, baseado nos seus hábitos de consumo com outros produtos culturais. Por exemplo, discutiremos como a fase inicial da revista traz uma ênfase muito forte sobre a paródia de quadrinhos para criança como uma forma de se diferenciar desses produtos e estabelecer um diálogo com o universo de referência dos leitores. Ao longo da sua história, essas referências vão-se transformando e os produtos culturais voltados para os adultos passam a ser a principal referência. A tese discutirá as estratégias utilizadas pela revista para construir seu perfil como quadrinhos

adultos e para conseguir seu espaço no mercado; argumentaremos que essas questões estão diretamente relacionadas à dinâmica de mercado em que ela se envolve cada vez mais intensamente.

O capítulo 1 se detém sobre a história das histórias em quadrinhos, principalmente os quadrinhos adultos, para se definir em que tipo de tradição *Viz* deve ser compreendida. Identificamos dois tipos principais de quadrinhos, que implicam um espaço no mercado e uma relação com seus leitores bem diferenciados: os quadrinhos comerciais, que estavam sempre sujeitos implícita ou explicitamente a alguma forma de controle e os alternativos, que trabalhavam com temas mais controversos e não se sujeitavam a qualquer forma de controle externo.

Um destaque maior nesse capítulo será dado à história dos quadrinhos na Inglaterra, porque é importante para entender o tipo de tradição à qual *Viz* se vincula. A discussão sobre os EUA é deve-se à sua posição de destaque na produção de quadrinhos que tem influenciado o mundo inteiro. Tendo isso em mente, é importante discutir até que ponto *Viz* teve que manter um diálogo com essa tradição dominante para construir seu próprio estilo. Será enfatizado aqui que *Viz* utilizou várias tradições de quadrinhos infantis para criar sua própria identidade. O diálogo que ela estabelece com as tradições quadrinísticas de quadrinhos infantis vai no sentido da sátira e da confrontação, ao mesmo tempo em que utiliza elementos de paródia para compor seu estilo.

Destacamos momentos fundamentais na história dos quadrinhos, nos quais houve relações diretas entre a transformação do mercado e a criação de novos estilos. O primeiro foi na década de 50, quando a criação do "código de ética" conduziu à criação da revista *Mad*. Esse período significou o estabelecimento de um novo estilo de quadrinhos e a consolidação de um público leitor adulto para revistas desse tipo. O segundo período

fundamental foi o *underground* do final dos anos 60, quando os quadrinhos eram utilizados com uma arma de luta contra o **status quo** e tudo que pudesse representá-lo. E, por último, o final da década de 70 e início dos anos 80, quando o movimento *punk* reacendeu o debate entre a cultura comercial e a alternativa, possibilitando o surgimento de um movimento de quadrinhos adultos extremamente forte em várias partes do mundo.

A última parte desse capítulo se detém sobre a história de *Viz* para identificar momentos em que ela passou por mudanças significativas no seu conteúdo e formato. A história de *Viz* será contada a partir da discussão da transformação de seu conteúdo e relacionada a uma intensificação do processo de comercialização da revista. A relação estabelecida nesta tese é a influência desse processo de comercialização sobre o conteúdo e formato da revista. A partir desse ponto de vista, *Viz* se torna um produto importante a ser discutido, porque conseguiu se tornar um produto comercial após várias transformações para se adaptar ao mercado. Diferentemente de outros produtos que já nascem com um formato comercial, *Viz* teve que ir criando sua própria maneira de se tornar comercial à medida que se adaptava às novas condições de mercado.

O primeiro período foi entre os anos de 1979 a 1984, que correspondem aos números de 1 a 12 da revista. Nesse período, *Viz* circulava apenas em Newcastle e se assemelhava aos quadrinhos alternativos. O segundo período é de 1985 a 1990, entre as edições 14 a 39, quando a revista passou por uma transformação muito grande no formato e adquiriu distribuição nacional; foi também o momento mais próspero em que ela conseguiu vender cerca de um milhão de exemplares. O terceiro período entre os anos de 1990 e 1995 - exemplares 40 e 69 foi caracterizado pela adoção de um formato semelhante aos quadrinhos tradicionais e muitos anúncios.

O ponto central que será discutido nesse capítulo é que *Viz* representou um momento novo na história dos quadrinhos britânicos na medida em que combinou as tradições alternativa e comercial em um produto que não pode ser definido claramente como estando situado de um lado ou de outro. Olhando-se para os aspectos comerciais como número de vendas, anúncios e assim por diante, *Viz* pode ser visto como um produto comercial, porém seu conteúdo traz elementos típicos de quadrinhos alternativos para o grande mercado popular.

No capítulo 2, discutimos interpretações contemporâneas sobre a cultura pop para compreendermos a dinâmica em que *Viz* deve ser entendida. Na primeira parte do capítulo, destacamos a questão da comercialização dos produtos culturais e a interferência que ela exerce sobre os seus conteúdos. Dessa forma, utilizamos o mercado musical como uma analogia para compreendermos a questão dos quadrinhos visto que não há estudos específicos sobre esse ponto relativo aos quadrinhos. Na segunda parte do capítulo, trazemos a contribuição da perspectiva pós-moderna para este debate, enfatizando a perspectiva de Bakhtin para compreender o conteúdo trabalhado pela revista, que está diretamente relacionada às idéias de inversão e carnaval trazidas por esse autor.

O capítulo 3 trata das questões metodológicas utilizadas para analisar a revista. Partimos inicialmente da definição de quadrinhos para entender a que tipo de tradição *Viz* se vincula, porque isto implica conteúdos, posição no mercado e relações com os leitores bem peculiares. Discutimos também a idéia de "contrato" como uma forma de identificar a maneira pela qual o leitor é chamado a se relacionar com a revista e como ela o transforma ao longo de sua história. Essa perspectiva representa uma contribuição importante para o debate metodológico, porque questiona o determinismo do texto sobre o significado gerado pelos leitores; o processo acontece muito mais como uma negociação de significados, mas

que não nega a tentativa do produto em oferecer determinadas formas de interpretação. Em seguida discutimos as peculiaridades do discurso da revista que utiliza uma mescla de quadrinhos e textos. Ressaltamos que esse discurso deve ser sempre compreendido em relação com outros discursos que circulam em produtos da mídia e que circulavam no mercado naquele período, porque boa parte do que encontramos em *Viz* é um jogo de intertextualidade com produtos da mídia. Ao final, resgatamos a discussão sobre humor e ironia para destacar a pluralidade de discursos que compõem a revista e como isso é determinante para a maneira como ela se direciona aos leitores e se posiciona no mercado.

A análise dos quadrinhos é dividida em três partes: a primeira, capítulo 4, trata do discurso da revista quando ela não tinha distribuição nacional e se assemelhava às revistas alternativas. Essa fase representa o período em que a revista ainda não estava sujeita a qualquer forma de pressão comercial e estava criando seu perfil como quadrinho para adulto. Veremos que a revista utilizou intensamente a intertextualidade com personagens de revistas em quadrinhos para crianças com uma forma de se diferenciar no mercado e estabelecer o diálogo com os leitores. Em seguida, analisamos os personagens principais da revista, que são divididos de acordo com o tema que eles trazem.

Essa divisão deve ser vista como um recurso analítico, e não como uma separação rígida. Há personagens que apresentam aspectos semelhantes a outros, mas argumentamos que há características mais determinantes que se relacionam a determinados períodos da história da revista. Assim, criamos as seguintes categorias: A Vida dos Garotos (*Johnny Fartpants*, *Felix Amazing Underpants* e *Buster Gonad and his unfeasibly testicles*); Vida Familiar (*Biffa Bacon Family*, *The Modern Parents* e *Spoilt Bastard*); Sexismo Britânico (*Sid the Sexist* e *The Fat Slags*). *Billy the Fish* e *Roger Mellie* são personagens analisados separadamente. A última parte da análise trata dos textos da revista. Notamos que *Viz*

sempre foi permeada por muitos textos que ocupam um espaço bastante relevante no seu discurso. Eles são separados de acordo com as fases da revistas que já identificamos anteriormente.

O último capítulo lida com os textos da revista. Nós mostraremos que o texto nesta tese terá dois significados. Primeiro, um significado semântico, no qual ele é compreendido como qualquer artefato que foi interpretado com um todo, como uma forma, estilo ou gênero. Pode ser uma canção, um filme, uma página de quadrinhos, um ritual de dança. O segundo uso é mais literal, o texto está definido em oposição aos desenhos e personagens. É principalmente formado através de palavras escritas como artigos, seções e colunas. A análise dos textos está dividida em três seções de acordo com a história da revista. Estas divisões são usadas como uma ferramenta analítica para entender as mudanças na revista, mas elas não devem ser entendidas como divisões fixas porque o período seguinte normalmente representa algumas continuidades das características da fase prévia.

Analizamos então os tipos de temas que foram mais trabalhados em cada uma dessas fases e se houve mudanças a partir da intensificação da comercialização. Dessa maneira, os textos representaram um ponto central para identificarmos os caminhos que a revista trilhou para conseguir se posicionar no mercado e criar seu estilo como uma revista em quadrinhos para adultos. Destacamos que a comercialização deve ser entendida como um processo a que a revista foi submetida durante toda a sua história e que ela teve uma interferência direta sobre o conteúdo e o formato da revista. Notamos que a entrada da revista no circuito comercial representou uma forte transformação em que as referências passaram das experiências diretas do cotidiano para a paródia de produtos direcionados ao público adulto e ao sexo.

1. Quadrinhos ingleses: sátiras e paródias

Os quadrinhos sempre tiveram a característica de ser um dos mais controversos e mal compreendidos produtos culturais. Isto é verdade para todas as tradições, tanto a direcionada para o público infantil quanto ao adulto. São levantados questionamentos relativos à influência dos quadrinhos na educação das crianças, às repercussões na vida cotidiana, política e ao comportamento das pessoas. Grande parte das controvérsias se deve ao fato de os quadrinhos terem sido prioritariamente compreendidos como um produto direcionado para o público infantil (Barker, 1989). Por conseguinte, os adultos sempre estiveram preocupados com sua má influência na educação de crianças.

Considera-se, como uma convenção, que o primeiro personagem de quadrinhos realmente direcionado para o grande público foi o *Yellow Kid*, publicado nos jornais americanos a partir de em 1895. Ele foi utilizado como uma forma de atrair o público para a leitura dos jornais e tinha, como marca principal, frases polêmicas escritas em sua camisa, que tratavam principalmente da vida política contemporânea (O'Sullivan, 1990, p.15; Moya, 1993, p. 18). Porém, Cagnin (1997) mostra que a real importância do “Yellow Kid” para as histórias dos quadrinhos é que ele foi o maior sucesso de mercado nos Estados Unidos até aquele tempo. As frases polêmicas nas camisetas foram o ponto de partida para a popularização dos quadrinhos e para o debate acadêmico relativo à influência dessa nova forma de comunicação.

Os quadrinhos não foram criados com a intenção de conquistar o público infantil. Essa aproximação aconteceu durante a história por várias razões que serão discutidas nesse

capítulo. Sabin (1993, p. 15-22) mostrou que os primeiros quadrinhos na Inglaterra foram dirigidos para a classe trabalhadora. Eram quadrinhos que exploravam a sátira e o humor e carregavam uma forte crítica social. Na realidade, o humor foi responsável por fazer os quadrinhos se aproximarem do público, o que contribuiu, também, para que eles sempre fossem compreendidos predominantemente como engraçados, inofensivos e destinados a um entretenimento ingênuo. Estas características também foram utilizadas como defesa contra os ataques dos moralistas e críticos porque os autores e produtores de quadrinhos alegavam que não havia nenhuma crítica intencional em seus produtos, eles apenas queriam ser engraçados.

Os quadrinhos se apresentavam nesses anos iniciais como um desenvolvimento natural das caricaturas e dos desenhos satíricos. Eles eram bastante diversificados em termos de conteúdo e formato e exploravam todo o potencial técnico da época. O desenvolvimento de novas técnicas de expansão contribuiu decisivamente para sua expansão, uma vez que, a partir daquele momento eles poderiam ser produzidos de forma barata e, conseqüentemente, estar disponíveis para todo tipo de público. Isto certamente beneficiou a sua inserção como um produto bastante consumido entre as classes populares (Clark, 1991, p. 17-22). Eles tratavam de maneira bem forte as temáticas sociais, paródias e sátiras da vida cotidiana e são herdeiros de uma tradição humorística que remonta a William Hogarth (1697–1764), conhecido como o pai da sátira moderna (Sabin, *op. Cit.*, p. 14). Hogarth era um pintor, mas decidiu trabalhar em caricatura como forma de melhorar sua renda. Embora a arte do cartum não fosse algo novo na Inglaterra, ele conseguiu criar uma tradição inglesa que deixou para trás os estilos que copiavam dos artistas europeus. Seus desenhos lidavam diretamente com situações da vida cotidianas tais como a bebida e as cenas familiares. Nesses desenhos, ele adotava uma posição moralista: temas de não

gostava eram associado ao inferno, enquanto suas preferências eram colocadas próximas ao paraíso.

Várias gerações de artistas tiveram sucesso, caricaturando personalidades antes da criação dos quadrinhos, desenhando situações ultrajantes sem qualquer respeito pelo papel social dos retratados. Tinham uma diversidade de estilo que variava dos mais políticos aos descompromissados que só se interessavam pelo humor. Eram direcionados ao público da classe trabalhadora e alcançavam uma circulação de cem mil exemplares. Esse período contribuiu fortemente para criar uma tradição de sátira na Inglaterra e definitivamente conquistou a adesão da classe trabalhadora que os percebia como uma forma de crítica social. A revista *Punch* (1841) é tida como a mais importante desse período. Tinha periodicidade mensal e era voltada tanto para a classe média quanto para a classe trabalhadora. Adotava o humor como sua principal característica. Seu sucesso deu luz a uma fórmula que várias outras publicações imitaram: *Fun* (1861), *Judy* (1867) e *Funny Folks* (1874). Eles se voltavam prioritariamente para a classe trabalhadora. Elas diferiram da *Punch* pela falta de refinamento em suas sátiras. Um traço comum entre elas é o caráter de inconformismo que expressava as críticas da classe trabalhadora em relação à desigualdade social e aos privilégios da classe alta.

Ao final do século dezenove, essa situação mudou com a melhora da qualidade de vida da classe trabalhadora e a diversificação dessa classe. Essa mudança refletiu diretamente sobre essas publicações, que passaram a tecer críticas mais brandas ao **status quo**. Surge, então, a revista que introduz uma inovação para a época, a figura do personagem fixo. Essa revista se chamava *Ally Sloper's Half Holiday* (1884) “nothing more, and nothing less, than the feckless layabout from working–class origins” (Sabin, *op. cit.*, p.18). É importante destacar que as mudanças sociais produziram também a

transformação no papel dos personagens. A busca pela comercialização dessas novas revistas levou a que os editores procurassem cativar a audiência através de seus personagens fixos. Dessa forma, o leitor poderia criar o hábito de consumo através do gosto pelos personagens. A transformação obteve um grande sucesso com as edições chegando a trezentos e cinquenta mil cópias semanalmente. A partir desse sucesso, muitas outras revistas foram lançadas, tais como *Comics Cuts* e *Illustrated Chips* que chegaram a vender 500 mil cópias semanalmente. Elas também compartilhavam um forte apelo ao público jovem e ao conservador (ver Clark, 1991).

Um ponto interessante a ser acentuado é que esses quadrinhos eram um meio pelo qual a vida cotidiana era trazida para os produtos culturais e trabalhada de acordo com os desejos dos autores e expectativas do público. Obviamente, os temas eram sujeitos ao crivo dos autores e editores que os adaptavam de acordo com seus valores e pontos de vista. Todavia, deve ser enfatizado que esta característica facilitou o papel dos quadrinhos como um tipo de foro de discussão de temas diretamente relacionados ao cotidiano de seu público e isto, claramente, diferenciam-nos do gênero fictício, que privilegia a fantasia, a aventura e o horror e que alcançará uma grande repercussão a partir das primeiras décadas do século 20.

É importante agora fazer uma pequena introdução sobre os quadrinhos direcionados para as crianças porque esta é uma das tradições mais importantes e servirá como referência para paródias e sátiras na *Viz*. Em um país como a Inglaterra, onde os quadrinhos são claramente identificados como um produto para crianças, os quadrinhos para adultos têm quase uma obrigação de lidar como essa tradição, seja como inspiração seja contraponto para se diferenciar no mercado. Nota-se também que a importância do mercado de quadrinhos para crianças foi acompanhada pelo declínio das publicações para o

público adulto no início do século vinte. Desde então, quadrinhos e crianças sempre foram diretamente associados (Clark, 1989, p. 7). *Beano e Dandy* são os dois quadrinhos mais famosos e influentes na Inglaterra. De acordo com Barker (1989), *Beano* "... has pride of place in sales, length of life and contribution to our culture - and in the number of complaints about it" (p. 15). Eles apareceram no mercado entre 1937 e 1938. O sucesso deles foi crescendo e chegou ao ponto de se venderem cerca de dois milhões de cópias por semana nos anos 50. Desde então eles consolidaram sua posição e continuam sendo muito influentes na formação cultural das crianças inglesas. Uma de suas principais características é a ênfase em situações cotidianas comuns à maioria das crianças. Dessa forma, elas se colocam em uma situação bem diferente dos quadrinhos de Disney ou quadrinhos de super-heróis, que têm como inspiração mundos fantásticos e animais que se comportam como seres humanos. Em *Beano e Dandy*, encontram-se personagens que vivem situações corriqueiras em escolas, nas ruas, com os amigos e familiares. *Dennis the Menace* é o personagem mais famoso; ele é um 'bully' que nunca consegue alcançar o que ele quer. *Minnie the Minx* é a versão feminina desse personagem. Estes dois quadrinhos foram também muito importantes porque definiram o que seria o padrão dos quadrinhos no período pós-guerra:

"Então *Beano e Dandy* foram as revistas que, mais que qualquer outro, estabeleceram a definição de "comics" no período pós-guerra: "slapstick", infantil e engraçado. Na década de 50 eles estavam vendendo estimados 2 milhões de cópias por semana – para garotos e garotas. Embora eles produzissem muitos rivais - *Topper*, *Beezer* e *Wham* para falar apenas em três – elas sempre conseguiram se colocar à frente dos outros e ambas ainda estão sendo publicadas na década de 90" (Sabin, *op. cit.*, p. 24).

Um outro gênero muito importante era o quadrinho de aventura. A revista *Eagle* (1950) criou um estilo que abriu caminho para outras importantes como *Valiant*, *Lion*, *Tiger* e *Hotspur*. Uma característica comum dessas revistas era a visão maniqueísta, em que os bons eram completamente bons e os maus eram os piores seres que poderiam existir. Esta fórmula, usada no mundo inteiro pelos super-heróis, foi utilizada em todas as suas potencialidades nas páginas dessas revistas.

O domínio indubitável dos quadrinhos americanos no mundo (Luyten, 1991) não produziu uma inundação de títulos na Inglaterra. Uma mistura de orgulho nacional e preconceitos contra os norte-americanos, que eram tidos como tolos e superficiais, eram aspectos que protegiam os quadrinhos ingleses do domínio americano. Entretanto, os quadrinhos de Walt Disney conseguiram vencer essa barreira e se tornarem bastante populares entre as crianças com seu apelo à imaginação e sua eficiente estrutura de distribuição.

Um elemento importante na história dos quadrinhos na Inglaterra foi o sucesso dos quadrinhos de terror nos anos 50. Os problemas para eles foram as fortes críticas que sofreram por parte de críticos e educadores em um país em que quadrinhos deveriam ser apenas engraçados, leves e infantis. O lado de entretenimento dos quadrinhos de terror tais como *Tales from the Crypt*, *The Haunt of Fear* e *The Vault of Horror* sofreu as mesmas críticas levantadas pelo conservadorismo americano que os acusava de ser tão perversos que iriam influenciar negativamente as crianças (Sabin, 1993). Seguindo esta polêmica, o governo britânico proibiu a importação de quadrinhos de horror (veja Barker, 1984).

1. 1 *Mad*, comix e punk: quadrinhos adultos e a criação de um novo mercado

Durante os anos cinquenta, a publicação de dois livros nos Estados Unidos, *The Show of Violence* (1949) e *The Seduction of the Innocent* (1954) trouxe vários questionamentos sobre a violência nos quadrinhos para criança. Argumentando-se que havia uma relação direta entre a delinqüência juvenil e o hábito de leitura desse gênero de quadrinhos (Clark, 1991, p. 75). Uma das teorias mais fortes que apoiavam esta idéia era o conceito de "identificação", que é um conceito amplamente utilizado tanto na academia quanto no senso comum. Barker (1989) mostra que alguns estudos sobre quadrinhos se utilizam desse conceito sem qualquer investigação empírica que mostre a sua validade:

"Uma revisão da literatura revela muito pouco que investiga o significado, validade e aplicabilidade do argumento de que a audiência se relaciona tipicamente com a TV, quadrinhos e filmes através da "identificação". Há ainda muito menos discussões de como a mídia supostamente o faria. O pouco que há nos afasta da "identificação" (p. 95).

Um problema central dessa perspectiva é que ela tenta deduzir padrões de comportamento a partir da análise de conteúdo dos quadrinhos sem compreender os mecanismos complexos que envolvem a fruição de produtos culturais. A recepção envolve um tipo de jogo em que o humor e o prazer desempenham um papel muito importante.

A partir dessa campanha pública na década de 50 nos EUA, foi imposto aos quadrinhos o código de ética mais rígido já criado para um produto cultural. Ele censurava principalmente as imagens obscenas e as situações que poderiam gerar polêmica, tais como violência e desrespeito às autoridades (Nyberg, 1999). Os quadrinhos que sobreviveram a

esse período tiveram que se adaptar ao novo código e se transformaram em revistas que se identificavam com valores conservadores. Entretanto, a adoção desse código propiciou transformações muito importantes para as histórias em quadrinhos que os influenciaram de forma definitiva. Com essas novas restrições, os autores tiveram que diversificar os estilos e o conteúdo e procurar uma nova audiência, provocando uma verdadeira explosão dos quadrinhos (O'Sullivan, 1990, p. 19). Os artistas tiveram que ser ainda mais criativos para sobreviver no mercado e uma das opções principais foi direcionar os produtos para o público adulto.

Nesse período, foi criada a revista americana *Mad*, que revolucionou o mercado norte-americano porque identificou, motivou e consolidou o público adulto de quadrinhos. Os quadrinhos para adulto se tornaram um gênero independente, sem precisar estar sob o domínio do código de ética que limitava a liberdade de expressão necessária para esse tipo de produto. Seu autor, Harvey Kurtzman, ignorou o código de ética e criou uma revista que misturava paródias de anúncios famosos, sátiras a produtos da mídia e críticas a personalidades sem poupar nenhuma pessoa famosa em suas páginas. A citação seguinte mostra como a paródia funcionou na revista "... satire and parody work best when what you're talking about is accurately targeted. Or put it another way, satire and parody work only when you reveal a fundamental flaw or untruth in your subject" (Harvey, 1999, p.36). Kurtzman tinha trabalhado com quadrinhos sobre a guerra, mostrando uma realidade esquecida nos E.U.A., como a guerra da Coreia e a guerra civil americana. Ele passou muito tempo pesquisando e criou dois títulos que ele próprio editou. Num determinado momento, por questões financeiras, ele propôs a criação de uma revista satírica que pudesse expressar suas críticas à sociedade americana. A revista *Mad* conseguiu exercer esse papel: *Mad* seria baseada no mesmo estilo com a combinação de sátiras e paródias: "Just as there

was a treatment of reality in the war books, there was a treatment of reality running through *Mad*; the satirist/parodist tries not to entertain his audience but to remind it of what the real world is like” (ibid.).

“Com *Mad*, Kurtzman introduziu muitas inovações nos quadrinhos; ele foi o primeiro a utilizar humoristas que trabalhavam no circuito comercial como escritores; ele parodiou muitos aspectos da vida, incluindo filmes, televisões, revistas e anúncios. Na *Mad* ele aumentou a compreensão do que uma revista em quadrinhos deveria parecer, incorporando fotografias, arte e iconografia pop. Finalmente, atingindo o limite da mídia livro de quadrinhos, ele comandou a transição de *Mad* de um livro de quadrinhos para uma revista, criando novos e melhores layouts de impressão” (Reidelbach, 1991, p. 22)

Em cada edição, Kurtzman utilizava uma tira de jornal ou uma história em quadrinhos para parodiar. As 32 páginas da primeira edição tinham quatro histórias parodiando personagens famosos de quadrinhos direcionados para crianças ‘Entertaining Comics’ (EC) (Reidelbach, 1991, p. 21). No entanto, Kurtzman não estava satisfeito com as limitações do formato de livro em que as primeiras histórias foram publicadas e decidiu abandonar a editora “EC”. A partir dessa insatisfação, os editores decidiram mudar o formato e começaram a publicar a revista *Mad* a partir de 1955.

“A nova *Mad* apareceu com a edição N°. 24 em julho de 1955. Suas páginas interiores eram completamente em preto e branco, não havia qualquer outra cor – uma concessão à limitação de receita que também serviu para estabelecer o novo status da revista como uma publicação mais séria (bem, diremos como intenção). Kurtzman se aproveitou do formato de revista e jogou o humor sobre o que se encontrava nas revistas mais populares da época (...) A nova *Mad* tinha a aparência de uma revista de imagens: no lugar dos painéis das tiras de quadrinhos estavam desenhos artesanais que pareciam de alguma forma com fotografias. As legendas abaixo eram datilografadas. Havia mais textos caretas. A maioria dos artigos era introduzida com uma página de prosa no estilo da revista *Life*” (Harvey, 1999, p. 138).

Mad criou um estilo completamente novo, que misturava as tradições de revistas de sátira e de humor com as paródias de quadrinhos famosos. Essa mistura foi um ponto muito importante para o seu sucesso porque permitia que ela utilizasse muita

intertextualidade e, com isso, estabelecesse pontos de contato com o cotidiano de seu público; e sendo uma revista direcionada para adultos, ela não tinha nenhum problema com o código (Reidelbach, 1991, p. 33).

Kurtzman adotou uma postura de confronto direto ao conservadorismo americano, tentando mostrar facetas da realidade que a mídia oficial procurava esconder. Os produtos culturais que circulavam na grande mídia eram tidos como conservadores com o único intuito de mascarar a realidade e fazer com que a população consumisse cada vez mais. Este estilo foi extremamente importante para o desenvolvimento dos quadrinhos e vai influenciar diretamente os quadrinhos *underground* americanos, como fica claro na seguinte citação:

"A tradição de livro de humor de quadrinhos que *Mad* exemplifica se coloca às margens da discussão presente sobre o tratamento dos livros de quadrinhos sobre a história, mas *Mad* é um elemento crucial no mix cultural que eventualmente resultou na explosão dos quadrinhos *underground* na década de 60, o que propiciou a maior aceitação do trabalho de Harvey Pekar, Art Spiegelman e Jack Jackson na década de 80. Muitos dos artistas *underground* são velhos o suficiente para lembrar os quadrinhos do período anterior ao código de quadrinhos. E.C Comics e todos os outros cresceram no período em que a mais afiada sátira da cultura Americana era encontrada todos os meses nas páginas da revista *Mad*" (Witek, 1989, p. 45).

A partir da década de 50, as audiências infanto-juvenil e adulta tiveram um papel muito importante como leitores de quadrinhos. Houve a proliferação de estilos e gêneros, que encontrou uma correspondência muito forte na segmentação dos leitores. A aproximação desses quadrinhos dos leitores infanto-juvenis possibilitou também uma nova visão sobre estes produtos. Eles começaram a não ser apenas mais um produto de entretenimento, mas um produto vinculado a visões alternativas da realidade, tais como as subculturas juvenis. Grupos juvenis começaram a utilizá-los como uma forma de estruturação de suas identidades; eram interpretados como representantes de suas visões de

mundo, um produto subcultural: como um modo de diferenciá-los de outros grupos sociais e estruturar suas identidade (Witek, 1992).

A contracultura nos anos 60 utilizou as histórias em quadrinhos de maneira bem intensa para expressar seus valores. A facilidade de ser fotocopiados (Moya, 1993, p. 188) e seu status como um produto que tinha uma aura de alternativo certamente contribuiu definitivamente sobre este fato. Estes aspectos são bem evidentes na seguinte passagem:

“Ao lado das tão aclamadas inovações na música popular, o mais influente e distintivo movimento artístico da contracultura da década de 60 foram os desinibidos e socialmente desafiadores livros de quadrinhos underground que se diferenciaram daqueles aprovados pelo Código ao adotar o nome *comix*. *Comix* underground eram publicações em preto e branco produzidas de forma barata e independente, que apareceram no final da década de 60 e início da década de 70 como escoadouro das fantasias gráficas e protestos sociais da contracultura da juventude” (Witek, 1992, p.51).

Robert Crumb, o representante mais famoso do *comix underground* criou personagens inspirados na contracultura americana: "Inspired by Beat-generation novelist Jack Kerouac, in 1965 Crumb sounded the seductive, picturesque theme of the open urban road in the extended narrative “Fritz Bugs out”. In so doing, Crumb captured the imagination of student America, which answered his comic clarion call to tune in, turn on, and drop out’ (O’Sullivan, 1990, p. 105). Os quadrinhos underground utilizaram um método diferente de produção e distribuição e eram direcionados para leitores bem diversificados (veja Estren, 1993). Eles foram produzidos de forma artesanal e adotavam uma propriedade coletiva dos produtos, como uma cooperativa em que todos tinham a mesma participação nos lucros. O processo de distribuição também era diferente porque era inconcebível, do ponto de vista dos quadrinistas, que utilizassem a maneira tradicional; tudo deveria ser diferente dos quadrinhos tradicionais. Porém, isto não foi um obstáculo para a quantidade de exemplares vendidos que chegavam a cem mil cópias entre os anos de 1968 e 1974.

“Consequentemente os quadrinhos underground eram por necessidade de um tipo completamente diferente em relação à indústria de quadrinhos comerciais e isso tinha um valor não apenas prático. Embora seja fácil romancear, isso deu aos criadores um orgulho sobre o que eles estavam fazendo, inspirando um trabalho original e artesanal. ‘Era uma completa liberdade que nos envolvia’, Crumb explicou mais tarde, ‘Não tínhamos ninguém sobre nós dizendo, “Você não pode desenhar isso”’ (Sabin, 1993, p. 46).

Porém, havia uma tensão entre o consumo e a intenção de expressão de revolta social dos quadrinistas. Como eles estavam tentando propor um modo alternativo de vida, tudo teve que ser diferente do mercado tradicional. Todavia, a necessidade de vender as revistas e aumentar o número de leitores representava uma contradição em relação aos seus ideais. Dessa maneira, os quadrinhos underground foram vítimas de seu radicalismo em identificar tudo que era vendido como servindo para a manutenção do **status quo**. Também podem ser consideradas razões para esse declínio a reação da sociedade conservadora, a cooptação da sociedade alternativa e o surgimento de outros quadrinhos adultos (Sabin, 1993, p. 242). A seguinte citação mostra como o mercado comercial tem se relacionado com os quadrinhos underground:

“Every ‘straight’ medium you can imagine has picked up, and picked on, the underground comics and cartoonist – occasionally with the heavily moralistic hatchet of the *insider*, but more often with a sense of the comics’ importance but a total lack of understanding” (Estren, 1993, p. 242).

O movimento underground na Inglaterra não foi tão forte quanto nos E.U.A., o que é creditado às diferenças da contracultura em ambos os países (veja Green, 1999; Roszak, 1995). As primeiras edições só apareceram no mercado depois de 1970. A primeira revista chamava-se *Cyclops* e publicou quadrinhos da *Zap*, do quadrinista *Spain* e de alguns autores ingleses. A revista era muito sofisticada e cara, não conseguindo durar mais que quatro números. A segunda revista foi a *Nasty Tales* (1971), uma revista mais próxima do

formato americano, que também publicava quadrinhos americanos e ingleses. A revista underground *Cozmic Comics* (1972) foi a que obteve o maior sucesso, chegando a ter mais de 20 números publicados. A próxima revista só apareceu em 1975. Chamava-se *Brainstorm Comix*. Tinha uma forte inspiração na cultura das drogas e se tornou uma recordista de vendas. Deliberadamente, evitava publicar quadrinhos americanos e se orgulhava de estampar na capa a frase "made in Britain" assim como a revista *Street Comix* (1976). Em relação ao processo de produção e distribuição, ambas utilizavam o mesmo sistema do underground americano (Sabin, 1993, p. 44).

O declínio da contracultura levou também ao declínio dos quadrinhos underground, pois sempre houve uma relação muito estreita entre eles. Também ocorreu uma forte campanha liderada pelos principais jornais e formadores de opinião contra esses quadrinhos. O criador de *Nasty Tale* foi preso e processado por infringir a lei contra a obscenidade e a revista teve que ser retirada do mercado. Na verdade, o alvo de toda essa campanha era a própria contracultura que ameaçava os valores conservadores ingleses.

Essas idéias reapareceram com toda força na segunda metade dos anos 70 com o movimento punk. Uma característica comum aos dois movimentos foi a utilização de produtos culturais como arma de luta para expressar as ideologias e fantasias de parte da juventude urbana. Em contraponto aos ideais pregados pela cultura hippie de paz e amor, os punks enfatizaram a agressividade, o niilismo e a falta de expectativas pra o futuro. Os punks criticavam a vida urbana em cidades grandes, mas não conseguiam vislumbrar qualquer alternativa que não fosse a destruição da sociedade. Eles eram contra a sociedade e o processo de homogeneização de padrões, mas sem ter claro o que seria a alternativa para ela. A idéia maior era se contrapor à sociedade dominante, como fica claro na seguinte citação:

“A contracultura da década de 60 foi, com espaço para discordância, mais facilmente assimilada pela cultura comercial do que o punk por muitas razões. Embora se opusesse à sociedade ‘quadrada’, ela tinha alguns fins positivos (por exemplo, acabar com a desigualdade de raças e com a guerra do Vietnã); ela pregava o poder das flores e do amor o que a fazia passível de sentimentalismo. O LSD e a maconha proporcionou um gosto pela fantasia e estórias. O Punk ofereceu uma crença raivosa e niilista, uma doutrina do ódio” (Lawley, 1999, p. 117).

O mercado popular britânico permaneceu pouco disposto a produzir quadrinhos para os leitores adultos. Esta situação só se transformou com o lançamento da revista *2000AD* (1976). Ela era um desenvolvimento da revista *Action*, que tinha algumas características das revistas underground, quadrinhos tradicionais americanos e de filmes como “Tubarão”. Esta combinação das duas tradições de quadrinhos é um elemento importante para entender as controvérsias geradas sobre eles pouco depois de seu lançamento. Embora fosse inicialmente direcionada para o público infantil, ela ganhou cada vez mais o público adulto. Quebrou o mito de que quadrinhos para criança deveriam ser apenas engraçados e despretensiosos e inaugurou uma tradição que não se encaixava no modelo tradicional. Esse caráter controverso, que retratava situações contemporâneas e temas controversos com o hooliganismo logo despertou a atenção dos críticos que se voltaram para a questão da violência em suas páginas. Os argumentos utilizados para censurar os quadrinhos de horror foram ressuscitados com acusações de estarem influenciando os leitores. No entanto, a campanha visava não especificamente as cenas de violência e sim às cenas em que as figuras de autoridade eram desrespeitadas. (Veja Barker, 1990; Barker, 1989, p.17-61).

"*Action* foi um marco nos quadrinhos ingleses por pelo menos duas razões. Primeiro, ela abertamente se aproveitou de muitas estórias e idéias de outras mídias. Assim, *Jaws: the movie* (Tubarão: o filme) se tornou 'Hookjaw' (Tubarão Anzol) , o filme *Death Race 2000* (Corrida Mortal 2000) se tornou o quadrinho 'Death Game 1999 (Jogo Mortal 1999); uma combinação de *The*

Professionals (a série de TV) com *Dirty Harry* e vários filmes policiais se tornaram 'Dredger'. (...) O segundo elemento foi a audiência de Action. Até aquele período todos os quadrinhos da IPC trabalhavam com a idéia de ter uma vida curta. (...) *Action* enterrou essa idéia; depois da esperada queda ela realmente começou a registrar um crescente aumento nas vendas – o que foi acompanhado por pacotes de cartas de fãs. Esse foi um novo tipo de audiência, os devotos" (Barker, 1998, p. 199).

Uma diferença entre *2000AD* e *Action* era que em *2000AD* as histórias se passavam no futuro, assim evitaria as críticas de *Action* lidar com temas contemporâneos (Barker, 1998, p. 199; Sabin, 1993, p. 55). Relativo ao estilo, ela experimentou um estilo americano que já provou ser muito próspero. Além disso, a revista deu suporte ao trabalho de autores envolvidos com os quadrinhos underground, que viram em *2000AD* uma oportunidade para ganhar dinheiro e também para auto-expressão.

"*2000AD* tinha uma "atitude" que era inconfundível e isso atraiu a atenção de escritores e artistas de quadrinhos ingleses que estavam fora do mercado comercial. Especialmente criadores do underground que viram em *2000AD* um quadrinho com o qual podiam se relacionar. Embora em termos de regime de trabalho ela ainda estivesse atada ao sistema trabalho por aluguel parecia que, apesar disso, ela permitia espaço para pelo menos alguma forma de auto-expressão quando estava sobre o controle de Pat Mill (que naquele período tinha uma reputação como um tipo de 'maverick'). (Sabin, 1993, p. 55).

Os autores que tinham envolvimento com os quadrinhos alternativos anteriores começaram a produzir material direcionado para o público adulto. Uma característica dessas histórias é que elas se passavam no futuro, algo que é bastante diferente da relação entre os quadrinhos *underground* e as experiências cotidianas contemporâneas. A revista teve uma cobertura entusiástica pela imprensa musical que a recomendou aos leitores, assim como algumas estrelas de rock a mencionaram como uma de suas leituras favoritas. Esses fatos contribuíram para criar uma relação mais íntima entre os quadrinhos e uma audiência de adulto. De acordo com Sabin (1993, p.58), *2000AD* conseguiu romper a diferença entre os quadrinhos adultos e os dirigidos às crianças e adolescentes.

Nós discutimos a história das histórias em quadrinhos comerciais e alternativos para as tradições às quais a revista *Viz* pode ser relacionada. Foram destacados três momentos fundamentais nesta história: a) a criação de *Mad*; b) *underground* comix; c) movimento de punk. Cada um tem seu conteúdo peculiar e método de distribuição. Nós observamos que aquela *Mad* utilizava muitas paródias de produtos de mídia. Além disso, ela trazia críticas à sociedade de consumo através das brincadeiras com os anúncios comerciais. Isso era mais óbvio no período em que Kurtzman estava produzindo a revista (Reidelbach, 1991, p. 52). Por outro lado, o *underground* e os quadrinhos punk não privilegiaram a mídia como tema principal nas suas referências. Eles se voltavam para a vida cotidiana de pessoas comuns. Eram trazidas para suas páginas experiências que eles observaram nas ruas. É importante ressaltar que esta ênfase em experiências de rua é uma diferença fundamental entre quadrinhos alternativos e comerciais. Porém, seria ingênuo dizer que há uma forma de representação real da realidade como se eles fossem um espelho porque os autores selecionavam os temas, ideologias e desejos próprios que eram importantes a eles, ignorando outras perspectivas.

O fato de os EUA terem estabelecido a tradição de quadrinhos no mundo contribuiu para que a aceitação de outros quadrinhos seguisse esse modelo para se tornarem famosos. O formato das revistas em quadrinhos funciona também como um modo de identificá-las entre outros tipos de revistas. Como eles estão normalmente à mostra em locais cheios de outros produtos, a estratégia de ter uma capa “chamativa” é muito relevante. Esta situação pode ser aplicada a todos os gêneros de quadrinhos. Uma exceção seria os quadrinhos *underground* que, por definição, tentam criar modos alternativos para mostrar a criatividade e o estilo peculiar de seus autores.

A tensão entre os alternativos e os quadrinhos comerciais aconteceu em pelo menos dois momentos da história dos quadrinhos: na contracultura com o *Comix*, e durante o movimento de punk e suas repercussões como o “boom” dos quadrinhos adultos no início da década de oitenta. Em ambos os casos, havia uma ideologia de autenticidade que influenciava os artistas, produtores e consumidores para propor novos modos de produção, distribuição e consumo. Havia uma tendência para resistir à cultura comercializada e preservar um senso de independência em relação ao mercado comercial. Essas questões ficaram mais claras em relação à música rock que oferecia ao seu público um espaço para lidar com experiências cotidianas. Isto é expresso claramente na passagem seguinte:

“A ideologia da autenticidade foi uma estratégia através da qual a cultura jovem poderia rearticular as contradições vividas entre otimismo e cinismo. Ela redefiniu aquela sensibilidade como uma que eles poderiam se apropriar como sendo sua. Ela os fortaleceu para escapar do tédio do cotidiano ao fazer do rock e dos eventos relacionados a ele algo que realmente importava. E ao mesmo tempo os deu poder para escapar da sombra do público através da reconstrução dos contornos do espaço ao redor do rock e da juventude”(Grossberg, 1992, p. 208).

Diferente das duas décadas anteriores, os quadrinhos adultos nos anos 80 não tinham um movimento de juventude que desse apoio a eles. Além disso, a distinção entre o que era alternativo e comercial começou a ser bastante questionada após a apropriação de ícones do movimento hippie e punk pelo mercado tradicional. A consequência imediata desse fato foi a fragmentação da audiência e o surgimento de quadrinhos que pudessem satisfazer essas novas expectativas. Os quadrinhos que foram lançados combinavam tendências que sempre foram compreendidas como estando em mercados bem diferentes. Não se está querendo dizer que nunca houve produtos que combinassem as duas perspectivas ou que exista uma distinção fixa entre eles, o que se quer ressaltar é a falta de radicalismo que opunha os quadrinhos alternativos e os comerciais. O que se observou a

partir dessas décadas foi um amadurecimento do mercado para este tipo de quadrinhos. A consolidação foi acompanhada pela quebra da interpretação de que quadrinhos eram predominantemente um produto voltado para as crianças e adolescentes. É neste contexto que vai surgir a revista *Viz* no mercado Inglês. Ela representou um período de consolidação dos quadrinhos para adultos e um sucesso editorial sem precedentes como veremos durante essa análise.

1.2 A revista *Viz*: carnaval e comercialização

Viz é a revista de quadrinhos de adultos mais famosa na Inglaterra de todos os tempos, conseguindo ter uma tiragem de 1 milhão de exemplares. Ela surgiu em Newcastle, norte da Inglaterra, em dezembro de 1979, como uma publicação independente de dois irmãos, Chris e Simon Donald (19 e 16 anos respectivamente) e era distribuída de mão-em-mão na localidade. A primeira tiragem foi de 150 exemplares, vendidos em portas de shows. Nota-se que inicialmente em termos de produção, distribuição e vendas ela se assemelhava aos quadrinhos alternativos das décadas anteriores. Este aspecto é importante para uma compreensão daquele momento, porque atraiu a atenção dos leitores para uma tradição que estava bem longe dos desenhos sofisticados de super-heróis e dos quadrinhos para crianças. De acordo com Lawley (1999), eles pretendiam fazer um fanzine 'punk', mas foram aconselhados por um membro do movimento, Arthur Comics, a produzir quadrinhos de humor. Ele também mostra que as tiras de quadrinhos de *Viz* eram bastante parecidas às que circulavam nos fanzines punk da época (p. 112). Porém, não há nenhuma razão para opor a idéia de um fanzine punk e uma publicação de humor. O que se quer ressaltar é que

a revista não adotou abertamente a atitude de propagar as idéias do movimento como aconteciam com os quadrinhos underground na década de 60 em relação aos hippies. Argumentaremos nesta tese que a originalidade de *Viz* estava precisamente na mistura de estilos e tradições que historicamente tinham sido vistas sempre separadas. A sensibilidade punk atrelada a um descomprometimento em relação a qualquer forma de ideologia certamente contribuiu para que ela seduzisse seus leitores. Essa falta de compromisso com atitudes estereotipadas e com o mercado proporcionou aos irmãos Donald uma total liberdade de criação. Eles poderiam colocar em suas páginas qualquer coisa que tivessem vontade sem precisar pensar sobre a aceitação desse produto no mercado comercial.

Há dois autores ingleses, Sabin (1993) e Huxley (1998), que se dedicaram a compreender o fenômeno *Viz*. Huxley se volta para discutir duas perguntas principais: a primeira é como *Viz* pode ser relacionada às décadas de 60 e 70 como um quadrinho underground; a segunda questão é o tratamento de classe e gênero presentes na revista. Na primeira parte do capítulo, ele mostra o que entende como sendo o estilo do *Viz*:

“Its style is summed up by some of the names of its most famous characters: ‘Johnny Fartpants’ (‘There is always a commotion going on in his underpants’), ‘Buster Gonad’ (‘and his unfeasible large testicles’), and ‘The Fat Slags’ (‘Oh dear, I don’t fancy yours much’). There is little room here for nuances and subtlety: the comic will make jokes at almost anyone’s expense and doesn’t seem to care who it offends. More recent issues have improved the quality of drawing and production, but only slightly. The comic is a mixture. It looks like a less efficiently drawn Beano, and reads like a surreal cross between a Carry On film and a Lenny Bruce Monologue”(Huxley, 1998, p. 273).

Inicialmente ele destaca que o termo underground não é muito preciso porque quer englobar uma imensa quantidade de estilos e propostas que, muitas vezes, apresentavam-se opostas. No caso da Inglaterra, ele acentua que é muito difícil pensar numa tradição alternativa por várias razões: primeiro, há o preconceito contra quadrinhos que na Inglaterra

parece ser mais forte que em qualquer outro país ocidental; segundo, há uma atitude de descuido relativo à distribuição dos quadrinhos que sempre levou os produtores a não se aproximarem desse segmento de produção cultural. Ele discute que esta atitude pode ser um resultado do tipo de pessoas envolvidas em sua produção, normalmente vindas de faculdade de belas-artes e faculdades de arte, algo que também está presente nas edições iniciais de *Viz* (p. 278). Em terceiro lugar, estes quadrinhos eram elitistas porque só faziam referências a temas que interessavam a esse tipo de estudantes. Em quarto lugar, eles competiam com produtos americanos, como as revistas *International Times*, *OZ* e *Zap*, que eram melhor produzidas, escritas e desenhadas. Houve também o problema da distribuição, que dificultou o acesso dos leitores aos quadrinhos ingleses. O último e mais importante aspecto, de acordo com o autor, foram as campanhas de censura e o julgamento da revista *OZ* em 1971, que só fez contribuir para aumentar o preconceito contra os quadrinhos alternativos.

Depois de apontar essas dificuldades para o sucesso dos quadrinhos underground e alternativos, ele se pergunta se *Viz* é realmente um quadrinho para adultos, ele próprio responde que sim porque está estampado na capa da revista. Ele ressalta que a revista conseguiu superar o problema de distribuição ao utilizar apenas lojas especializadas para sua venda e, então, em 1985 houve um fato decisivo, quando a *Virgin Books* assumiu a distribuição, que passou a ser nacional.

O argumento de Huxley sobre a discussão do mercado chega a afirmar que *Viz*, apesar de estar no mercado ao lado de vários títulos americanos, não competia diretamente com eles. No entanto, não há qualquer evidência que fundamente esta afirmação. É um fato que a revista não competia com as “graphic novels”, que se situam em um outro segmento de mercado, mas havia quadrinhos americanos vendidos na Inglaterra que competiam no

mesmo segmento de mercado de *Viz*. As razões para que o público inglês desse preferência a *Viz* são várias, mas não se pode afirmar que esse tipo de opção não se oferecia para os leitores de quadrinhos. Além disso, a revista mais influente nesse segmento de mercado é a *Mad* que consegue ter um público cativo em várias partes do mundo e, certamente, colocava-se como opção para os leitores ingleses. De acordo com o argumento desenvolvido nesta tese, a comparação de *Viz* com a revista *Mad* traz muito mais contribuições para a compreensão da posição de mercado de *Viz* que os quadrinhos underground, como argumenta Huxley.

Em relação à forte censura inglesa, Huxley argumenta que ela conseguiu driblá-la porque não era vista como tão perigosa quanto as anteriores: “It might gnaw at the edges of the perceptions of mainstream society but it does not try to destroy its fundamental tenets as some previous underground publications attempted to do” (p. 282). Este argumento também pode ser questionado porque nunca houve qualquer intenção da revista em oferecer uma ameaça à sociedade. Desde o começo, ela adotou um estilo de paródia e sátira que não propôs qualquer tipo de 'sociedade alternativa' ou ideologia vinculada a grupos sociais contestadores. Inclusive será visto, no decorrer da análise de *Viz*, que ela apresentava características bastante conservadoras.

Em seguida o autor tenta explicar os ‘elementos fundamentais’ para o sucesso de *Viz*. Primeiro, ele argumenta que a revista tinha uma forte tendência a confrontar alguns tabus sociais, tais como a moralidade e o sexo. O prazer de seus leitores viria então da ofensa que este tipo de conteúdo causaria nos outros. No entanto, não está claro neste artigo que tipos de tabus são confrontados nas competições de *Viz*. Há também uma identificação com o sotaque da classe trabalhadora. Este último ponto realmente parece ser muito

significativo porque a revista utiliza uma linguagem cotidiana da rua que confronta a visão 'correta' da língua.

Depois de se deter sobre esses aspectos, o autor analisa o significado dos personagens para o discurso da revista. Sua análise divide os personagens a partir das seguintes categorias: paródias (*Billy The Fish* [*Roy of the Rovers*]; *Black Bag*[*Black Bob*]); fotonovelas; artigos de jornais, personagens imperfeitos (*Roger Mellie*, *Fat Slags*, *Big Vern*, *Spoilt Bastard*, *Roger Irrelevant*, *Postman Plod*, *Millie Tant*), qualidades físicas (*Buster Gonad*, *Johnny Fartpants*). *Black Bag* que é uma paródia direta de um personagem da revista *Beano*.

“What links the parody of comics in *Viz* with the jokes about physical exaggeration ('Buster Gonad' etc.) is that there is no *obvious* disapproval of the characters. The humour lies in the incongruity of Johnny Fartpant's extensive flatulence or Black Bag's ability to rescue his 'master' from dire situations even though he is only a plastic bin-liner”(p.284).

O enquadramento dos personagens em tais categorias não parece contribuir para entender a importância deles para a revista. Não há nenhum esforço para entender o contexto social em que eles aparecem, a relação com outros aspectos da revista e referência à história dos quadrinhos. Não está claro o que ele quer dizer pela categoria 'caráter imperfeito' que agrupa *Roger Mellie* e *The Fat Slags*. Veremos que eles representam facetas bem diferentes da realidade. Só para exemplificar, um fator distintivo sobre *Roger Mellie* é que ele trabalha para televisão e fala palavrões no ar. Considerando a forte relação entre *Viz* e os produtos da mídia, a categoria para *Roger Mellie* deveria incluir algo relacionado a ela. Uma crítica sobre o tipo de categorização utilizada por Huxley é que ela não recorre a qualquer referência ao cotidiano trazido por esses personagens para a revista. Isto não pode

deixar de ser considerado quando se observa o estilo realista utilizado por *Viz*, com referências diretas e constantes à realidade da sociedade inglesa.

Outro elemento que falta na análise do autor é a referência ao papel dos textos na revista. Uma de suas características é a mescla entre textos e quadrinhos: os textos oferecem o contexto para a compreensão das personagens, eles são compreendidos permeados por paródias de tablóides, personalidade famosas e programas de TV. Nesse caso, não se pode compreender os personagens como se eles estivessem em uma revista que só tem histórias em quadrinhos. É necessário discutir a implicação destas outras partes da revista para o seu discurso. Enquanto os personagens tratam de referências ao mundo infantil dos quadrinhos, os textos trazem a realidade do mundo adulto para suas páginas. Nós discutiremos que a relação entre essas duas realidades é um ponto central para se compreender o discurso da revista *Viz*.

Como foi demonstrado neste capítulo, os quadrinhos ingleses eram predominantemente direcionados às crianças, apesar de serem inicialmente direcionadas para os adultos. É parte da experiência de socialização o contato as revistas *Beano* e *Dandy*. No caso de *Viz*, ela pode ser posicionada em uma tradição de revistas satíricas que foram responsáveis pela criação dos quadrinhos tipicamente britânicos. No entanto, será visto que a revista teve que dialogar com a tradição dos quadrinhos infantis para construir sua própria identidade no mercado, ela construía sua identidade a partir da diferenciação daqueles voltados para o público infantil. O uso destas referências para criar o conteúdo de *Viz* é muito importante para entender o seu sucesso e a transformação em seu conteúdo porque propôs uma nova relação entre os leitores e os quadrinhos: os leitores teriam que deixar de lado as experiências de infância e entrar na realidade 'adulta' proposta pela revista.

Huxley mostra que a relação entre *Viz* e o que ele chama de "personagens com defeitos" é dúbia. Há um certo 'grau de desaprovação'. Ele utiliza o exemplo de *Sid the Sexist* que tinha uma imensa aceitação entre os leitores, há camisas com sua imagem, mas *Sid* é sempre humilhado no final das histórias. Ele diz que o fato de os leitores usarem os produtos relacionados ao personagem não significa que eles concordem ou queiram ser como ele e que a relação com o personagem ocorre devido a um sentimento de superioridade. Ele argumenta que há a criação de um grau de "desaprovação". Em seguida ele defende a revista da acusação de que ela é machista por causa das personagens The Fat Slags. Seu argumento é de que o simples fato de a revista ser direcionada para o público masculino não significa que ela seja machista e conclui que The Fat Slags não é ofensiva para as mulheres. "Their humour can be described as 'safe' or 'not radical'; but this does not mean that it is conservative or establishment humour – it can still be irreverent and knowing. Simon Donald replied: 'The joke is that people treat the parts of women's body as if they're a joke'" (p. 286) Ele contesta a idéia defendida por Hearn de que *Viz* é homoerótico. "*Viz* is a homoerotic, homosexual and homoreproductive (cult) ural product of seething predictability: an erotic exchange of bits of male bodies between men... no wonder men love it' (Hearn, 1994: 72). Ele diz que este argumento está baseado nos tipos de coisas que Felix coloca dentro de sua cueca e que só isto não é argumento suficiente para concluir que ele tem essa característica. E que as histórias podem significar outras coisas:

"The 'Felix' strip, like the 'Bottom Inspector', is full of references to, and guilty about, dirty underwear and sexual embarrassment relating is particular to fears of childhood and adolescence. After the initial humour of the increasing incongruity of what Felix puts in his underpants there is another level of the strip which plays on these fears of going out into the world totally vulnerable, dressed only in your underwear"(p.287).

No final do artigo, ele conclui com uma citação de Simon Donald, que tenta explicar a razão do sucesso da revista: ‘the kind of humour that everybody laughs at but they tend not to admit it (...) I think our comic is probably the first time this schoolboy, cheap, vulgar humour [which] everybody has a laugh at – maybe some more than others – but it’s the first time its been on paper’ (p. 289). Será visto no decorrer dos argumentos desta tese que este realismo é um aspecto imprescindível para o discurso de *Viz*, e que seus personagens devem ser entendidos a partir do seu estilo 'realista' que caracteriza este tipo de história em quadrinhos. Uma outra crítica ao argumento de Huxley é que ele não faz nenhuma distinção entre os vários períodos de *Viz* em termos de mudança em seu conteúdo. *Viz* é tratada como homogênea do início ao fim de sua história. Sabe-se, entretanto, que as características atuais da revista foram conseguidas depois de um longo processo de transformação que será explicado nos próximos capítulos.

Sabin (1993) oferece uma contribuição importante para este debate. Ele situa *Viz* na cultura dos anos 70 com uma forte associação com o movimento punk. De acordo com ele, ‘its distinguishing feature was a lack of respect for anyone or anything’ (p. 117). Ele acentua o fato de *Viz* parodiar os quadrinhos de crianças das décadas de 60 e 70 e afirma que a geração de punk cresceu com estes quadrinhos. Ele diferencia *Viz* do underground dizendo que a revista não retratou nenhuma ideologia que direcionasse a escolha de temas ou personagens: o único critério para estar em suas páginas era ser engraçado. Sabin acentua um ponto importante, que é o momento em que *Viz* se tornou um quadrinhos viável financeiramente, solicitou anúncios no comércio local, aumentou o preço a 35 centavos e, o mais importante de acordo com o argumento desta tese, “... a professionally–printed tabloid format was introduced (in imitation of traditional children’s comics)” (p. 119). Esta foi uma mudança muito significativa para *Viz* porque a adoção de um formato semelhante à tradição

britânica reforçou a paródia dos quadrinhos de crianças como um dos elementos centrais para o início de sua inserção no mercado.

A consequência dessa mudança é que a revista ficou menos 'raivosa' e mais influenciada pela comédia alternativa. Um outro ponto decisivo foi em 1985 quando a "Virgin books" se tornou seu distribuidor, o que coincidiu com seu período mais lucrativo entre 1985 e 1989. De acordo com Sabin, seu sucesso teve mais relação com a falta de posicionamento político do que com sua presença. Assim, a revista não era claramente identificada como sendo política. Enquanto alguns comediantes assumiam esse debate e incorporavam posições políticas para si, *Viz* simplesmente ignorou esse debate e se voltou para o humor descompromissado.

É um ponto realmente relevante dizer que o preço conseguiu diferenciar *Viz* diante e outros quadrinhos, porém a comparação com *Batman* e as "graphic novels" como faz Sabin não ajudam a entender este ponto. *Viz* é parte de uma tradição que está em contraste com quadrinhos de super-heróis populares como *Batman* e não estava competindo diretamente com esses produtos. Para que o preço fosse realmente um argumento importante, Sabin teria que mostrar que revistas semelhantes a *Viz*, quadrinhos de humour de adulto, tinham preços muito mais altos, o que não era o caso naquele período.

Ele argumenta que "*Viz* made a completely different connection with the public than other comics did. Most of the people who read it did not read any other comics. It was perceived as a 'comedy magazine' (like, say, *Private Eye*) rather than as a comic *per se*" (p.123). *Viz* permaneceu barata enquanto outros quadrinhos ficaram caros. *Viz* evitou esta tendência e foi para o "*politically incorrect*". Ele mostra que embora possa ser relacionada à 'revolução de quadrinhos adultos dos anos oitenta, *Viz* teve uma conexão completamente

diferente com seu público, porque reforçou a tradição britânica enquanto outros seguiram um modelo americano:

“While other comics generally progressed in the direction of flashier presentation, more expensive price and a pervasive ‘American-ness (even when produced by British creators), *Viz* was cheap, produced on low-quality paper stock and traded resolutely British brand of punk cheekiness. The difference between a £14.95 hardback *Batman* graphic novel and the 90p *Viz* could not be more pronounced” (p. 122).

Ele ressalta que houve um declínio na qualidade da revista no final dos anos oitenta: ela ficou menos criativa, sofreu críticas da imprensa de esquerda e teve seu machismo extremamente criticado. No entanto, seus autores não se sentiram envergonhados e responderam colocando *The Fat Slags* para fazer propaganda de cerveja assim como aumentou o número de produtos associados aos personagens.

“These were mild inventions compared to some of the characters that had appeared in the underground comix, but featuring in a (now) mainstream publication they cemented *Viz*’s reputation as being outrageous. Their arrival also signalled the entry of a certain self-consciousness in the comic: hereafter, there would be fewer moments of comedic genius and more of gratuitous offensiveness” (p. 124).

Nós discutiremos nesta tese que a relação entre os textos e os personagens da revista pode ter contribuído para a revista ser interpretada como uma revista humorística do tipo *Private Eye*. Este fato é realmente importante na Inglaterra onde quadrinhos para adultos nunca tiveram um grande espaço no mercado. Porém, a compreensão de *Viz* como uma revista de humor não contrasta com sua característica principal de ser uma revista em quadrinhos. *Viz* era reconhecida popularmente com uma revista em quadrinhos e seus personagens eram objetos constantes de referências tanto pelos leitores quanto pela mídia; eles também foram adaptados para a televisão, embora não com muito sucesso, e usados para vender produtos como camisetas, canecas, vídeos e assim por diante. Dessa maneira, é

preciso ressaltar que uma compreensão total da revista tem que levar em conta ambos os níveis. Considerando esses aspectos, embora a revista tenha feito "uma conexão diferente" com seus leitores, como discute Sabin, isto não significa que seus personagens tenham deixado de ocupar o papel central na revista. O que ocorreu foi a utilização da tradição das revistas de humor e tablóide como uma forma de maximizar os leitores. Não apenas aqueles que gostavam de quadrinhos a compravam, mas também os leitores que liam publicações de humor e tablóides. *Viz* lidou com as tradições dos quadrinhos de crianças e tablóides para construir seu perfil como um quadrinho adulto.

É bem conhecido que quadrinhos americanos são os mais famosos e dominam várias partes do mundo inteiro. Na Inglaterra, foram publicados quadrinhos de adulto americanos em revistas como *Times Internacional* e *Oz*. A comparação com esses quadrinhos da maneira com Huxley e Sabin fizeram, levaram a que *Viz* fosse entendida como parte dessa tradição. Embora os dois autores tentassem confrontar a idéia de que a revista era 'underground' e 'alternativa', eles sempre utilizaram esses dois exemplos de quadrinhos para mostrar até que ponto *Viz* representou um tipo de 'autenticidade inglesa', ou, nas palavras de Huxley: "... essentially its humour is uniquely British" (p.282). Sabin também discute a revista a partir desse ponto de vista e mostra porque *Viz* seria diferente dos 'underground' "The underground had been outrageous and violent, certainly, but never developed *Viz*'s 'killer instinct'. By the same token, *Viz* was not part of a propagation of a coherent ideology postulating an alternative society..." (p. 119).

Deve ser enfatizado que este tipo de comparação também peca pela forma homogênea como o *underground* é visto, tendo uma ideologia coerente ou propondo uma sociedade alternativa. O autor mais famoso desse gênero, Robert Crumb, não tinha este tipo de perspectiva, ele desenhava o que gostava e se colocava bem crítico em relação às

ideologias da juventude naquele período. A diferença entre *Viz* e esses quadrinhos não está nessa falta de uma ideologia coerente, e sim no tipo de conteúdo que não lidava com nenhuma forma de enfrentamento a valores sociais dominantes ou questionava o conservadorismo de algumas atitudes. Durante os anos 60, foi essa atitude que aproximou os quadrinhos dos movimentos jovens.

Uma comparação mais apropriada e justa que explicaria melhor seu conteúdo deveria ser feita com *Mad*. Nós discutiremos que embora *Viz* tenha algumas características de quadrinhos alternativos nos primeiros exemplares, o modo como ela se desenvolveu em anos subseqüentes, e o estilo que dominou a maioria de sua história, conduziram a uma aproximação cada vez maior com a revista *Mad*. Como já foi discutido, *Mad* é a revista mais influente deste estilo e influenciou autores em várias partes do mundo. Dessa forma, não se pode desconsiderar essa revista em uma análise sobre a revista *Viz* como fizeram os dois autores analisados nesse capítulo. Um outro ponto que ressalta esse aspecto é que eles também competem pelo mesmo segmento de leitores adolescentes e jovens adultos no mercado comercial e não no mercado alternativo.

De acordo com ambos os autores, a peculiaridade de ser um quadrinho fundamentalmente britânico seria a razão para seu sucesso. Este argumento não parece satisfatório por pelo menos duas razões: a) primeiro, embora o idioma e a realidade retratada sejam britânicas, a estrutura da revista e seu estilo não é tipicamente britânica; por exemplo, podem ser achados tipos semelhantes de produtos no Brasil (Silva, 2002) e nos Estados Unidos; b) vários quadrinhos na Inglaterra adotaram um estilo semelhante e não conseguiram obter tanto sucesso. Dessa maneira, o argumento de uma certa autenticidade inglesa para o sucesso da revista precisa ser revisto.

É um fato que as referências à realidade inglesa na revista seja um ponto fundamental para se entender seu sucesso, ela adota um estilo realista com referências diretas às situações vividas no cotidiano. Nota-se também que esse realismo é uma característica predominante das tradições de quadrinhos das quais *Viz* é uma herdeira. Ele vai criar um vínculo muito forte entre o conteúdo da revista e as experiências vividas no cotidiano. Dessa forma, será importante discutir como a revista lida com essas experiências e propõe um certo contrato com os leitores a partir delas. Investigaremos como seu conteúdo recorre à realidade social e à intertextualidade com outros produtos culturais. Nós argumentaremos nos capítulos seguintes que o contrato entre *Viz* e sua audiência está baseado na interseção entre referências diretas à realidade social, um estilo realista, e a paródia de produtos da mídia de grande sucesso.

Antes de continuarmos nossa discussão, devemos clarificar algumas questões envolvidas com as idéias de 'realidade' e 'realismo'. A discussão sobre realismo é baseada na idéia de até que ponto os produtos da mídia refletiriam fielmente o que acontece na realidade, com está claro na seguinte definição: "Realism is a form of representation that claims to reproduce faithfully events that happen in the world" (Mules, 1994, p.150). A menor ou maior aproximação desses produtos da realidade definiriam seu estilo como realista. A partir dessa perspectiva, um texto é considerado realista se refletir os aspectos da realidade fora de si mesmo, enquanto um texto não-realista teria pouca semelhança com ela. Porém, é uma tarefa muito árdua traçar uma linha que separe esses dois mundos. Os produtos de mídia sempre estão jogando com ambigüidades na construção de seu discurso. De acordo com Fiske (1987) a discussão sobre realismo deveria ser colocada de outra forma: "Realism is not a matter of fidelity to an empirical reality, but of the discursive conventions by which and for which a sense of reality is constructed" (p.21).

Ele discute a idéia das maneiras como a televisão 'produz' a realidade mais do que a reflete, o que se assemelha à idéia de O' Sullivan *et al* (1994), que a define como um "sentido ou produto do discurso" (p. 259). No entanto, essa abordagem parece não considerar que exista uma realidade concreta fora do discurso dos produtos, e que a própria concretude é uma criação desse discurso. Dizer que a realidade só é acessível pelo discurso não significa que apenas não exista uma realidade fora desses discursos: "Reality is always constructed, and made intelligible to human understanding by culturally specific systems of meanings" (Strinati, 1995, p. 109). Este é um ponto importante para nossa discussão porque nos permite concentrar os argumentos sobre os elementos que um produto cultural usa para construir sua própria realidade. A pergunta a ser respondida não é se produtos culturais retratam certos aspectos da realidade de forma fiel, mas que vozes são expressas nesses discursos:

"Nature, or objective reality, does not "make sense" on its own - we have only to look at the vastly different interpretations different discourses make of universal nature to see evidence for this assertion. Discourse, as we have seen, is not only a product of culture, it is also, in industrialized societies at least, the product of society, and the power of political relations within that society. A discourse will always stem from a socially (politically) identifiable point and will serve the interest of the groups around that point by making their sense of the real appear *common* sense: and common sense is, as Barthes (1973) says, "truth when it stops on the arbitrary order of him who speaks it" (p. 150). So, as critics, we must never be content with asking and revealing what view of the world is being presented, but must recognize that someone's view of the world is implicitly or explicitly, obviously or subtly, inscribed within it. Revealing the *who* within the *what* is possibly the most important task of criticism" (Fiske, 1987, p. 42).

Nesta perspectiva não é apenas suficiente discutir a fidelidade das representações trazida pelos produtos da mídia. Está claro que todos os produtos constroem uma realidade específica a partir de várias referências, que se aproximam mais ou menos da realidade exterior.

"Classic realist narrative and its preferred reading strategy try to construct a self-contained, internally consistent world which is real-seeming. By this, I mean not that it is an objective reproduction of the real world, but that it appears to be, and this appearance is governed by the extent to which the common-sense conventions that structure our understanding of the real world appear adequate to decode the fictional world, that of diegesis. Verisimilitude is based not on iconic representation, but upon replicating the convention by which sense is made" (idem).

Outro ponto que deve ser esclarecido é que tipo de representação realista os quadrinhos oferecem para seus leitores. Indubitavelmente há várias diferenças entre quadrinhos que tratam de um mundo fantástico, como quadrinhos de super-heróis, e esses como o *underground* e alternativos, que utilizam experiências cotidianas com principal fonte de elaboração. No entanto, essa distinção deve ser vista como um instrumento analítico porque os quadrinhos muitas vezes misturam várias tendências.

Os quadrinhos misturam mundos fantásticos com elementos de vida cotidiana. Problemáticas atuais podem ser transportadas para o tempo futuro ou passado de acordo com a vontade de seus autores. Um exemplo claro deste aspecto é a revista inglesa *2000AD*, cujo personagem mais famoso, *Judge Dred* adaptou problemas contemporâneos como dos holligans para a ficção científica (Barker, 1998, p. 199; Sabin, 1993, p. 55).

O estilo realista nos quadrinhos não significa que a realidade está sendo representada como se fosse um espelho. Byerly (1997) argumenta que a meta do realismo não é apresentar "um retrato realístico da vida" (p. 184) e que ele deve ser compreendido como qualquer outro movimento artístico. Fazendo um comentário sobre a posição de Realismo como um 'espelho' da realidade Nochlin (1990) argumenta:

"This is a gross simplification, for Realism was no more a mere mirror of reality than any other style and its relation *qua* style to phenomenal data - the *donnée* - is as complex and difficult as that of Romanticism, the Baroque or Mannerism. So far

as Realism is concerned, however, the issue is greatly confused by the assertion of both its supporters and opponents, that Realists were doing no more than mirroring the reality" (p. 14).

A importância dessa distinção é que ela tem consequência direta para a compreensão dos quadrinhos porque ela implica hábitos diferentes de leitura, tradições e convenções. Joseph Witek (1989), analisando os quadrinhos de *Jack Jackson*, *Arte Spiegelman* e *Harvey Pekar*, mostra claramente como esses quadrinhos utilizam experiências pessoais e históricas e as misturam com o estilo de aventura e fantasias. Este tipo de transformação vai depender principalmente da intenção do autor em ser o mais fiel possível à realidade, seja pessoal ou histórica, em vez de mundos fantásticos. Deve ficar claro neste capítulo que não se está dizendo que o tipo de quadrinhos do qual *Viz* faz parte retrata fielmente o que acontece nas ruas. Nossa perspectiva é ver com quais aspectos *Viz* constrói sua própria realidade e quais efeitos a comercialização dos quadrinhos teria sobre esta construção. A resposta textual para este processo de comercialização é o foco central desta tese.

A questão da comercialização da revista se coloca como fundamental porque foi uma revista que conseguiu passar de características de um quadrinho alternativo para a revista de maior sucesso comercial na Inglaterra. O momento crucial para este processo foi em 1985 quando a *Virgin Books* começou a distribuir a revista nacionalmente sem que fosse feita qualquer restrição ao seu conteúdo, como faziam as outras empresas de distribuição. Assim que ela adquiriu esta distribuição nacional, ficou claro que a revista estava cruzando os limites entre um quadrinho alternativo e mais comercial. *Viz* foi posta nas estantes ao lado de outras revistas sem qualquer tipo de censura. Eles também evitaram ser identificados com as lojas especializadas em quadrinhos, que possuíam uma

característica mais elitista e séria. Sendo vendida ao lado dos jornais a colocou disponível para leitores que não liam e não estavam familiarizados com os quadrinhos e que poderiam comprar a revista por curiosidade. Assim, a revista não estava apenas competindo com os quadrinhos tradicionais, mas se oferecia nos pontos de venda para qualquer tipo de leitor. É importante destacar como esta característica heterodoxa, misturar quadrinhos com paródias de tablóides, foi uma de seus apelos mais evidentes desde os primeiros exemplares.

Deve ser enfatizado neste ponto que *Viz* é um exemplo de como um produto conseguiu cruzar os limites de um mercado pequeno para um de grandes proporções. A revista teve que construir seu próprio perfil durante esse processo de comercialização. A peculiaridade de *Viz* neste contexto é que ela não teve que estar sujeita a qualquer indústria cultural externa que impôs uma estrutura pronta ao produto para se adaptar ao mercado. O processo aconteceu de dentro, de uma adaptação a um novo mercado a partir das expectativas de seus criadores. A pergunta essencial para ser respondida com esta tese é como entender este momento de adaptação ao novo mercado a partir de uma mudança de formato e conteúdo, ou melhor dizendo, como o processo de comercialização interferiu nas mudanças ocorridas no discurso da revista.

2. Cultura popular e Comercialização

Este capítulo discutirá como teorias da cultura popular trataram das questões relacionadas à comercialização da cultura, e a relação entre o mercado comercial e as culturas alternativas. A primeira parte discute os autores principais no campo dos estudos culturais e como eles contribuíram para este debate. A comercialização na música popular foi investigada muito mais que nos quadrinhos e servirá como um ponto de analogia para discutir a interferência da comercialização sobre os produtos culturais (veja Negus, 1992; Longhurst, 1995; Perkins, 1996; Shuker, 1997).

A segunda parte do capítulo discute a contribuição da teoria pós-moderna. Identificamos suas características principais e como os produtos culturais podem ser entendidos nesse contexto. Damos uma atenção especial à idéia de carnaval e de cultura carnavalesca, que revelam pontos importantes para se entender a cultura popular em geral e *Viz* em particular. Nós veremos que a idéia de carnavalesco alarga as possibilidades de explorar as contradições aparentes em produtos culturais que lidam com tabu e temas controversos. Isto nos permite entender os produtos que trabalham na fronteira entre o que é permitido e o proibido.

Notamos que desde o primeiro aparecimento, no século dezenove, do que é hoje em dia compreendida como cultura popular, foram investigadas várias questões: a relação com a audiência, o papel dos produtores, criadores, o processo de distribuição e assim por diante. Um ponto central neste debate são as mudanças na esfera da cultura promovida pela produção da cultura de massa. A cultura de massa e produção de massa confrontaram a idéia de cultura popular que era historicamente associada à autenticidade, como algo criada

pelo povo a partir de seu cotidiano. Essa nova condição levou a que a cultura de massa fosse compreendida com uma tecnologia desumanizada (Gibian, 1997, p. 14).

De acordo com Frith (1987), o debate sobre cultura popular tem focado na distinção entre cultura “baixa” e “alta”. E cada uma é subdividida em outras duas sub-categorias: cultura alta seria cultura boa ou ruim, e a baixa seria autêntica ou não. Ele usa a música rock para expressar seus questionamentos e mostrar que alguns tipos de produtos têm mais relação com a arte do que alguns críticos de cultura de massa supõem. Em um trabalho posterior, ele defende a necessidade de uma estética da cultura popular (Frith, 1998; Gracyk, 1996). Não obstante, a distinção entre, por um lado, o rock autêntico que seria a expressão da experiência real da vida cotidiana e fantasias de seu público e, na outra, o rock comercial que expressaria o controle da indústria musical, foi um ponto de partida comum para discussões sobre cultura popular (Frith, 1987, p. 48). Neste caso, os produtos populares espontâneos seriam mais próximos à cultura alta e de resistência (Veja Best, 1998).

Há três problemas principais não solucionados através de distinções como esta entre cultura alta e baixa. Primeiramente, é quase impossível classificar produtos culturais sem investigar seu processo de produção, a relação com a audiência, com o mercado e sem fazer uma análise detalhada do produto. Segundo, esse tipo de distinção é baseado em uma discussão conservadora que tende a desvalorizar produtos de cultura de massa. Finalmente, ela leva a julgamentos estéticos controversos que não contribuem para a compreensão da dinâmica cultural popular.

Um dos pontos centrais na discussão sobre a comercialização dos produtos culturais é a distinção feita em termos de produtos alternativos e outros envolvidos com a indústria de entretenimento. Há semelhanças entre esta idéia e o debate levantado por Walter

Benjamim sobre a “aura”. Uma distinção que era feita entre a baixa e a alta cultura parece ser atualizada em termos de "autêntico" e "inautêntico". Neste debate, os produtos “espontâneos” estariam envolvidos em uma “aura” que seria perdida depois que fosse transformado em um produto comercial (p. 53). Discutindo as mudanças na música popular nos anos sessenta, Longhurst (1995) destaca alguns pontos importantes:

“What did open up in a clear way in the late 1960s and early 1970s was a new divide between what was perceived to be more serious and, somehow more ‘authentic’ rock music, and ‘commercial’ pop music. Devotees of rock could be scathing in their attacks on pop and commercialism, and the criticism of groups ‘selling out’ ” (p. 108).

Uma pergunta central que perpassa este texto é que a história de cultura popular não é linear nem sem contradições. Produtos culturais sempre estão mais próximos ou distantes dos mercados comerciais ou alternativos. É quase impossível afirmar que havia um tempo no qual eles eram autênticos e expressões verdadeiras de fantasias e desejos, e depois, tornaram-se "vendido" e envolvidos com a indústria cultural. O que sempre esteve claro durante este processo de formação da cultura popular é que houve contradições entre o que seria a tendência mais comercial e as alternativas; e esta contradição apareceu muito claramente nos períodos em que os produtos culturais se aproximaram dos movimentos jovens com o hippie e o punk. A citação seguinte ajuda a entender como esta tensão apareceu em determinadas situações:

“The distance between what a rock musician or band “stands for” and what they “are” generates a tension that consistently confuses our attempts to grasp rock as a form of musical expression. Given the premise that the true artist must genuinely *mean* whatever is said, and that anything else is commercial manipulation, the charge of sellout has been the most damning one that can be brought against a rock musician” (Gracyk, 1996, p.180).

Estas questões realmente se intensificaram depois da Segunda Guerra Mundial. Naquele momento, os E.U.A., trouxe um personagem decisivo para a cena cultural dos

centros urbano ocidentais: o público jovem. O rock e a imagem de Elvis Presley eram vendidos como a encarnação de um ideal de saúde, espontaneidade e liberdade para adolescente no mundo inteiro. “Rock emerged as a way of mapping the specific structures of youth’s effective alienation on the geographies of everyday life” (Grossberg, 1992, p.179). O que tinha começado em uma cidade pequena nos Estados Unidos foi distribuído para uma audiência mundial de jovens que poderiam reconhecer nas atitudes oferecidas pela indústria cultural depois de alguns anos. A partir daquele momento, os debates sobre indústria cultural e cultura popular se concentraram em torno da relação entre a audiência jovem e produtos culturais direcionados a ela, sendo, muitas vezes, tida como uma fonte de inovação cultural (MacRobbie, 1996). A cultura popular foi compreendida, fundamentalmente, como a cultura oferecida pela indústria cultural para os jovens.

O potencial de cultura popular como uma expressão de desejos da juventude foi percebido logo cedo pelos produtores de Rock. Os produtos culturais pareciam ter alcançado o seu fim último da relação com a audiência: representar os jovens como se eles fossem uma real expressão de seus desejos e identidades. Um fator que proporcionou esta aproximação foi a interpretação de movimentos de juventude que poderiam utilizar formas culturais criticadas por setores conservadores como não tendo valor cultural, tais como o rock e os quadrinhos, como uma forma real de expressão artística. Esta relação envolveu um forte compromisso entre a cultura produzido pelos e para os jovens e seus próprios desejos, prazeres e emoções.

Não obstante, esta conexão não é um *a priori* para a cultura popular, ela depende de escolhas e contextos culturais específicos. Grossberg (1992) oferece uma boa contribuição para o debate sobre o rock que nos ajuda a entender a dinâmica da cultura pop. Ele enfatiza que a cultura popular trabalha com o desejo. Porém, desejo, neste caso, não é só

compreendido em sua dimensão individual. Na concepção dele, o desejo perpassa o individual e o social. A cultura popular trabalha com a esfera do significado que difere da ideologia porque não reivindica representar fielmente a realidade:

“Não há qualquer relação necessária do porque a relação afetiva está situada principalmente no terreno da cultura popular comercial. Entretanto, esse é certamente o caso para a maioria das pessoas nas sociedades capitalistas avançadas, esse é o espaço principal onde as relações afetivas são articuladas. É aqui que as pessoas procuram construir ativamente suas próprias identidades, parcialmente porque não há outro espaço disponível, nenhum terreno em que elas podem construir e ancorar suas referências do que realmente importa” (Grossberg, 1992, p. 85).

Além disso, não há um fluxo livre de desejos na cultura de massa que subsume a diversidade na qual produtos culturais trabalham ou são usados por sua audiência. Sua importância aqui está em sua oferta de oportunidades para satisfazer desejos e para a exibição pública de "qualidades privadas". Uma ilustração desse aspecto é dada por Frith “... it is in the management of our ‘public’ and ‘private’ selves that the real power of commodities is revealed: they produce us as sexed subjects, define masculinity and femininity, code them along lines of possession and desires (Frith, 1987, p.17).

Os estudos sobre subcultura jovem também oferecem uma contribuição importante para a nossa discussão sobre comercialização e sua influência sobre os quadrinhos. Embora eles não trabalhem diretamente com esta questão, eles discutem, sobretudo, a idéia de homologia e resistência, nós notamos que a questão da comercialização está presente nesta discussão. Nós podemos situar esta problemática em termos de como a transformação de um produto da subcultura em um produto comercial contribuiria para perder seu significado 'subversivo'. De acordo com a literatura sobre esses movimentos, eles criam um 'sistema alternativo' de produção, distribuição e consumo que desafiaria a indústria cultural. A subcultura encarnaria uma gama de 'valores de autenticidade' que

confrontam a padronização dos produtos comerciais. Neste sentido, a idéia de resistência é uma tentativa de criação de um sistema paralelo à comercialização que desafiaria a sociedade dominante. As subculturas resistiriam às tentativas das indústrias culturais para impor seus valores e estilos. De acordo com este ponto de vista, seria esperado que a comercialização dos produtos conduzisse a um processo de padronização, tanto para os conteúdos dos produtos quanto para os estilos de vida dos consumidores.

Um dos trabalhos mais influente sobre a subcultura é o de Hebdige (1987) que busca entender a subcultura a partir do significado do estilo. Ele parte da idéia de homologia, um conceito inicialmente discutido por Paul Willis (1978), que reivindica uma correspondência simbólica entre estilo de vida, os valores de um grupo, sua experiência subjetiva e os produtos culturais consumidos por estes grupos. No caso do movimento punk, a música rock cumpriria esse papel para o movimento.

"In *Profane Culture*, Willis shows how, contrary to the popular myth which presents subcultures as lawless forms, the internal structure of nay particular subculture is characterized by an extreme orderliness: each part is organically related to other parts and it is through the fit between them that that the subcultural member makes sense of the world. For instance, it was the homology between alternative value system ('Tune in, turn on, drop out'), hallucogenic drugs and acid rock which made hippy culture cohere as a 'whole way of life' for individual hippies" (p. 113).

A idéia de homologia ressalta que há uma relação estrutural entre o estilo de vida de jovens envolvidos com a subcultura e outros aspectos de suas vidas com os produtos que eles consomem. Esses elementos se ajustam para formar um todo, um sistema de valores que envolve o consumo de drogas e atitudes alternativas diante de situações e idéias conservadoras. Hebdige compreende o estilo da subcultura como uma resposta às condições sociais que os jovens experimentam em sua vida cotidiana. Os jovens desafiam, através de comportamento e da expressão artística, valores tidos como conservadores e se apropriam

de símbolos tradicionais, mas os associando as idéias bem diferentes de seus contextos originais.

"As subculturas com as quais nós estamos lidando compartilha uma característica comum ao lado do fato de que são predominantemente da classe trabalhadora. Elas são, como temos visto, culturas de consumo de exibição – mesmo quando, como os skinheads e os punks, alguns tipos de consumo são notoriamente rejeitados - e isso acontece através de rituais de consumo de exibição, através do estilo, onde a subcultura revela de uma só vez sua identidade 'secreta' e comunica os significados proibidos. Basicamente essa é a maneira pela qual as mercadorias são usadas na subcultura e que a separa de formações culturais mais ortodoxas " (p.102).

Os membros dessas subculturas utilizam a bricolagem que consegue subverter a lógica dos produtos e os transforma em mais um elemento de seu estilo de vida. Assim o símbolo nazista da suástica é utilizado como adorno e uniformes militares são usados por jovens que não têm a mínima identificação com atitudes bélicas. Comentando o argumento de Clark (1976) onde discute a idéia de como os objetos se tornam signos e reverterem a lógica do discurso oficial, Hebdige mostra essa transformação:

"In this way the teddy boy's theft and transformation of the Edwardian style revived in the early 1950s by Savile Row for wealthy young men about town can be constructed as an act of *bricolage*. Similarly, the mods could be said to be functioning as *bricoleurs* when they appropriated another range of commodities by placing them in a symbolic ensemble which served to erase or subvert their original straight meanings" (p. 104).

A idéia de resistência é bastante forte neste tipo de perspectiva. A subcultura encarnaria um tipo de 'autenticidade' que desafiaria a lógica capitalista de consumo. Por outro lado, Hebdige mostra que a sociedade dominante pode incorporar a expressão subcultural de dois modos: eles podem ser transformados em artigos e vendidos a outros grupos sociais que não têm o significado original de resistência; os grupos dominantes também conseguem rotular produtos como alternativos, redefinindo os valores associados a eles e assim subvertendo o seu impacto na sociedade. Esse enfoque é bastante importante

para entender a dinâmica dos produtos culturais em relação às subculturas, mas ela adota uma interpretação em que a mídia é pensada sempre com estando fora das subculturas, algo externo sobre o qual não há como exercer controle. No entanto, há casos em que os próprios produtores de cultura detêm o poder de produção distribuição e, em outros casos, conseguem interferir na dinâmica de produção e distribuição de suas criações. Gary Clarke (1990) também faz algumas críticas sobre esta perspectiva por estabelecer uma relação difícil entre as subculturas e a sociedade. De acordo com ele, há uma definição dicotômica que não dá conta da complexidade das relações entre esses grupos subculturais e demais grupos sociais.

Clarke (1990) mostra que este tipo de perspectiva é pouco dinâmica por separar a cultura jovem de outros setores da sociedade e define 'estilo' de forma muito vaga:

"A dicotomia entre as subculturas e um 'público geral' situa-se no centro da teoria subcultural. As leituras do estilo das subculturas estão baseadas numa suposição a um nível de abstração que falha em considerar o fluxo subcultural e a natureza dinâmica dos estilos; em segundo lugar, como um resultado, a teoria se sustenta sobre a consideração de que o resto da sociedade é 'quadrada', incorporada em um consenso, e disposta a se manifestar efusivamente sem divisões em qualquer situação de pânico moral. Finalmente, as análises da subcultura se baseiam na elevação do vago conceito de estilo ao status de uma categoria objetiva " (p. 84).

Além disso, ela tende a interpretar as subculturas sempre como uma forma de resistência, ignorando as características conservadoras de algumas subculturas como os Skinheads. Rose (1994) mostra com a contradição é um elemento central nas formas e pensamentos populares: "In other words, cultural forms contain cultural ideas and ways of thinking that are already part of social life. In fact, it is these contradictions that make the culture coherent and relevant to the society in which it operates" (p. 24).

Apesar destes problemas, Hebdige destacou um papel muito relevante para se entender o papel da mídia no desenvolvimento das subculturas. Ele sugere que as mídias

oferecem uma base para estruturar as identidades e ao mesmo tempo proporcionar para grupos sociais a idéia de totalidade. “In this way the media not only provide groups with substantive images of other groups, they also relay back to the working-class people a ‘picture’ of their own lives which is ‘contained’ or ‘framed’ by the ideological discourses which surround and situate it”(Hebdige, 1987, p. 85).

A mídia sempre usou muitas imagens para criar um discurso sobre o modo de vida da juventude. Há uma inversão de papéis em que os jovens, que são os consumidores dessas imagens, começam a ter prazer em serem vistos por esses meios; a subcultura começa a ter seu valor associado ao tempo dedicado a ela pela mídia. Hebdige mostra como a exibição pública é importante para a cultura jovem e para a sobrevivência de seu estilo:

“The punks wore clothes which were the sartorial equivalent of swear words, and they swore as they dressed- with calculated effect, lacing obscenities into records notes and publicity releases, intervenes and love songs. Clothed in chaos, they produced noise in the calm orchestrated crisis of the everyday life in the late 1970s, a noise which made (no) sense in exactly the same extent as a piece of avant-garde music”(idem, p. 115).

Após essa discussão sobre a comercialização dos produtos culturais e sua relação com as subculturas é importante discutir o argumento sobre o papel da subjetividade na relação entre os produtos e as audiências. Isto é necessário porque vai esclarecer a questão sobre o vínculo entre os produtos dos desejos da audiência; qual seria o papel da audiência na criação do produto. Esta relação também será útil para discutir a autenticidade porque será visto até que ponto os produtos culturais podem ser vistos como expressões da subjetividade do público e assim seriam mais autênticos que outros.

Inicialmente é difícil sustentar a idéia de que um produto cultural expressa a subjetividade da audiência. Também é complicado afirmar que exista um processo de identificação que explica por que as pessoas consomem e desfrutam desses produtos. O

argumento que parece ser mais plausível é de que o produto expressa o ponto de vista do produtor, que pode ou não ser aceito pelos diversos públicos. Um argumento bem diferente daquele que entende o produto com expressão dos desejos da audiência. A interpretação adotada nesta tese é de que há uma articulação entre os desejos e valores privados e os das audiências cuja complexidade é difícil de ser explicada sem uma pesquisa de recepção bem detalhada.

Há uma interpretação da cultura popular que enfatiza o poder criativo da audiência em sua relação com os produtos. Ela coloca a responsabilidade pela criação da cultura popular nas mãos das audiências. John Fiske é considerado o representante mais importante desta teoria. Fiske (1987) defende que o popular deve ser entendido dentro da perspectiva da economia popular que é diferente da economia financeira. Embora elas devam ser pensadas em relação uma a outra não se pode simplesmente transpor uma interpretação econômica para os produtos culturais. Ele não nega a idéia de que os textos possam ser vistos como bens culturais, mas que há diferenças cruciais entre as duas economias que devem ser levadas em consideração: 1) os bens culturais não têm um valor de uso definido; b) eles têm, por outro lado, um valor de troca mais claramente identificável; c) têm um custo de produção alto, mas que depois não conta mais para o valor final do produto. Além disso, a circulação de bens culturais acontece em uma economia paralela à econômica, a economia cultural, que lida predominantemente com significados. Ele diferencia as mercadorias 'concretas' e as simbólicas. A primeira não implica no consumo de significados, mas os simbólicos sempre lidam com eles. A partir dessa perspectiva ele chama a atenção para o fato de que a seleção de bens culturais específicos implica na escolha "... of meanings, pleasures, and social identity for the consumer's consumption of this type of commodities" (p. 311)

Esta discussão nos leva a entender o papel desempenhado pelos bens culturais neste tipo de teoria. No processo de comunicação os produtos culturais carregam significados que são consumidos pela audiência. Os produtos encarnariam um jogo de valores e representação que uma audiência interpretaria de acordo com seu próprio ponto de vista, como se o produto não tivesse um texto independente do processo de recepção. O texto parece não existir até o momento em que a audiência, com seu poder criador, possa construí-lo. Esta idéia está clara na passagem seguinte:

"In the financial economy consumption is clearly separate from production and the economic relations that bind them are comparatively clear and available for analysis. But the cultural economy does not work in the same way. Its commodities, which we call 'texts', are not containers or conveyors of meanings and pleasures, but rather *provokers* of meaning and pleasure. The production of meaning/pleasure is finally the responsibility of the consumer and is undertaken only in his/her interests: this is not to say that the material producers/distributors do not attempt to make and sell meanings and pleasures - they do, but their failure rate is enormous" (313).

Pode-se observar que o significado de um produto não parece ser importante porque a função de um bem cultural é 'provocar', oferecer um repertório a partir do qual a audiência constrói seus próprios significados. Isto é colocado como a razão pela qual os produtores de cultura têm que oferecer uma vasta gama de produtos; uma idéia que foi também discutida por Garnham (1987) que chama este aspecto de 'repertórios'. A produção de significados e de prazeres acontece no momento de consumo onde a audiência pode criar uma resistência ao significado que os produtores ou os donos de capital tinham esperado de seus produtos.

Esta é uma perspectiva que olharia a pluralidade de vozes nos produtos que podem ser aceitas ou não pela audiência. Fiske também critica o conceito romântico de popular que encarnaria uma cultura autêntica e experiências sociais únicas de grupos. O popular é

relativamente impotente e são sempre interpelados como consumidores. Não obstante, eles retêm um grau de oposição que é sua fonte de poder. A característica central nessa definição é que ela está “ (...) in constant reformulation in a dialectic relationship with the dominant classes” (p. 310). A “descoberta” da diversidade do “povo” leva Fiske a concluir que "For a cultural commodity to be popular, then, it must be able to meet the various interests of the people amongst whom it is popular as well as the interest of its producers" (p. 310).

Ele argumenta que há uma tendência à homogeneização na ideologia dominante que aponta para integração das pessoas a um consenso que legitima o poder. Do outro lado está o povo com sua capacidade de lutar contra esse processo através da resistência aos produtos culturais. Então, ele mostra que “the people” criam uma cultura de oposição que resiste à tentativa de homogeneização.

"Resisting this is the diversity of social groups with their diversity of social interests. Their power is expressed in the resistences to homogenization, it works as a centrifugal rather than a centripetal force, it recognizes conflict of interests, it proposes multiplicity over singularity and it may be summed up as the exercise of the power to be different" (317).

Espremido entre esses dois pilares está o bem cultural, 'o texto'. O texto serviria como um repertório para provocar as pessoas e criar prazer. Não obstante, se o significado só é criado no momento de consumo, no consumo produtivo, como pode ser dito que os produtos promovem a ideologia dominante? O produto teria que ter algum tipo de significado porque de outra forma não seria possível ter em mente a 'resistência' que Fiske ressalta na audiência. É possível observar que o autor confunde os dois momentos do texto como sendo um só: aquele que existe de forma material em determinado suporte físico é confundido com aquele criado no momento do encontro com a audiência. Dizer que há

negociação e criação de significados no momento da recepção não nega a existência de um texto que independente da visão do receptor. Não estamos dizendo que há só um significando dentro do 'texto', isso seria uma contradição em relação á idéia de que há uma polissemia nesses textos, discutida na idéia de carnaval; porém não é correto é afirmar que o texto seja resumido ao momento da recepção.

O poder das pessoas seria resistir a esta tendência e propor um jogo diverso de significados e valores. A definição dele de 'texto' é o que é percebido no momento de consumo. Neste sentido o mesmo produto pode incorporar diferentes "textos" em países diversos ou até mesmo na mesma localidade.

"But diversity is not simply to be measured in terms of the variety of programs transmitted: diversity of readings is equally, if not more, important. Paradoxically, diversity of readings may be best stimulated by a greater homogeneity of programming. A widely distributed single program, such as *Dallas*, whose openness makes it a producerly text, may not be such an agent of homogenization as it appears, for to reach its multitude of diverse audiences it must allow for a great deal of cultural diversity in its readings, and must thus provide considerable semiotic excess for the receiving subcultures to negotiate with in order to produce *their* meanings, rather than the ones preferred by the broadcasters" (p. 319).

Há a sugestão de que “ [...] audiences have a great deal of power in negotiating with the texts of media products” (Longhurst, 1995: 21). Essa idéia está bem clara na citação seguinte:

“A homogenous, externally produced culture cannot be sold ready-made to the masses: culture simply does not work like that. Nor do the people behave or live like the masses, an aggregation of alienated, one dimensional persons whose only relationship to the system that enslaves them in one of unwitting (if not willing) dupes. Popular culture is made by the people, not produced by the culture industry. All the culture industries can do is produce the repertoire of texts or cultural resources for the various formations of the people to use or reject in the ongoing process of producing their popular culture” (Fiske, 1992, p. 23).

Vários problemas são deixados sem solução por este tipo de perspectiva teórica. Em primeiro lugar, ele realmente não discute as implicações e influência mútua entre cultura

popular e o cotidiano de sua audiência e quais aspectos são utilizados na tentativa de criar a relação de prazer entre eles. Na sua perspectiva, eles estariam no mesmo nível de poder de criação da indústria cultural. Se o significado último do texto é dado pelo “povo” não há nenhum ponto que diferencia o poder da indústria cultural, que é completamente distante do cotidiano do seu público, e o controle do “povo” sobre seus produtos. “It seems like a non-problematic approach that adopts an excessive optimism and takes the question from the opposite side of “manipulation theories” (Gibian, 1997, p. 16) e preocupações com falsas necessidades, colocando as questões de forma completamente invertida. Nessa perspectiva haveria de um lado o povo com a liberdade e do outro a indústria cultural cujo único papel é oferecer produtos que seriam aceitos ou rejeitados pelo povo (consumidores e criadores). A cultura pop nessa perspectiva é quase sinônimo de “resistência” (Docker, 1994, p.160-163). A resistência deve ser vista como um processo de negociação em casos específicos e não um *a priori* na investigação. “Thus, theories of oppositional practice within popular culture need to be constructed situationally. The specific dimension of either a form or theory of resistance will depend on the nature of the particular struggle in question” (Best, 1998, p. 24).

De acordo com Best (1991), um pano de fundo para a discussão sobre cultura popular é a distinção entre as visões “pessimistas” e “otimistas” sobre os produtos culturais. Essas posições são associadas, respectivamente, a Escola de Frankfurt e algumas perspectivas dos estudos culturais como John Fiske. Best propõe um terceiro modo de pensar essa questão que, em nossa compreensão, acrescenta um ponto importante ao debate sobre cultura popular. Na opinião dele, a cultura popular deve ser compreendida como um processo de negociação que pode articular práticas cotidianas de suas audiências com as propostas de satisfação dos produtos culturais:

“À luz da ambiguidade que envolve muito da linguagem da teoria da cultura popular, eu vou brevemente articular algumas pressuposições a partir das quais minha posição avança: cultura popular não é um tipo de expressão popular pura, gerada ‘de baixo pra cima’, nem uma expressão do poder das corporações que governam as indústrias culturais. Aqui, cultura popular é considerada sempre como, *de alguma forma*, uma negociação entre as indústrias culturais, mídia comercial ou micro, e os indivíduos ou coletividades dentro do público geral que provê o contexto, inspiração, talento ou imaginação necessários para a criação do textos da cultura popular” (p. 18).

Acima de tudo, o que é importante na cultura popular para fins dessa análise é que os produtos culturais oferecem determinadas visões de mundo e satisfações de desejos que se realizam ou não no encontro com a sua audiência. É uma representação de modos de sentir e expressar idéia que tem a capacidade de articular desejos privados com o cotidiano de seus diversos públicos. A relação entre as subculturas juvenis e a cultura popular oferece vários indicadores de como esse processo ocorre, uma relação de influência mútua onde é difícil perceber de forma abstrata quem está dominando esse processo. Os exemplos desse processo desafiam as explicações simplistas que vêem a relação entre a cultura popular e suas audiências como algo unidirecional, sem incorporar a idéia de negociação entre os textos e a audiência.

Este tipo de perspectiva adquiriu uma nova dimensão desde o início dos anos oitenta com os desafios às explicações deterministas e unilaterais trazidas pela interpretação pós-moderna. Um dos assuntos discutidos, que interessam ao nosso trabalho, é o tipo poder que o texto teria diante da audiência e a liberdade de interpretação que a audiência teria no encontro com o texto. Embora os debates sobre o pós-modernismo ‘aconteçam em um nível alto de generalidade’ (Longhurst,

1995, p. 114), o pós-modernismo ajuda a discutir a questão da pluralidade de discursos e referências que compõem os produtos culturais.

2. 1 O argumento de pós-moderno

Entre as interpretações sobre a cultura popular que apareceram em anos recentes, a perspectiva pós-moderna atingiu uma grande repercussão no mundo acadêmico. Ela trouxe uma crítica às interpretações tradicionais da sociedade que negligenciaram a esfera cultural como uma importante categoria explicativa. Ela representa uma mudança em direção a uma perspectiva mais 'culturalista' dos fenômenos sociais; a cultura e a sociedade não podem ser vistos com elementos separados, a definição de sociedade tem que levar em conta a cultura (Longhurst, 1995, p. 112). Também ocorreu uma crítica bastante contundente sobre teorias globalizantes dos fenômenos que ignoravam as especificidades de cada caso e, assim, o aspecto relativista dos fenômenos culturais.

Lyotard (1984) é um dos principais autores dessa perspectiva e traz uma crítica à modernidade por ter sido dominada pelas “grandes narrativas”, interpretações muito gerais que ignoravam a complexidade das situações sociais concretas. A era pós-moderna seria fragmentada e, dessa maneira, necessita de uma nova forma de interpretação. “For Lyotard, the post-modern is the collapse of these grand narratives and their functions of legitimation” (Mules, 1994, p. 211). Enquanto em tempos modernos, a produção industrial era a figura dominante, a sociedade contemporânea estaria baseada em tecnologias de informação que redefiniriam as relações dos indivíduos com seu meio ambiente.

Para entender a importância do pós-modernismo na interpretação da cultura popular, é necessário se deter um pouco na discussão do significado de pós-modernismo para alguns dos seus representantes mais influentes. Para iniciar a discussão, é importante destacar que não há uma única teoria pós-moderna que unifique todos os autores; há várias aproximações que às vezes compartilham pontos de vista e são colocadas como parte de uma mesma escola. A definição de pós-modernismo é tão abrangente que corre o risco de se tornar apenas uma 'Buzzword' (Hebdige, 1998). De fato, como Goodwin (1998) ressalta “[...] it is often unclear whether postmodernism is a cultural condition or new theoretical paradigm (p. 403). O conceito se apresenta mais como uma palavra geral que busca unificar tendências bem diversas como marxismo e pós-estruturalismo.

Um ponto central no argumento pós-moderno é a ênfase nas mudanças tecnológicas que conduziriam a novas formas de sociabilidade e relações com a cultura. Uma perspectiva que se aproxima do determinismo, como são os casos de Tofler (1981) e Bell (1976). Por outro lado, as novas tecnologias tenderiam a mudar as nossas relações com os produtos que perderiam o seu caráter determinista em suas relações com as audiências. Haveria uma tendência a pluralidade de interpretações, uma fragmentação de significados, onde a concretude da realidade daria lugar ao efêmero. Este tipo de interpretação é adotada por Baudrillard (1996) que destacou o papel das novas tecnologias na reorganização de significados onde os signos substituiriam o papel tradicionalmente desempenhado pelos objetos. O espaço reservado para o trabalho na sociedade perde seu lugar para a mídia, para as representações e sinais. As características simbólicas dos produtos adquirem mais relevância do que seu valor de uso. Esse estado de tensão entre a realidade e os objetos conduziria a uma situação na qual as simulações e modelos se tornaram o ponto central de

referência para a ação dos indivíduos. Baudrillard argumenta que a expansão das novas mídias está conduzindo à erosão da diferença entre a realidade e o irreal, o real e o virtual. Este tipo de distinção não seria mais válido e os indivíduos viveriam em um mundo de simulacros em que a realidade virtual criada pela mídia se torna a própria realidade; assim a distinção entre realidade e aparência é corroída ou fica sem sentido:

“The transition from signs which dissimulate something to signs which dissimulate that there is nothing marks the decisive turning point. The first implies a theology of truth and secrecy (to which the notion of ideology still belongs). The second inaugurates an age of simulacra and simulation, in which there is no longer any God to recognise his own, nor any last judgement to separate true from false, the real from its artificial resurrection, since everything is already dead and risen in advance” (Baudrillard, 1998, p. 354).

Ao mesmo tempo em que o papel central da mídia na estruturação da realidade pode ser considerado como uma das contribuições mais importantes dos pensadores pós-modernos, também pode ser considerado como uma de suas fraquezas. Ao trazer a discussão sobre a mídia como uma forma de estruturar a realidade e oferecer significados para os indivíduos, Baudrillard apenas considera o papel dos signos que circulam livremente na sociedade e são apreendidos acriticamente pelos indivíduos. Nesse mundo os signos só podem ser entendidos a partir de outros signos, sem qualquer referência à realidade concreta. O consumo seria apenas compreendido como o consumo de sinais. Baudrillard constrói um tipo de real em que o papel dos indivíduos se assemelha às formulações sobre as massas (Swingewood, 1977), com sua questionável passividade. Este tipo de argumento fica muito claro na seguinte citação que comenta o tipo de perspectiva utilizada por Baudrillard:

"Hence the consumer society becomes essentially cultural as social life becomes deregulated and social relationships become more variable and less structured by stable norms. The overproduction of signs and reproduction of images and simulations leads to a loss of stable meaning, and an aestheticization of reality in

which the masses become fascinated by the endless flow of bizarre juxtapositions which takes the view beyond stable sense" (Featherstone, 1992, p. 15).

A teoria de Baudrillard oferece uma contribuição importante ao enfatizar o papel da mídia com fundamental para entender a cultura na sociedade contemporânea. Há exemplos contemporâneos bem evidentes que atestam essa centralidade dos objetos e a maneira como os indivíduos se relacionam com eles, utilizando-os como formas estruturantes de representações sociais e identidades (Hall, 2001). Porém, uma crítica possível a esta perspectiva é de que não existe nenhuma evidência clara que produtos de mídia são mais importantes que outros aspectos de vida cotidiana, como o trabalho e a educação, para a estruturação de significados desses indivíduos. Essa falta de clareza, a faz se assemelhar a algumas interpretações da teoria crítica que via a massa como um simples objeto de manipulação da classe dominante através da mídia. Dessa maneira, a televisão em si se tornaria a ideologia dominante sem que ele estabeleça vínculos claros entre ela e os grupos sociais dominantes. Sem essa clareza de relações, os produtos da mídia se tornam fetichizados pairando sobre experiências cotidianas concretas e situações de dominação que têm um papel importante para desempenhar neste jogo. O determinismo da mídia que Baudrillard acentua é confrontado através de evidência empírica de pesquisa de audiência, que mostram as situações concretas nas quais os indivíduos se envolvem com a mídia, que é bem menos determinista do que tradicionalmente se supunha. Produtos culturais são, muitas vezes, diferentemente compreendidos e usados de acordo com contextos sociais e psicológicos em que são consumidos. Há uma relação muito mais de negociação de significados a partir do que a mídia propõe do que a criação de significados impostos pelos produtos.

O trabalho de Friedrich Jameson (1994) é tido como um dos mais importantes e influentes sobre o pós-modernismo (Best & Kellner, 1991). Seguindo a tradição Marxista, ele concentra o seu argumento sobre o pós-modernismo como um desenvolvimento do capitalismo. Ele argumenta que a sociedade contemporânea está vivendo a fase do “capitalismo tardio” ou “capitalismo internacional”. Esta fase é caracterizada economicamente por uma expansão das agentes econômicos internacionais e o poder decrescente do estado-nação, e finalmente, por um crescente poder da cultura sobre outros aspectos da vida social. Embora ele concorde com Baudrillard de que há um momento novo na sociedade isso não implica que haja um rompimento entre o sistema anterior e o novo; não haveria evidências suficientes para mostrar que o novo é fundamentalmente diferente da formação social anterior. O pós-modernismo é para ele a lógica dessa nova fase do capitalismo, que já teria passado pelo realismo, do capitalismo comercial, o modernismo, do capitalismo monopolista e agora o pós-modernismo com o capitalismo multinacional. É uma idéia bastante instigante ao estabelecer uma conexão entre determinadas formações sociais e estilos de arte.

Um dos pontos fundamentais reivindicado pelos autores pós-modernos é que não há mais uma separação clara entre cultura alta e baixa como pensado tradicionalmente pelos críticos da cultura de massa. Tais teorias afirmam que não é mais útil separar os dois tipos de cultura, uma vez que não se pode mais distinguir a arte original da sua reprodução. Assim, a singularidade de uma obra de arte, que era um ponto forte de diferenciação entre arte e produtos da indústria cultural, não faz mais sentido.

“Se os signos da cultura popular e imagens da mídia estão controlando nosso sentido de definição da realidade e se isso significa que o estilo está à frente do conteúdo, então se torna mais difícil manter uma distinção significativa entre arte e cultura popular. Não há mais qualquer critério acordado e inviolável que pode servir para diferenciar a arte da cultura popular” (Strinati, 1997, p. 225).

Relativo às reivindicações do pós-modernismo sobre artes, Featherstone resume esta posição muito claramente:

“Amongst the central features associated with postmodernism in the arts are: the effacement of the boundary between art and everyday life; the collapse of the hierarchical distinction between high and mass/popular culture; a stylistic promiscuity favouring eclecticism and the mixing of codes; parody, pastiche, irony, playfulness and the celebration of the surface ‘depthlessness’ of culture; the decline of the originality /genius of the artistic producer; and the assumption that art can only be repetition” (Featherstone, 1992, p. 08).

Embora as idéias pós-modernas tenham sido importantes para discutir questões do papel da mídia e da arte na cultura contemporânea, há uma dificuldade nas formulações de tornar claro o real status da cultura popular na dinâmica da produção de sentidos no cotidiano. Não fica claro como os produtos culturais se situam na dinâmica da economia simbólica, se eles são meras expressões de sentido sem uma história de produção que os condicione ou resultado de intencionalidades de grupos sociais que os utilizam apenas com o intuito de reproduzir a lógica do capital. O argumento sobre a pluralidade e poder da audiência é confrontado diariamente pela concentração de poder da mídia e criações de estratégias para persuadi-la a consumir certos tipos de produtos culturais. Assim, o argumento da pós-modernidade sobre o status da cultura popular esbarra em sua dificuldade em entender como esse novo momento cultural se vincula às estruturas anteriores que não deixaram de existir e continuam bastante influentes.

2. 2 Cultura popular e carnaval

A discussão sobre pós-modernidade coincide com o reaparecimento de Bakhtin no debate acadêmico que oferece uma contribuição importante para a compreensão da cultura popular com a idéia de carnaval. Este conceito nos permite investigar a relação entre as tradições do povo e as culturas dominantes, uma relação intensa marcada pela inversão, questionamento e reapropriação de culturas que se apresentam na sociedade numa posição hierárquica. Este texto discutirá como a contribuição de Bakhtin pode ser utilizada para se entender alguns aspectos da cultura popular, e em particular a revista *Viz*.

Bakhtin (1984) analisa o trabalho de Rabelais como uma expressão da tradição de carnaval. O ponto de partida dele é que o carnaval não é restrito a uma forma artística. Embora se assemelhe a alguns espetáculos, ele deve ser entendido como um ponto de interseção entre a arte e a vida. A expressão principal do carnaval na idade média eram os banquetes populares como o “banquete de bobos”, e do “banquete do ânus” (p.78). Esses banquetes expressavam uma inversão de certas normas e proibições impostas à vida diária (pág. 15). Os banquetes eram momentos que celebravam as partes do corpo e aspectos da vida social normalmente proibidos pela moral dos grupos sociais dominantes:

“As opposed to the official feast, one might say that carnival celebrated temporary liberation from the prevailing truth and from the established order; it marked the suspensions of all hierarchical rank, privileges, norms, and prohibitions. Carnival was the true feast of time, the feast of becoming, change, and renewal. It was hostile to all that was immortalised and completed”(p.10).

O corpo ocupa uma posição central nesta discussão, um corpo que está inacabado, incompleto, aberto ao mundo (Dentith, 1995, p. 67; Jefferson, 1989, p. 166). É pela tensão existente entre a repressão e as partes mais baixas do corpo que a cultura do carnaval é

materializada. Partes do corpo comumente associadas ao primitivo, ao não civilizado, como o ânus, os órgãos genitais e seus produtos como o vômito e a urina encontram lugar nestas celebrações. De acordo com ele o corpo representado em qualquer fala não oficial das pessoas comuns é o corpo que fecunda, defeca, fica doente e morre (pág. 319). As partes de corpo associadas a esses elementos grotescos são muito valorizadas e exageradas nesses festivais, assim o corpo se apresenta com boca, nariz e bundas enormes, dando, desta maneira, a representação do corpo a partir do carnavalesco. Isto está em contraste direto com as representações oficiais do corpo que acentuam sua característica harmônica. Esse corpo é conectado ao mundo, pertence ao domínio da natureza e não apenas da civilização:

“Contrary to modern canons, the grotesque body is not separated from the rest of the world. It is not a closed, completed unit: it is unfinished, outgrows itself, transgresses its own limit. The stress is laid on those parts of the body that are open to the outside world, that is, the parts through which the body itself goes out to meet the world. This means that the emphasis is on the apertures or the convexities, or on various ramifications and offshoots; the open mouth, the genital organs, the breast, the phallus, the potbelly, the nose” (p. 26).

As sociedades contemporâneas ocidentais perderam estes festivais da idade média que celebravam estes elementos da vida, embora algumas festas de carnaval ainda possam ser achadas em sociedades contemporâneas como o Brasil e países caribenhos. Bakhtin argumenta que o grotesco perdeu este vínculo estreito com o cotidiano e festivais da cultura popular; a transformação que ocorreu foi a formalização dos elementos do grotesco que permitiram que estas imagens pudessem ser usadas em de outras formas e contextos. Esta tradição se manteve viva no gênero literário (idem, p.34) embora com algumas mudanças com está explícito na citação abaixo:

“The language degrades the object and sends it to the absolute bodily lower stratum, to the zone of the genital organs, the bodily grave, in order to be destroyed. But almost nothing has remained of the ambivalent meaning

whereby they would also be revived; only the bare cynicism and the insult have survived" (p. 28).

O aspecto carnavalesco da vida cotidiana deve ser entendido em sua relação de desafio ao discurso oficial sobre a realidade que reprime expressões populares como sendo primitiva. Assim, o povo deveria se adequar às normas e valores sociais formados a partir do ponto de vista da classe dominante. Um ponto fundamental para a nossa tese é o fato desses aspectos carnavalescos terem encontrado espaço de sobrevivência na cultura popular, em determinadas formas de subculturas e nas tradições orais encontradas nas ruas. Considerando esses elementos, argumentaremos nos capítulos de análise sobre *Viz* que a revista utiliza, de forma bastante intensa, essas características para a construção de seu discurso e que isso se constitui num elemento fundamental para o contrato que ela tenta estabelecer com seus leitores.

Docker (1994) reforça o argumento de que a cultura popular na sociedade pós-moderna pode ser entendida como um carnaval, na concepção do Bakhtin na qual o prazer e a subversão estão constantemente presentes em seus produtos culturais. Ele critica Fiske (pág. 160-163) pela sua superficialidade no tratamento desse assunto quando este autor utiliza dicotomias para opor o popular (sempre visto com estando do lado da resistência) e a ideologia. Docker também ressalta que Bakhtin não estava correto quando observou o decréscimo da influência do carnaval na sociedade contemporânea; isto é apenas parcialmente correto na Europa onde, sem dúvida, houve uma forte diminuição dos festivais públicos mas ele sobreviveu fortemente na esfera da produção cultural:

“Contudo eu argumentaria que o carnavalesco como uma história cultural ainda influencia fortemente a cultura de massa do século vinte, nos filmes de Hollywood, gêneros literários populares, televisão, música: uma cultura que em sua exuberância, extensão, excesso, internacionalismo, vigor irrepreensível e

iventividade talvez represente outro cume na história da cultura popular comparável ao início da Europa moderna” (Docker, 1994, p.185).

Ele vai então discutir que estes elementos canavalescos podem ser considerados como importantes para a popularidade dos dramas e histórias de crime que permitem reforçar o princípio de inversão, “o mundo de cabeça para baixo”, que é uma característica cultural de várias sociedades, um tipo de sobrevivência estrutural de rituais e festividades medievais. Nesses últimos, eram eleitos reis e rainhas efêmeras que representavam uma sátira em relação aos poderes estabelecidos e figuras 'respeitáveis' eram ridicularizadas publicamente. Um segundo ponto muito relevante para esta discussão é a centralidade do corpo nas festividades onde se ressaltava todos os elementos que são objetos de repressão pela civilização por serem tidos como repugnantes. Na realidade, a repressão representava a reafirmação das normas diante de um corpo que insiste em se mostrar livre das formas de controle.

“The carnivalesque stress is always on those parts through which the world enters the body or emerges from it, or by which the body goes out to meet the world. Its convexities and orifices, concavities and protuberances, aperture and offshoots, the nose, open mouth, breasts, belly, the genital organs, phallus, bowels, often appear in exaggerated, hyperbolised form. (...) Bakhtin refers to an emblem on Gargantua's that portraying a man's body with two heads, four arms, four feet, and a clutch of sexual organs, both female and male" (ibid., p. 200).

É importante ressaltar que a idéia de carnaval também trás consigo dois aspectos que parecem ser contraditórios: um ato de rebelião e ao mesmo tempo de conservadorismo. Os momentos em que as transgressões lingüísticas e de comportamento são permitidas também contribuem para o reforço da ordem social. A permissão para quebrar regras tem um tempo e espaço delimitado para que aconteça e, assim, depois desta fase, tudo deve voltar ao normal. Os participantes desse processo devem desfrutar desse prazer apenas na

medida em que aceitem as regras do jogo. O prazer deriva do ato de jogar com os limites das normas, como em uma situação perigosa, mas sempre há a garantia que a realidade voltará ao seu curso normal. Esta é uma idéia muito importante para se entender a relação que alguns tipos de produtos culturais estabelecem com as suas audiências e será utilizada na parte de análise da revista *Viz*.

Certos produtos culturais, os quadrinho no caso de nossa tese, têm a capacidade de convidar o leitor a desafiar normas sociais, subverter valores e inverter a realidade de uma forma em que aspectos pouco valorizados socialmente são dados um grande valor. Eles também trabalham exagerando algumas características de forma caricatural, satírica; preconceitos e estereótipos são questionados ou reforçados através desse jogo entre o sério e humor. No jogo entre o produto e a audiência, temas tabus e reprimidos podem ser oferecidos à audiência sem que haja qualquer tipo de punição do criador ou do consumidor. A característica de confronto às normas sociais oferecidas pelo carnavalesco está bem clara na seguinte passagem:

"Carnavalesque, then, offers an ongoing challenge, to the narrowly conceived forms of reason of the 'public sphere', as well as to modernism desiring to legislate, in an equally imperial way, single standards for all culture: what's good for the modernist avant-garde is good for the world. In relation to both, carnivalesque remains an always dangerous supplement, challenging, destabilising, relativising, pluralising single notions of true culture, true reason, true broadcasting, true art" (Docker, 1994, p. 284).

No carnaval da idade média havia um descontrole da emoção, uma tensão entre a repressão e os aspectos regressivos proporcionado pela inversão da realidade. O mundo seria virado de cabeça para baixo. O carnaval permita que se expressassem as vozes subterrâneas (Bernard-Donals, 1999, p. 118), reprimidas cotidianamente pelo processo

civilizatório. O carnaval subverte a hierarquia e acena como uma nova ordem de poder (Jung, 1998, p. 104). Norbet Elias (1978) mostra muito claramente o processo em que a civilização depende sobremaneira de um corpo que se submeta ao controle do ego e não dos instintos.

“The civilizing process therefore involved an increasing control of the emotions, sense of disgust as bodily betrayal, the smells, sweating, and noises of the lower body, an sensitivity to one’s own bodily spec. It involved the middle class in a process of complex distancing from the popular, the grotesque order” (Featherstone, 1992, p. 81).

No entanto, essa visão do carnavalesco predominantemente como confronto à realidade conservadora precisa ser relativizada porque não fica claro até que ponto uma nova realidade é criada nesses momentos. Pode-se notar que muitas vezes o carnaval apenas exagera aspectos cotidianos que não necessariamente estão em confronto com as normas sociais. Esta é uma questão que precisa ser discutida através de evidências empíricas que ofereçam suporte aos argumentos, como será visto no caso da revista *Viz*.

Um dos pontos centrais para a nossa tese é a relação entre essa cultura carnavalesca e os produtos da mídia. É um fato que a mídia não criou esta cultura porque ela tem origens históricas bem antigas que continuam presentes no cotidiano das grandes cidades e em certas subculturas. O que se procura entender nessa tese é a maneira como esses elementos são apropriados pela mídia e oferecidos para a audiência na forma de produtos culturais. No caso dos quadrinhos isso é extremamente relevante porque existe, em determinados momentos de sua história, um vínculo muito estreito entre eles e seus leitores, onde características de subculturas são utilizadas para compor os seus discursos. Dessa forma, torna-se relevante compreender a articulação entre esses elementos carnavalescos do cotidiano e as formas como os quadrinhos se oferecem no mercado para seus leitores.

Esta questão também reflete a maneira como o produto é comercializado no mercado de acordo com referências aos públicos maiores e menores. É esperado que os produtos direcionados a um público mais restrito lidem com esses elementos carnavalescos de forma mais intensa porque eles não estariam sob um controle de conteúdo muito forte. O direcionamento para um público mais predisposto a estes conteúdos e uma pressão menor de mercado, sem se preocupar com a competição, facilitaria aproximação desses produtos a conteúdos diferentes dos encontrados na grande mídia. No entanto, como entender o sucesso de um produto como *Viz* que conseguiu superar essa barreira comercial e estabelecer uma relação com um público tão grande. Assim, é extremamente relevante a discussão das possíveis transformações que esse produto teve que passar para se adaptar a esse novo momento no mercado. Um ponto que pode ser destacado é uma certa aproximação de um público de classe-média que consegue lidar de maneira diferente com esse tipo de produto como pode ser visto na seguinte citação:

“Os elementos do carnavalesco que se tornaram deslocados na arte e conservados em lugares de consumo cultural e espetáculos, na mídia cinematográfica e televisiva, agora tem uma audiência mais ampla da classe média que se distanciou de uma estrutura de personalidade mais rígida associada com a ética puritana, sobre a qual Bell (1976) fala, e está melhor preparada para lidar com emoções ameaçadoras. De fato, frações da nova classe média se tornaram mais educadas no sentido de controle e descontrole de emoções, sensibilidades e gostos que dão suporte a uma maior apreciação da estetização da vida cotidiana” (Featherstone, 1992, p. 81).

Os indicadores desse tipo de mudança seriam referências aos hábitos da vida cotidiana, interações de face-a-face nas ruas e experiências comuns. Lefebvre (1991) discute que a vida cotidiana deveria ser diferenciada da vida diária; vida cotidiana está baseada em repetição, redundância, e retorno. Na sociedade contemporânea, a vida cotidiana é uma estrutura histórica de poder (Grossberg, 1993, p. 204). Por outro lado,

Miller (1998) mostra que além do controle capitalista "... the everyday can be a space for resisting incorporation into the wheels of production that holds out the possibility of autonomy" (p. 11).

Nós podemos contestar esta idéia dizendo que a mídia também é parte da vida cotidiana e que na "sociedade pós-moderna" a realidade virtual se torna tão ou mais importante que o cotidiano, ou às vezes até mesmo mais importante que a comunicação face-a-face. Esta afirmação só é parcialmente verdade. É um fato que a mídia tem se tornado muito importante para as experiências de pessoas, influenciando comportamentos e contribuindo para moldar seus hábitos. Por outro lado, é verdade que a transformação de realidade retratada pela mídia a apresenta como uma experiência de totalidade, como a experiência mais importante entre outras atividades diárias. No entanto, ao consumir informação pela mídia, as pessoas seguem uma rotina que envolve interação direta com outras pessoas; são relações sociais que funcionam como uma contraponto à visão da mídia. Na realidade, uma característica distintiva de movimentos juvenis como os hippies e punk é a ênfase na experiência viva com pessoas comuns e o uso de drogas, experimentar tudo de forma direta. A tentativa para confundir a realidade concreta com experiências virtuais não contribui por um entender melhor da relação entre ambas as realidades.

Considerando estes pontos, nós investigaremos a relação entre um aumento no processo de comercialização e as mudanças subseqüentes no produto. Nós argumentamos que um produto que consegue passar de um produto "alternativo" para um comercial, sofreria certas mudanças em seu conteúdo para ser adaptado àquele momento. Porém, esta afirmação ainda não é investigada completamente em condições empíricas. Este tipo de argumento deve ser baseado em evidências empíricas que clarificariam, se e em que condições a comercialização afeta o produto cultural. Nós discutiremos como estes

aspectos são expressos na história da revista, como seriam transformados na medida em que entra em um processo comercialização intensificado.

A idéia de carnavalesco abre a possibilidade de explorar as contradições em alguns produtos culturais ao lidar com tabu e temas controversos. Por exemplo, produtos culturais como quadrinhos *underground* que trabalham nos limites entre o permitido e o proibido, a moral e o imoral. Além disso, desafia a distinção entre produto autêntico (arte) e não-autêntico, ou produtos comerciais e não-comerciais. Os produtos seriam a expressão de uma pluralidade, uma incorporação de tensões e tendências diversas.

Em relação aos quadrinhos, a relação entre comercial e não-comercial deve ser recolocada em termos dos tipos de referências que eles usam. Também deveria ser levado em conta o modo nos quais eles propõem um contrato com o leitor. É esperado que um produto não-comercial proponha um tipo diferente de contrato e recorra a temas diretamente relacionados com a vida cotidiana do leitor, assemelhando-se a um sistema fechado em contraste com um processo aberto de produtos comerciais. Nós discutiremos como estes aspectos têm sido expressos na história da revista, e como eles são transformados à medida em *Viz* entrou em um processo de comercialização intensificado.

Nós começamos o capítulo diferenciando uma característica comum da cultura popular que é a distinção entre baixa e alta cultura. Nós mostramos que esta distinção foi atualizada em termos da distinção entre produtos culturais autênticos e não-autênticos. Essa discussão é pertinente para nossa tese porque ajuda a clarificar a relação entre *Viz* e a cultura jovem. Nós usamos uma analogia com a indústria de música porque ela foi muito mais investigada que quadrinhos. No tocante à comercialização, há uma interpretação que opõe a música autêntica e a música comercial. Essa distinção ficou clara na contracultura dos anos sessenta e no movimento de punk.

Nós mostramos que a história da cultura popular não é linear nem sem contradições. Não há um momento no qual produtos culturais são auto-produzidos e expressão real de fantasias da juventude e outro um no qual eles eram parte de cultura de massa, completamente controlados pela indústria cultural. Durante o processo inteiro, há uma contradição e uma relação tensa entre os autores e produtores relativo à autenticidade e comercialização.

Seguindo esta discussão, nós destacamos que os produtos culturais lidam com emoção, prazer e desejos. Estes aspectos são significativos para entender os tipos de relação que produtos culturais têm com a audiência. O que é crucial para esta discussão é que o consumidor pode ser 'produzido'. Produtos culturais oferecem um modo de sentir e expressar idéias. O poder deles varia de acordo com a sua capacidade para articular desejos privados em um idioma público.

A parte seguinte do capítulo examinou a contribuição pós-moderna para este debate. Nós argumentamos que o pós-modernismo não é uma teoria unificada, ela é formada por várias teorias que podem ou não compartilhar o mesmo ponto de vista. Ela desafia a distinção entre arte e cultura popular. Discutimos que a ênfase do pós-modernismo na relevância de comunicação de massa para sociedade é, por um lado, sua contribuição mais importante, e por outro, sua maior fraqueza. O poder de tecnologia é superestimado e torna-se a 'ideologia dominante', mas sem uma idéia clara sobre quem são os grupos dominantes na sociedade. A contribuição do pós-modernismo para nosso argumento é nos dá uma compreensão da importância da mídia, não só para a vida cotidiana das pessoas, mas também para entender outros produtos. Nós argumentamos que um produto cultural deve ser compreendido em relação a outros produtos. Paródias misturadas às referências a cultura da mídia comporiam um produto pós-moderno.

A última parte do capítulo tratou da idéia de carnaval e carnavalesco. São idéias muito úteis para nossa discussão. Como vimos, produtos culturais como *Viz* têm uma ênfase forte em paródias e uma relação tensa com os valores dominantes. Estas normalmente são características associadas a "produtos alternativos". Nós mostramos que o carnaval tem sido parte de festivais populares desde tempos medievais, e que sobreviveu na sociedade contemporânea na cultura popular. O carnaval, com as idéias de inversão, regressão, e liberação do corpo reprimido, abre a possibilidade de entendermos características alternativas associadas a produtos da cultura popular. Será essencial nesta tese investigar como estes elementos são expressos em *Viz* e são transformados quando *Viz* se torna mais comercializada.

3. Interpretando os quadrinhos

Esse capítulo tratará das ferramentas metodológicas para analisar a revista *Viz*. A primeira parte do capítulo está relacionada à definição de quadrinhos e os tipos de discursos que eles trazem. É importante entender os quadrinhos de acordo com as tradições diferentes as quais eles pertencem. Neste caso, nós temos que situar *Viz* na tradição de quadrinhos adultos e suas relações com o mercado cultural e a audiência, porque cada tradição recorre a hábitos de leitura específicos.

Nós mostraremos que o objetivo principal do autor é contar uma história e fazê-la compreensível para o leitor. Como um desenvolvimento desta idéia, discutiremos que a relação entre quadrinhos e o leitor é melhor compreendida usando a idéia contrato. De acordo com esta idéia, o texto oferece algumas regras para o leitor, e só se o leitor concorda com as regras o jogo pode continuar. Esta perspectiva oferece um passo adiante em relação ao determinismo que superestima o papel do texto como uma imposição de significados na mente do leitor, desafiando a interpretação que o leitor tem uma liberdade ilimitada para interpretar o produto de acordo com seus desejos. Nós veremos que esta relação é melhor vista como um diálogo, mesmo que os leitores estejam em uma situação de inferioridade em relação ao produto.

A segunda parte do capítulo discutirá a contribuição da análise de discurso para a compreensão de *Viz*. A revista é composta de uma mistura de quadrinhos e textos, paródias de outros produtos tais como quadrinhos e jornais. A última parte do capítulo discute a idéia de humor e ironia. O humor e a ironia desempenham um papel muito importante no discurso de *Viz*. Eles são caracterizados como discursos que carregam uma pluralidade de significados e podem expressar várias vozes ao mesmo tempo. A intertextualidade no

humor e ironia parece ser mais fortes que em outros tipos de discursos. Além disso, nós relacionamos o uso de humor e ironia à discussão de carnaval, porque eles às vezes expressam aspectos de vida cotidiana que são normalmente reprimidos pelos valores dominantes.

As histórias em quadrinhos são definidas de forma geral como um tipo de linguagem que, usando uma combinação de texto e desenhos em seqüência, contam estórias. Outra definição importante é a de Will Eisner como 'arte seqüencial' (McCloud, 1993). MacCloud desenvolve esta definição e cria nomes para as combinações e transições de textos e imagens (Witek, 1999). Cagnin (1997) argumenta que o desenho é o aspecto principal de quadrinhos. Não obstante, essas definições se colocam num nível muito alto de generalização o que dificulta uma distinção precisa entre os quadrinhos e outras formas de arte e, até mesmo, dentro das próprias tradições de quadrinhos. Realmente, é fundamental separar os estilos e tradições de quadrinhos porque eles evocam histórias de produção e relação com os leitores bastante diferentes. Por exemplo, os quadrinhos para adultos não devem ser entendidos da mesma maneira como os direcionados para as crianças porque as relações e histórias em cada tradição devem conduzir o pesquisador a olhar sobre aspectos da realidade que não existem nos dois tipos de produto: o mundo da fantasia infantil, a realidade de contestação do *underground*, etc.

Também é essencial diferenciar quadrinhos que aparecem em jornais de outros publicados em revistas. As diferenças estão na estrutura narrativa e na tradição de desenho que evocam: enquanto as revistas em quadrinhos podem trabalhar com estruturas narrativas longas, as publicadas com tiras têm que ser mais concisas para que a história possa ser contada em apenas alguns quadros. Elas também favorecem hábitos de leitura diferentes já

que, nos jornais, as histórias em quadrinhos não são a motivação principal para a sua aquisição; elas são um subproduto e devem ser analisadas sempre neste contexto.

Relativo a esta discussão é necessário adotar uma definição mais precisa que ressalte as características do tipo de tradição que nós estamos estudando. De acordo com Barker (1989), quatro características têm que ser acrescentadas à definição tradicional: 1) os quadrinhos aparecem em intervalos regulares; 2) eles contêm personagens fixos, com gamas relativamente previsíveis de comportamento; 3) os personagens aparecem dentro de gêneros que se relacionam a personagens envolvidos em tipos semelhantes de ação e eventos; 4) os quadrinhos acumularam um grande número de convenções que os permitem representar uma gama enorme de situações: convenções para expressar fala, movimento, relações, emoções, sons causa e efeito, e tudo dentro de sua natureza fictícia que os caracteriza.

“Em termos de conteúdo, basicamente as tiras contam histórias. A maioria é ficção e seguem uma fórmula – trabalhando com uma série de fases típicas e finalizando de uma forma esperada. Neles caracteristicamente figuram uma quantidade de personagens regulares que aparecem em cada edição do quadrinho e agem dentro uma gama de comportamento relativamente previsível. A maioria, historicamente, mas de forma alguma quer dizer todos, tem sido de humor (daí a origem da palavra ‘comic’ ” (Sabin, 1993, p. 06).

Um outro ponto importante para se entender a linguagem dos quadrinhos é a utilização dos balões, o espaço onde a fala dos personagens é comumente inserida. O uso de balões é um elemento bem evidente os diferencia de outras formas de arte. Assim, algumas ferramentas lingüísticas, combinadas com os balões, foram criadas para solucionar limitações específicas do meio bidimensional que o papel oferece para os artistas (Acevedo, 1990, p.132). Por exemplo, o tamanho e tipo de letras inseridas nos balões provêm informações sobre a altura e intensidade das vozes. Se um personagem estiver gritando, as

letras vão aparecer trêmulas e grandes para que os leitores possam escutar e sentir a intensidade da cena.

Pode-se destacar que o objetivo dos autores é tornar a sua história o mais compreensível possível e assim conseguir estabelecer a relação de compreensão esperada pelos leitores. Assim, diversas técnicas discursivas são usadas em vários momentos da história para que o leitor se situe dentro dos acontecimentos e consiga seguir a seqüência das ações. Além das convenções internas e ferramentas lingüísticas, uma das formas mais eficientes de tornar a história compreensível é utilizar expectativas de hábitos de leitura já bem consolidados pelas tradições de leituras e vínculos com a realidade dos leitores. Isto é feito em dois níveis: em primeiro lugar, através de referências diretas a situações cotidianas vividas pelos leitores; e em segundo lugar, aludindo a outros produtos culturais, mas os adaptando à nova realidade criada neste novo produto.

O que se está querendo enfatizar nessa primeira parte da discussão é que a narrativa dos quadrinhos oferece uma contribuição muito grande para se compreender a natureza do contrato que ela busca estabelecer com os leitores. Ao escolher um determinado tipo de narrativa o autor pode trazer para este momento de leitura convenções de tradições diversas de histórias em quadrinhos e hábitos de leitura consolidados pela audiência, aumentando a gama de pontos de contato entre essa realidade criada no produto e o cotidiano de sua audiência. Os autores têm liberdade para evocar inúmeras possibilidades de linguagens, convenções e hábitos dos leitores. A opção dos autores por qualquer desses elementos têm conseqüências diretas sobre a maneira como os leitores lidam com esse produto e os hábitos de leituras que trazem para esse encontro.

Witek (1989) oferece uma discussão muito importante sobre as estratégias narrativas usada por autores para contar uma história e como estas estratégias são centrais

para entender os quadrinhos. O ponto de partida dele é traçar uma linha entre a narrativa da prosa e narrativa das imagens nos quadrinhos. Os quadrinhos utilizam narrativas visuais que não se comparam à linguagem verbal.

"What the comic book *can* do which the prose alone cannot is to show in space the relations of the physical elements of the story (the Charlestonians and the fort, for example), and it can keep previous scenes physically before the reader after the narrative has moved on (as in the doubled explosions of the first shot and the bursting halo behind Abner Doubleday); the images are at once more immediate and more subliminal than in prose. Pictures might seem to leave less to the imagination than words, but the narrative leaps we are required to make between the panels of a comic-book story, as well as the semiotic reading necessary to decode the lines, colors, and verbal text in a sequential art page give an attentive comic-book reader quite enough to do" (p. 43).

O discurso das imagens tem uma importância central para se entender as maneiras como as histórias são contadas para criar efeitos diversos e reforçar determinadas posições ideológicas nas histórias. Ao fazer isso, a história também já posiciona os leitores para que saibam o tipo de conteúdo que encontrarão ao ler. Witek realiza essa discussão comparando duas histórias em quadrinhos que lidam com a história dos Estados Unidos. Ele enfatiza a interferência que as narrativas escolhidas têm sobre os modos como elas devem ser interpretadas. Primeiro, ele discute a narrativa de quadrinhos que lidam com eventos efetivos e seguem uma sucessão que está diretamente relacionada ao fluxo temporal fiel ao que realmente ocorreu. Esses são quadrinhos não usam uma grande variedade de narrativas ou métodos complicados de desenhos para contar a história. Esse ponto fica mais evidente na seguinte passagem:

"Here 'April, 1861: Fort Sumter' makes relatively short and logical moves in time and space between panels, while superhero and fantasy comics often use bizarre temporal jumps and irrational perspectives. The panel layouts and the compositional breakdowns thus work together to create a movement at once pictorial and literary; this reading movement is the unique rhythm of the medium of sequential art" (p. 22).

A citação sobre esta forma de discurso dos quadrinhos enfatiza a combinação dos gêneros literário e visual como duas chaves de interpretação que precisam ser consideradas para a análise. Ambas trabalham em conjunto buscando o fim último que é o desejo esperado pelo autor em termos da clareza e compreensão de sua obra. Este tipo de análise nos ajuda a “ler” os elementos visuais nos quadrinhos a partir do que é enfatizado nos desenhos como, por exemplo, a forma como o painel desenhado e distribuído na estória oferece pistas para os leitores e quais aspectos da narrativa devem ser enfatizados. Esse aspecto é chamado de “visual weight”. Aprofundando o papel dos textos na narrativa Witek (1989) mostra claramente como eles contribuem para gerar significados nas estórias:

"The conventional signs which indicate the verbal text in comic are well known: words in oblong boxes function as a narrative voice, words in rounded "balloons" with pointed projections represent direct speech, cloudlike ballons with circles leading to human figure indicate unspoken thoughts, shaded and capitalized letters denote various degrees of emotion and emphasis, and so forth" (p. 22).

O ponto central da análise de Witek é mostrar como escolhas de narrativas e o uso de painéis pode carregar efeitos ideológicos. Ele discute, nos casos sobre a história americana, como esse tipo de combinação, tem uma notável diferença em relação ao posicionamento ideológico da história em quadrinhos que podem favorecer a posição oficial ou ser crítica a ela. A interpretação oficial põe ênfase no texto e no uso de dispositivos narrativos para guiar o leitor ao longo da história em favor do ponto de vista oficial. Através da análise desses painéis, Witek mostra como o autor pode criar um ponto de vista que favorece determinada perspectiva e, ao mesmo tempo, posiciona o leitor para que veja a realidade prioritariamente a partir dessa versão. Nesse caso, a ênfase no texto em detrimento da imagem, cria uma narrativa que é fundamentada solidamente no espaço e no

tempo real dos eventos e, dessa forma, estabelece uma relação de poder com leitor ao se oferecer como a versão “real” dos fatos.

"The cumulative effects of these devices (the physically superior placement of the verbal elements, the ruled dialogue balloons, the enlarged initial letters of the captions, the mechanical letters) are to establish a tone of stateliness and legitimized power and incidentally to emphasize the importance of words over pictures. This logocentricity is implicit in the basic premise of the Gilberton Company, a publishing house which was founded as a means of introducing the canonical texts of Western culture to a generation increasingly in the thrall of nonprint media"(p. 23).

Usando exemplos do uso de painéis nos quadrinhos Witek acentua as diferenças entre uma narrativa em forma de prosa e uma narrativa de quadrinhos. Ele observa que o uso das imagens proporciona uma liberdade narrativa ainda maior que a narrativa em prosa, ela quebra a linearidade da narrativa. A composição de uma página de quadrinhos revela isso fortemente quando se apresentam as possibilidades de estruturação dos quadros e as escolhas que o autor faz para colocá-los da forma mais coerente e precisa possível. Usando este instrumento discursivo, pode-se notar que há um certo grau de independência das imagens que necessariamente não têm que estar de acordo com o ritmo de prosa. Um autor pode criar efeitos subliminares que não têm que seguir uma lógica linear de uma seqüência narrativa. Porém, ele enfatiza que a análise precisa considerar a maneira como a estória deve ser a partir da ênfase dada aos quadros e aos textos para que sejam atingidos os efeitos esperados. Por exemplo, os textos das legendas podem ser escritos em letras de máquinas enquanto os balões escritos à mão mostram a proximidade com voz humana de forma mais direta que as letras mecânicas.

Witek mostra que os quadrinhos não são a única arte que utiliza a combinação entre palavras e imagens, mas que a comparação acrítica com outras mídias ao mesmo tempo revela e obscurece as peculiaridades dos quadrinhos. Em termos de linguagem, a arte que

mais se aproxima dos quadrinhos é o cinema, que também é uma seqüência de quadros. Porém, ao contrário do cinema, o leitor pode controlar o ritmo da leitura e até pular para alguma cena específica simultaneamente á leitura. A complexidade dessas diferenças de linguagem está muito bem detalhada na seguinte citação:

"Comic panels at first resemble illustrated texts or captioned pictures, but the relation of the two elements is much more intimate and problematical in comics than in a news photograph or a novel with pictures. The synthesis of words and pictures in comic books finally become a narrative gestalt combining verbal movement and sequence with pictorial stasis and simultaneity, and vice versa. The elements of sequential art are separable for our analytic convenience, but they are kept apart only at the cost of the visceral power and expressive range of the medium" (p.34).

Há nos quadrinhos uma interdependência entre os elementos visuais e textuais. Os quadros utilizam efeitos de onomatopéias, com legendas, balões que proporcionam um efeito de composição para intensificar os efeitos visuais nos painéis. Como complemento a eles, o texto linear guia o leitor através de um tempo que não os faça se perder na sucessão de imagens que não segue a mesma lógica; os textos precisam, então, enriquecer os efeitos de composição sem obscurecer a versatilidade da linguagem visual. Este tipo de interpretação sobre os quadrinhos nos permite entendê-los com um todo, quer dizer, um produto em que nenhum elemento deve ser entendido separadamente; aspectos visuais e textuais constituem uma unidade inseparável caso se queira ter uma compreensão completa do produto.

Witek em seguida discute até que ponto os quadrinhos retratam fielmente a realidade dentro de um estilo realista. Nosso argumento nessa tese é que os quadrinhos utilizam a realidade como fonte de inspiração, mas a adapta ao seu próprio mundo sujeito a suas regras narrativas e de representação. No entanto, dizer que há uma interpretação sugerida nos quadrinhos não significa que o leitor entenderá o produto do modo que está

sendo proposto. Está claro que há uma margem para a interpretação de leitor que não é possível ser completamente controlada antecipadamente pelo produto. O que é importante nessa discussão é que o texto constrói "posições textuais": "They are *roles* that a narrative sets up to be occupied by writers and speakers, readers and audiences, as well as by the host of other voices and characters that appear throughout the text" (Mules, 1994, p. 118). Nossa análise dos quadrinhos deve ser entendida dentro desta relação em que não há qualquer reivindicação de que eles representem fielmente a vida cotidiana e que os leitores interpretarão o quadrinho apenas da maneira como eles são interpelados pelo produto; o que é importante mostrar é que essa representação do real tem um vínculo muito forte com outros textos da mídia e apelam constantemente para a intertextualidade.

Outro autor que vai nos ajudar na interpretação dos quadrinhos é Barker (1989) que discute qual tipo de relação os produtos culturais, especificamente os quadrinhos, estabelecem com sua audiência. Ao longo do seu livro, ele dá exemplos de como tradições diferentes de quadrinhos lidam com os hábitos de leitura e expectativas da audiência. O caminho que ele escolhe para discutir essa questão é a partir dos estudos da influência dos produtos sobre a audiência, seu limite de manipulação e como isso pode ser detectado.

O primeiro ponto que ele destaca é que há um grande número de estudos sobre as possíveis influências da mídia sobre a audiência e sobre a influência dos quadrinhos sobre as crianças. Nesses estudos a grande posição defendida é que a quantidade de sexo e violência no conteúdo desses produtos é prejudicial ao desenvolvimento das crianças. De acordo com ele, há um problema central com este tipo de teoria que é o fato da resposta à questão da influência já está dada previamente pela forma como a pergunta é feita (p.03). Há suposições prévias sobre a influência da mídia que governam decisivamente a metodologia de investigação e enviesam de forma negativa os resultados obtidos. Esses

pressupõem que a mídia é poderosa o suficiente para impor suas idéias na mente das pessoas, e que a violência nos produtos pode ser isolada como o aspecto principal no contexto de influência sobre os leitores. Barker contra argumenta dizendo que a violência desempenha papéis diferentes de acordo com os tipos de produto, mas que os estudos sobre os efeitos só se interessam pela quantidade de violência e deduzem, a partir desse fato, seus efeitos diretos sobre o comportamento da audiência. Tais teorias deveriam responder explicitamente aos seguintes questionamentos:

"(1) O que há nos seres humanos que os fazem passíveis de serem influenciados por certos tipos de mensagens da mídia e quais aspectos da mente são afetados? (2) Quais formas de comunicação ou quais relações de comunicação são consideradas capazes de ter esse poder? (3) Quais 'mecanismos' existem que trabalham no sentido de possibilitar que a mensagem seja transmitida de forma tão poderosa? " (p.04).

Em seguida ele tenta encontrar uma teoria e um método para que possa analisar o significado do discurso nos quadrinhos e até que ponto eles influenciariam os leitores. Ele usa os exemplos de estudos sobre os quadrinhos ingleses para discutir e ilustrar suas idéias, ao mesmo tempo em que revela as suas limitações. Em seguida, destaca que um ponto recorrente nesses estudos é a idéia da 'má' influência *a priori* que apontam para julgamentos morais bem distantes dos objetivos de uma investigação científica objetiva.

Action é a primeira revista em quadrinhos que trás explicitamente esse tipo de controvérsia. Essa revista já apareceu no mercado envolvida em críticas severas sobre a quantidade de violência em suas páginas, críticas que, desde o início, já traziam embutidas a idéia moral de má influência. Uma campanha foi feita contra ela que lembra diretamente a campanha contra os quadrinhos de terror na década de 50 que levou à criação do código de ética nos Estados Unidos. Um aspecto importante para ser notado é que *Action* tinha uma clara intenção de ser diretamente ligada aos temas cotidianos para construir suas histórias

tais como hooliganismo, repressão, poder, etc.; outra característica é a paródia de produtos culturais famosos tais com filmes de grande sucesso.

Barker argumenta que *Action* realmente era um quadrinho violento e a razão para manter a violência na revista é que ela estava vendendo muito bem; os autores eram encorajados para desenhar sempre nessa linha e assim conquistar uma grande legião de fãs. De acordo com seu editor, John Smith, “(...) it was more than realistic, it was a fantasyland” (p.25). Um argumento utilizado pelos autores para se defenderem das acusações sobre violência é que eles faziam paródias de produtos que já eram violentos e, portanto, a acusação não deveria ser feita a eles. Tendo em mente este ponto, Barker mostra que o problema real não era a violência, mas algum outro aspecto que os produtos parodiados não possuíam.

Barker mostra que o alvo principal de crítica foi uma cena em que uma garrafa é atirada durante uma partida de futebol e acerta um jogador na cabeça. Esta cena foi criticada de forma muito dura por uma matéria de denúncia do jornal *Daily Mail* que acusou a revista de estar promulgando a violência. *Action* foi retirada das bancas e teve que fazer algumas mudanças para que pudesse reaparecer no mercado. Essas mudanças foram no sentido de reduzir o conteúdo político das histórias e devolver o conteúdo de aventura das histórias. Dessa maneira, a crítica feita sobre a violência que influenciaria os leitores se torna apenas um falso argumento para encobrir a verdadeira razão sobre a censura; refazer o conteúdo da revista não a fez menos violenta, porém foram retiradas todas as cenas em que as autoridades eram desrespeitadas e que a polícia se comportava de forma injusta (p. 35).

Este tipo de argumento é muito importante para a nossa compreensão sobre a relação entre os quadrinhos e a realidade social. A pergunta colocada neste momento é a

relação entre o conteúdo dos quadrinhos e aspectos da realidade social, que se aproximam das experiências cotidianas dos leitores. Ao contrário de quadrinhos de fantasia como os super-heróis, a primeira versão de *Action* trazia aspectos contemporâneos da realidade que podiam 'falar' diretamente às experiências diárias dos leitores. É preciso ressaltar que não se está fazendo uma distinção estática entre quadrinhos que descrevem mundos fantásticos e esses que descrevem a realidade contemporânea. O simples fato dos quadrinhos criarem uma realidade fictícia não significa que não possam se relacionar às experiências de leitor. Barker exemplifica estes pontos muito claramente na citação seguinte quando está comentando sobre a relação complexa entre esse mundo real e as críticas feitas aos quadrinhos:

"The problem lay in the story in those stories that came 'close to home'. In some, the sense of threat came not historically -distanced events like World War II, not in the depths of various oceans (even if preferably distant deeps), nor in stylised villainous boxing set-ups. Being 'close to home' need not mean closeness of physical time or space, but what we might call 'social closeness'. *Kids Rule OK* may be science fiction, but it is a science fiction of a kind that comments on today. I doesn't only show gangs at war, more, it shows them up against outrageously unfair residues of authority, and trying to make their authority of opposition"(p. 45).

As idéias desenvolvidas por esse autor, derivam dos estudos feitos por Vladimir Propp que analisa os contos de fada russos. Propp achou um padrão de narrativa previsível nesses contos a que deu o nome de fórmula. De acordo com Barker, Propp fez esta descoberta sem qualquer teoria anterior que lhe dissesse que ele deveria procurar regras e funções nessas histórias (pág. 121), afastando-se dos "formalistas russos", que sempre quiseram encontrar um sistema independente que governa a narrativa. Essa perspectiva é diferente dos estruturalistas que acentuam o mito como uma expressão de tendências mentais humanas básicas (Lévi-Strauss), e da ideia de ideologia imposta (Barthes). A visão

de Propp mostra, de maneira muito direta, a aproximação entre os contos de fada e a vida cotidiana dos leitores, sem precisar recorrer às estruturas mentais fixas como fazem os estruturalistas. Os contos de fada cristalizam experiências de determinados grupos sociais e representam um sonho de justiça, fuga da realidade e o triunfo do pequeno sobre o grande (p. 128). A seguinte passagem torna essa interpretação mais evidente: "To extend Propp's analysis along lines I am suggesting would not lead to seeing wondertales as declining myth. To the contrary, they would have to be seen as the embodiment of typified experiences of a *rising* social group. Their form is symbiotically related to that group's social location" (p. 129).

Nós devemos notar que essa perspectiva nos oferece um modo de lidar com quadrinhos que não precisa trazer para a análise qualquer especulação para entender seu conteúdo. O conteúdo é entendido dentro do contexto que o quadrinho cria e relacionado às experiências dos leitores na vida cotidiana. A análise não procura por estruturas subjacentes que são expressões de mitos ou manipulação ideológica. Barker usa o exemplo de uma análise "pós-estruturalista" de uma revista para garotas chamada *Bunty e Tracy*. O cerne da análise deste quadrinho é criar uma relação direta entre o seu conteúdo e a mente do leitor (p.217). Os quadrinhos ajustariam o dilema psíquico de meninas, além de reforçar papéis sociais conservadores. Barker argumenta que uma interpretação mais justa seria entender os quadrinhos como uma elaboração sobre os dramas não resolvidos das garotas de classe trabalhadora. Elas experimentam constrangimentos como responsabilidade de casa, trabalho, deveres familiares, falta de dinheiro para atingir expectativas sociais e assim por diante. As histórias dramatizariam estas funções em lugar de expressar a estrutura psíquica de leitores.

A estrutura narrativa é tomada neste texto como uma estrutura viva na qual o leitor é envolvido como elemento ativo. O que é relevante nessa perspectiva é a maneira pela qual

a história é contada e como ela define o papel do leitor nesse processo. O autor conta a história de um modo particular para um certo tipo de leitor. Assim, quando estivermos analisando uma estória tem que ficar claro que ela cria uma suposição sobre o tipo de leitor a que esta sendo direcionado seu conteúdo. A citação seguinte nos ajuda a clarificar esses pontos:

“A narrativa é uma forma viva que personifica as regras de um ‘contrato’ entre ela e a audiência com uma determinada posição social. A forma não é uma “essência” com uma vida em si mesma. Ela vive numa suposição inconsciente sobre a audiência através da seqüência predeterminada de elementos. Ela os posiciona numa relação típica com ela mesma – oferece convites de como eles devem se relacionar com ela – tal que o significado do texto não seja simplesmente a forma, seus elementos e encadeamento, mas é uma função no tipo de relação pela qual os leitores são chamados a fazer parte. Isso significa que a forma não é uma ‘unidade’ automática para qual todos os elementos contribuem da mesma forma. [...] Dessa maneira, a fórmula de uma narrativa com *Scream Inn* obedece a algumas regras que determinam o que é relevante ou irrelevante para seu funcionamento, o que resultará como sucesso versus uma expressão sem sucesso do contrato com seus leitores. O leitores já estão incluídos como parte da definição da sua forma e significado” (Barker, 1989, p. 133).

Além dessa análise interna e da relação com os leitores, é preciso também se considerar a história de produção dos quadrinhos porque eles são produzidos tendo certos condicionantes que influenciam diretamente seus conteúdos. As mudanças de conteúdo muitas vezes são apenas respostas à queda na venda das revistas e por isso novos conteúdos são tentados. Caso obtenham sucesso, há uma motivação para oferecer conteúdos similares. Embora exista uma certa homologia entre os conteúdos e a forma de pensar dos leitores, os autores não saberiam procurar de forma consciente uma estrutura mental dos leitores.

"The concept of 'production history' summarises the way all these factors combine to produce a particular cultural product. There are traditions of production, or marketing, and of audience. Producers are trained to see certain kinds of stories as 'natural'; audiences learn that too. Then there is the constraining hand of possible 'public reaction', particularly to a 'children's comic' and both work mark out terrains of danger). These and other factors mean that comics like *Bunty* and *Tracy* are in the end compromises. To study them, without some knowledge of such production history, is to court disaster" (p.238).

Outro exemplo muito útil de como algumas interpretações falham ao analisar os quadrinhos é a avaliação da revista inglesa feminina *Jackie* (p.165). Ele mostra que a análise da revista já começa assumindo que ela possui apenas uma ideologia. Barker mostra que a revista possui uma seção de cartas, desconsiderada pela análise, onde os autores respondem aos questionamentos das leitoras sem que haja qualquer resposta definitiva sobre os dilemas apresentados. As respostas às cartas sempre acentuam o papel da leitora como ativa, ela é que tem que decidir a melhor forma de agir. Seguindo esta linha de pensamento, seria mais correto investigar os aspectos das vidas das leitoras a que *Jackie* se dirige, sem presumir possíveis respostas.

Neste ponto da discussão aparece um conceito que será utilizado como um dos elementos centrais para a nossa análise que é o "contrato" que se estabelece entre o produto cultural e sua audiência. Um ponto que não pode ser ignorado ao se analisar os quadrinhos é que eles são significativos para os leitores, eles geram significados a partir das experiências cotidianas onde se inserem a sua fruição. Há o estabelecimento de um "contrato" nos recursos compartilhados entre o discurso dos quadrinhos e as expectativas dos leitores. De acordo com esta perspectiva, os quadrinhos convidam o leitor a entrar na sua própria realidade particular e, só por meio da aceitação das regras desse contrato, a relação entre eles pode ser estabelecida.

"A idéia de contrato sugere que uma revista como *Jackie* é mais do que um conteúdo procurando por uma mente para invadir. Ela sugere que a revista oferece um tipo de relação com seus leitores. Nós podemos dizer que *Jackie* estende um convite aos leitores para se unir a ela e usar seu conteúdo de maneiras específicas. Em anos recentes, uma idéia semelhante a essa tem sido desenvolvida na teoria literária. É a idéia de 'implied reader'. Colocando de forma simplificada, ela sugere que qualquer trabalho de ficção (embora não tenha que se limitar a eles) não tem apenas sua estória; ela também tem a forma como a estória é contada. Ela tem um narrador e a maneira como ele conta. Assim, qualquer trabalho de ficção não conta

simplesmente uma estória, ela é contada de uma maneira específica para um certo tipo de leitor. Os recursos textuais nos dá a idéia de quem está contando a estória e por que. Como consequência um papel é estabelecido: o papel de ser o leitor dessa estória específica. Para ler a estória nós temos que estar dispostos a desempenhar esse papel " (p. 257).

A citação ressalta a intencionalidade do texto que se dirige a um leitor específico e busca estabelecer uma relação contratual com ele. Não existe um texto isolado com seus significados que tentam ser inculcados ou impostos na mente dos leitores; o que ocorre é a proposição de modos de ver a realidade a partir da maneira como o texto define o seu leitor. Este tipo de perspectiva representa um avanço em relação à interpretação estruturalista que tendem a adotar uma visão unificada dos textos. A contribuição de Barker nos permite investigar os modos como o texto cria espaços para o leitor através de dispositivos discursivos. Há também algumas formas tipificadas de expectativas dos leitores que habilitam o leitor a aprender o que esperar do texto: "A 'contract' involves an agreement that a text will talk to us in ways we recognise. It will enter a dialogue, with its dependable elements and form, that will relate to some aspects of our lives in our society (p. 261)".

Fazendo um comentário sobre a idéia do "papel do leitor", ele mostra que essa idéia não é suficiente para entender a relação com o leitor porque apenas se prende aos artifícios textuais sem ter a idéia de leitor em mente. O que se precisa fazer é mudar essa idéia para a de "papel social proposto para os leitores" porque dessa maneira, será necessário saber a que leitor está se referindo e como lida com as suas experiências cotidianas e expectativas:

"This is why we need to investigate not only implied reader-roles, but the implied social relation to readers. The difference is this. The idea of 'implied reader' refers only to the text. We can define it purely by reference to textual devices. We do not need any knowledge of the social characteristics of the readers. A novel creates a reader-role. Who (if anyone) can enter this role is another matter altogether. The novel has offered it, and we either agree or not. But if we change the 'implied reader' to the 'proposed social relation to readers', this changes. We still need to study textual devices. But they will now just be part of a conversation with some

aspect of the readers' lives. And, I want to suggest that, the more formulaic the text, the more it has to be a conversation with some typified social experience in their readers" (p. 258).

A idéia de contrato implica que há regras determinadas de antemão para estabelecer a relação com os leitores. E da mesma forma, o leitor já é equipado com experiências anteriores ao encontro com o texto e, assim, ele não teria um papel meramente passivo nessa relação. Esta atividade discursiva na qual os leitores participam é conhecida, na teoria literária moderna, como 'consumo produtivo'; uma idéia bastante utilizada nos estudos das relações entre os textos e os leitores (Longhurst, 1995, p. 235).

Argumentamos na tese que a relação entre quadrinhos e a audiência é semelhante a um jogo. Neste jogo, a revista convida os leitores a participar através de algumas regras dadas. Então, o primeiro aspecto que deve ser levado em conta em nossa análise dos quadrinhos é como o leitor é chamado a participar desse jogo e, por conseguinte, qual papel é oferecido a ele. Esta idéia será muito útil para nossa análise de *Viz* porque nós identificaremos na revista os tipos de "contrato" que ela propõe a seus leitores. Será visto como acontece a mudança de contrato na medida em que a revista progride em direção a um mercado mais amplo. Outro autor que ajudará na nossa análise é Witek que nos habilita a entender a importância da narrativa nos quadrinhos, tanto em termos textuais quanto visuais. Uma ressalva que deve ser feita é que não faremos uma pesquisa sobre os leitores porque não é o objetivo desse trabalho. Os leitores serão utilizados como referências, através de dados secundários, para se entender o discurso da revista e como ela o convida para compreender a revista.

Nós ressaltamos que a análise das imagens não pretende descobrir o "significado real" que estaria escondido por trás da aparência como faz a análise semiótica de Umberto

Eco (1990) sobre *Steve Canyon*. A análise dele se concentra sobre os arranjos visuais dos painéis para procurar elementos nas histórias que expressem códigos sociais. O problema é que esta perspectiva tende a supervalorizar o texto como determinante dos significados, como se eles expressassem um único significado possível para os leitores. Há um esforço para ir além desta perspectiva através da adoção de uma perspectiva que leve em consideração os seguintes pontos: a) o conhecimento do autor sobre os desejos de leitores, hábitos e expectativas do leitor; b) o tipo de tradição de quadrinhos analisado; c) o conhecimento sobre os tipos de experiências que estão sendo utilizadas; d) a situação de mercado; e) a intertextualidade.

É importante ressaltar que quando um produto cultural é lançado no mercado há uma suposição pelos autores e produtores sobre quem é a provável audiência. Esta suposição tem algumas conseqüências para os produtos tais como o lugar no qual o produto será vendido, estratégia de anúncios, preços, idioma apropriado, etc. Relacionado a esses aspectos está a questão central da intertextualidade que é imprescindível para a nossa análise de *Viz*. Nós enfatizaremos na análise que esta dimensão intertextual que é "... an analysis which looks at the text from the perspective of discourse practice, aiming to unravel the genres and discourses which are articulated together in it" (Fairclough, 1997, p. 70; Jensen, 1995). Este aspecto é ainda mais importante para os quadrinhos para adultos que estão a todo o momento recorrendo a outros produtos culturais para construir seu próprio discurso. A relevância da intertextualidade para a interpretação dos produtos da mídia fica clara na seguinte passagem: "Intertextuality is perhaps an especially prominent feature of mass communication, because the media feed on each other as part of the simultaneously economic and cultural dynamic that shapes the contemporary integrated media environments" (Jensen, 1995, p. 120).

A parte seguinte deste capítulo discutirá o papel dos textos na revista, mais precisamente será visto as características do discurso humorístico, sátira e da paródia que são elementos que caracterizam o discurso do gênero de quadrinhos do qual *Viz* faz parte.

3.1 Quadrinhos, humor e ironia

Humor e ironia são discursos nos quais as relações entre o texto, o contexto social, e o leitor têm uma influência determinante para se gerar significados. Em ambos os discursos, o autor pode se expressar sem que seja preciso incorporar os discursos seriamente. O que está sendo dito é que alguém pode expressar um tipo de discurso, mas sem haver qualquer envolvimento com ele, como uma atitude de distanciamento (Moesse 1970); ele pode estar expressando a opinião de outras pessoas. A ironia também implica em um ‘counter-text’ “... and the implied counter-text is usually taken to be the opposite of what is actually spoken or written” (Mulkay, 1999, p. 49). Com a ironia, o locutor não assume uma posição clara sobre o objetivo e a intencionalidade do discurso; ele permite que seja deixado um espaço aberto para interpretação e, no caso dele ser questionado, ele pode reivindicar apenas ter dito aquilo sem que indique qualquer envolvimento com o que foi expresso (Ducrot, 1987).

Não obstante, uma das dificuldades quando se lida com o texto da mídia é que a atenção a esses aspectos do discurso não é considerada, o que leva a uma interpretação superficial do fenômeno. A atenção devida para estes aspectos não é dada e é adotada uma interpretação linear do fenômeno. Vários significados que se referem ao mesmo tempo ao

passado, presente e futuro se entrelaçam nesses discursos. Assim, tem que se ter em mente que a chave para interpretação do discurso é encontrada exatamente nesse entrelaçamento de significados. Mainguenu (1993) acentua este elemento do contexto quando define discurso "... o discurso constitui-se em signo de alguma coisa, para alguém, em um contexto de signos e experiências" (p. 34). Além disso, o humor depende intrinsecamente da compreensão, por parte da audiência, de todas as referências utilizadas para construir esse discurso, como fica claro na seguinte passagem em que o autor fala sobre o humor direcionado para a população negra na Inglaterra: "The majority of black comics perform for black audiences that have a full understanding of the black experience in Britain, a familiarity with its many nuances, and an ability to understand the black British versions of patois and dialect which articulate these experiences" (Small, 1998, p. 238).

Também deve ser enfatizado que o texto tem uma história antes de ser percebido em um determinado momento. O que estamos dizendo é que o texto sempre está inserido em um certo gênero que, por um lado, influencia o modo como ele produzido e, por outro, as interpretações presentes e futuras. O texto se insere em um contexto de produção e recepção. Um texto não é uma entidade independente que gera tantos significados quanto há diversidade de audiência. O contexto limita a gama de interpretações e não permite liberdade ilimitada ao leitor. Fairclough (1997) fazendo um comentário sobre a ênfase no idioma (discurso) como uma prática social argumenta que:

"It also implies that language is a socially and historically situated mode of action, in a dialectical relationship with other facets of the social. What I meant by a dialectical relationship is that it is socially shaped, but is also socially shaping – or socially *constitutive*. Critical discourse analysis explores the tension between these two sides of language use, the socially shaped and socially constitutive, rather than opting one-sidedly for one or the other" (p. 55).

Voltando-se agora para o humor que é típico da revista que analisamos nesta tese, vemos que ele é plural, gera muitos significados e pode ser a expressão de muitas vozes sem que haja a identificação precisa de suas origens. Desenvolvendo esse último aspecto, podemos dizer que o humor é um tipo de ironia na qual o discurso tende a ser aberto o suficiente para deixar o espaço de interpretação para ser preenchido pela audiência. Nesse tipo de discurso, as palavras não são atribuídas especificamente a alguém e sempre exploram a ambigüidade dos significados: o que é dito é parte de uma compreensão geral sobre determinada situação que pode ser atribuído a qualquer um ou a ninguém ao mesmo tempo. Ironia e humor permitem uma subversão da lógica de discurso sem que aquele que fala seja punido por isso. Eles precisam ser entendidos a partir dessa multiplicidade de significados sem teorias simples que tentem reduzi-lo a categorias básicas e imutáveis:

“But the problem with most theories of humour and comedy is that they claim an excessive applicability for themselves. They strive to embrace far too much. Humour is a multiform and dynamic human phenomenon, and has no universally essential feature. Attempts to establish an all-embracing abstract body of explication for every manifestation, every form and function of humour are likely to fall short of the target. For theories of humour which claim to be comprehensive, you can usually find a number of exception which don't prove the rule” (Littlewood, 1998, p. 293).

O discurso do humor se tornou um elemento fundamental para os produtos culturais e tem sido usado como um sinônimo de entretenimento. Momentos de humor em um produto cultural permitem um relaxamento da audiência, momentos nos quais as tensões diárias são aliviadas. Nesses momentos, o humor permite que haja uma subversão das sanções sociais impostas aos indivíduos pelos grupos sociais dominantes.

“The serious aspects of class culture are official and authoritarian; they are combined with violence, prohibitions, limitations and always contain an element of fear and of intimidation. These elements prevailed in the Middle Ages. Laughter on the contrary overcomes fear, for it knows no inhibitions, no limitations. Its idiom is never used by violence and authority” (Bakhtin, 1984, p. 90).

Um outro aspecto extremamente relevante para se entender o humor é que seu efeito, provocar o riso, depende muito mais da interpretação da audiência do que outros tipos de discursos mais diretos. Assim a ambigüidade das situações e comportamentos mostrados dependem da disposição da audiência para que seja interpretado o seu lado mais engraçado e não algo que cause aversão. Como Palmer (1994) argumenta: “The joke must be permitted as well as intended in order to accede to the status of joke” (p. 147). O humor é um processo de negociação. No entanto, ele não deve ser permitido por todos porque o constrangimento dos que são objeto da brincadeira até acentuam o efeito cômico da situação.

Considerando os elementos utilizados para se produzir o efeito cômico na audiência, devemos enfatizar que o humor tem uma relação muito estreita entre o normal e o absurdo das situações cotidianas. O humor trabalha exagerando características ou revelando os aspectos despercebidos pela maioria das pessoas. Nesse momento se instaura uma situação de incongruência que contrasta fortemente com o que seria esperado daquela situação. Este processo acontece quando uma situação é apresentada, aparentemente, sem qualquer coisa incomum, mas ao término da piada, um elemento inesperado é introduzido que se choca com a normalidade esperada.

"It can be seen that there is one hidden point that permeates this discussion on humour: the pleasure. Little wonder that media audience is mostly attracted to the product by an offer of some kind of pleasure. However, it should be stressed that pleasure is not only related to a fixed psychological mechanism in which the pleasure can be anticipated before the investigation of the meeting between a product and its audience. One can argue that the understanding of pleasure must take into account a social dimension of pleasure" (Palmer, 1994, p. 178).

A importância dessa dimensão do prazer para a interpretação dos produtos culturais é bem conhecida. E é necessário enfatizar que esse prazer está ligado à experiências cotidianas que servem como moldes para a realização desses desejos. Experiências essa que podem ser realmente vividas ou simples referências aos produtos da mídia através da intertextualidade. Este último aspecto é predominante em produtos culturais como *Viz* que utiliza tais referências para ressaltar sua característica controversa. Dessa maneira, esse cotidiano normal é perpassado por imagens carnavalescas do corpo, idioma abusivo e uma lógica que subverte as normas:

“Whenever men laugh and curse, particularly in a familiar environment, their speech is filled with bodily images. The body copulates, defecates, overeats, and men’s speech is flooded with member’s parts. Even the flood is contained by norms of speech, there is still an eruption of these images into literature, especially if the literature is gay or abusive in character. The common human fund of familiar and abusive gesticulation is also based on these sharply defined images”(Bakhtin, 1984, p. 319)

Como nós vimos ao longo deste texto, quadrinhos como *Viz* têm uma ênfase muito forte em experiências da vida cotidianas. *Viz* adota um estilo que combina o realismo de situações concretas com o absurdo de exageros desses elementos. Veremos na parte seguinte como a revista utilizou esses elementos durante toda sua história. Nosso objetivo é identificar quais foram as mudanças e continuidades dessa referência na medida em que ela evoluiu para um mercado mais amplo.

Um primeiro problema metodológico que enfrentamos para realizar a pesquisa é decidir que aspectos da revista deveríamos selecionar para análise. O risco que se corre neste momento é de decidir por determinado aspecto que pode não ser representativo de todas as nuances do objeto. Sabemos que os textos apresentam uma diversidade muito grande de informações e significados que são difíceis de serem apreendidos a partir de uma

seleção quantitativa. Essa dificuldade metodológica será parcialmente resolvida pela combinação de aspectos qualitativos para a seleção dos textos e personagens da revista.

Para a análise de *Viz* será feita inicialmente uma análise de conteúdo para que se possa ter uma visão dos aspectos que são mais repetitivos e podem ser considerados como estruturantes para a revista, aspectos que são colocados como os mais relevantes para os autores em determinados períodos. Esse instrumento metodológico nos mostrou que os textos não devem ser interpretados isoladamente, mas como um conjunto; nosso objetivo com isso é revelar o que eles carregam de significados e valores (Berger, 1995; Swimmer, 1994). É preciso considerar que há o contexto interno onde o texto está inserido. “The meaning of each constitutive element of a text is established with reference to its con-text – the rest of the text as a whole” (Jensen, 1993, p. 31). Aplicando-se esse aspecto à análise dos personagens nas histórias, podemos ver que um personagem só faz sentido quando relacionado a outros personagens; por exemplo, se nós pretendermos analisar o papel do personagem principal na história é preciso que comparemos seu comportamento com o dos personagens secundários, pois só assim o significado de suas ações se torna relevante.

Além disso, outra característica de análise de conteúdo é ser uma metodologia poderosa, se usada para propósitos de comparação. Como um de nossos objetivos é comparar períodos diferentes na história de *Viz*, nós entendemos que a análise de conteúdo nos ajudará a identificar possíveis mudanças na revista e as bases para o 'contrato' que a revista propôs aos leitores em diferentes períodos de sua história.

Berger (1991) argumenta que os investigadores estão sempre tentando saber algo sobre os leitores usando a análise de conteúdo. Não obstante, ele mostra que isto é um “risco” que o investigador assume e que pode levar a conclusões erradas. Não é possível saber, através de uma simples análise do produto, a maneira como ele será entendido pela

audiência. De fato, devem ser feitas distinções entre aspectos diferentes envolvidos na análise de um produto cultural tais como o processo de produção, distribuição e consumo. O que o pesquisador pode identificar são tendências de interpretação a partir do contexto de recepção desses produtos que estão relacionadas com os hábitos de leituras e experiências dos leitores, mas isso não garante a certeza de sua interpretação. Na nossa análise, esse tipo de instrumento será utilizado para traçar, de forma descritiva, as principais tendências na história da revista *sem*, com isso, almejar qualquer certeza sobre a maneira como esse produto está sendo recebido pelos leitores.

3.2 A análise de *Viz*

Como já foi dito em outras partes da tese, o nosso objetivo principal é identificar os impactos da intensificação da comercialização sobre o conteúdo e o formato de *Viz*. Tendo isso em mente, a análise se voltará para identificar quais os indicadores que podem ser utilizados para identificar esses impactos no produto. Inicialmente, podemos destacar a utilização da capa colorida, semelhante aos quadrinhos tradicionais, a inclusão de publicidade voltada para o mercado comercial e a ênfase em determinados personagens e temas que permeiam a revista. Esses elementos representam os pontos principais que ficarão mais claros no decorrer da análise.

Ao analisar o formato da revista, podemos notar que ele passou por três mudanças principais. A primeira mudança aconteceu a partir da edição 12, maio de 1984, quando seu formato deixou de ter um perfil de uma publicação alternativa. *Viz* tinha até aquele período uma capa em preto e branco e quinze páginas que pareciam ser fotocópias baratas; a partir

da edição de número 12 ela adota uma capa colorida semelhante às revistas tradicionais, e aumenta o número de páginas. O número de personagens aumentou de quinze para aproximadamente 37. O preço aumentou de 10 para 50 centavos. A terceira mudança ocorreu a partir da edição 30 em que o número de páginas pulou de 17 para 48 páginas e preço subiu para 60 centavos. É importante destacar que esse período de mudança coincidiu com a distribuição nacional da revista que visava aumentar o número de leitores e se tornar um sucesso em outras regiões do país. Foi o período em que ela conseguiu ter uma regularidade de produção e distribuição. A última mudança de formato aconteceu na edição 60 quando a capa é feita em papel *glossy* e algumas páginas internas passam a ser coloridas.

Em termos de processo de produção, *Viz* passou de uma estrutura artesanal feita por dois irmãos para uma estrutura profissional onde são contratados vários colaboradores que deram origem a uma grande quantidade de novos personagens. O papel dos irmãos se voltou para a seleção do material recebido e para estratégias de mercado para aumentar a quantidade de leitores da revista. Era uma estrutura semelhante a qualquer grande editora de quadrinhos, bem diferente da perspectiva de quadrinhos alternativo adotada inicialmente.

Um outro indicador muito importante para se entender as mudanças na revista é a relação que ela adota com os anúncios. Podemos notar (ver figura 1) que a grande ênfase na primeira fase da revista era sobre as paródias de anúncios reais e piadas sobre o cinismo de determinadas campanhas. Esse tipo de relação vai quase desaparecer a partir da segunda fase quando ela adota a distribuição nacional; a posição dúbia em relação ao mercado se transforma numa aceitação dos anúncios em suas páginas. As paródias vão sumir completamente entre os números 16 e 35, o período de maior sucesso da revista. No

entanto, o conteúdo da revista não se alterou drasticamente e conseguiu combinar algumas características alternativas com esse caráter mais comercial.

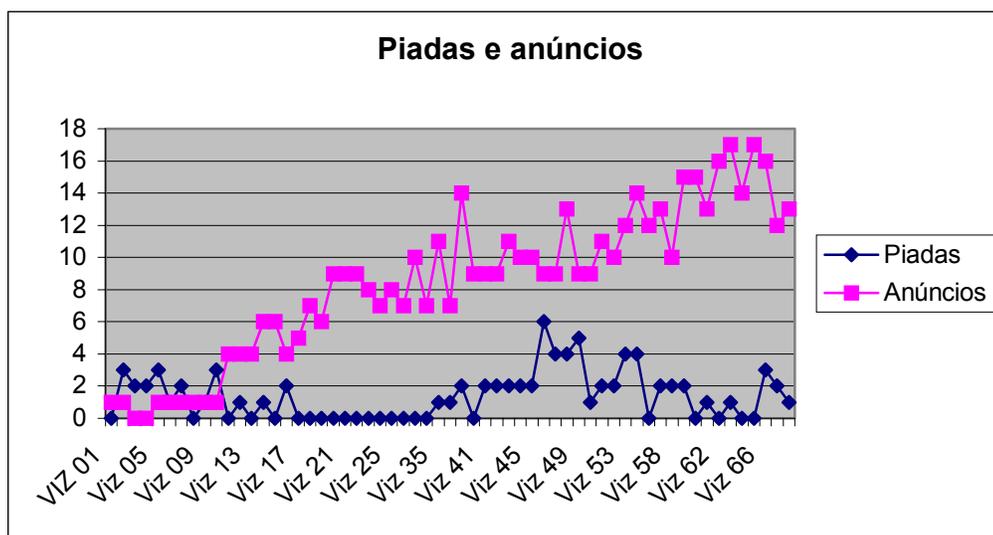


Figura 1

É um fato que *Viz* sempre adotou anúncios em suas páginas desde os primeiros números. Eram anúncios de comerciantes locais tais como bares, clubes, lojas d CDs, shows, etc. O que se pode observar é que eles tinham uma certa coerência com o conteúdo da revista, pois se voltavam mais para a rotina dos jovens que a consumiam. As edições traziam convites diretos: “*Viz* comic is read by thousands of people 24 hours a day. It’s just like the Tardis but the other way around. Place an advert in this comic and make ’82 the year for you. Write for details”. Esses anúncios eram colocados ao lado de paródias de produtos famosos tais como produtos de limpeza. A inclusão de anúncios de grandes empresas afasta essa identidade da revista que, a partir daquele momento, aceita

acriticamente essa forma de financiamento. Inclusive utilizando seus personagens para vender esses produtos como está claro abaixo:



Figura 2 (*Viz* 56, p. 14)

Outra diferença de perspectiva em relação aos anúncios é a campanha do banco Westminster. Há várias paródias dessa campanha que era direcionada para os jovens que não tinham dinheiro para financiar seus estudos; a campanha original enfatizava a facilidade de se conseguir crédito. Na revista, a campanha aparece semelhante à campanha original só que reverte o discurso do anúncio enfatizando a idéia de sexo e do cinismo da campanha: 'Students, free sex with the manager's wife when you open an account with GnatWest The Give Us Your Money Bank'. Essa perspectiva satírica desaparece completamente no período mais comercial da revista em que anúncios de banco são

tratados de maneira bastante séria, inclusive, no exemplo abaixo, há a oferta de assinatura da revista por um ano caso o estudante utilize os serviços oferecidos pelo banco.

Total de aparições dos personagens *Viz 1 a 12*

Skinheed	8
Professor Piehead	8
Victor Pratt	6
Paul Whicker the tall vicar	5
Croc the amiable crocodile	4
Ted Dempster	4
Roger Mellie the man on the telly	4
Pathetic Shark	4
Rude Kid	3
Mickey the Martian	2
Biffa Bacon	2
Captain Muscle	1
Sid the sexist	1
Billy the fish	1
Johnny Fartpants	1

Figura 3

Esta tabela mostra que não há uma concentração de personagens antes da revista 06. *Skinhead* é o mais uniformemente distribuído nesse período, mas vai desaparecer totalmente depois da edição 08. Outro personagem muito importante é *Colin the Amiable Crocodile* que também desaparece números depois. Veremos que esses personagens revelam claramente o discurso inicial da revista que se aproximava do retrato da vida cotidiana e se distanciava da fantasia das histórias feitas para as crianças.

Como foi dito mais acima, *Viz* tem a característica de combinar textos e personagens em quadrinhos e isso nos leva a analisá-los de forma bastante detalhada. No entanto, a ênfase será colocada sobre os personagens porque a revista é identificada predominantemente no mercado como uma revista em quadrinhos, com personagens fixos e regulares que criam a sua identidade. Nosso primeiro problema era como traçar uma linha para escolher os seus personagens principais. A escolha dos personagens foi baseada em considerações quantitativas e qualitativas. O primeiro passo foi contar a frequência dos personagens para identificar aqueles que a revista priorizava para publicar. Nós identificamos que havia uma quantidade muito grande de personagens que só apareciam poucas vezes, menos de três vezes em toda a história da revista. Dessa forma, nós adotamos a suposição de que havia uma correspondência entre a frequência dos personagens e a sua importância para o conteúdo da revista. O quadro seguinte mostra o resultado dessa análise inicial e aqueles considerados mais relevantes para a análise:

Frequência total dos personagens

Billy the fish	29
Roger Mellie the man on	27
Fat slags	26
Sid the Sexist	23
Spoilt Bastard	20
Modern Modern Parents	20
Johnny Fartpants	19
Biffa Baccon	16
Buster Gonnad	11
Student Grant	10
Jack Black and his dog silver	10
Skinheed	9
Professor Piehead	9
Victor Pratt	8
Rude Kid	8
Millie Tant and her radical	8
Paul Whicker the tall vicar	7
Felix amazing underpants	7
Roger Irrelevant	7
Terry Fuckwit	7

Figura 4

Este quadro nos dá um ponto de partida para nossa seleção. Nós decidimos trabalhar com os 10 personagens mais frequentes porque eles se destacaram em relação aos demais. Porém, nós entendemos que a simples frequência de aparição não bastava para identificar a importância dos personagens e tivemos que cruzar esses resultados com a história da revista. Nós identificamos que o uso de certos personagens tem uma relação íntima com

outras partes da revista, como os textos, e o seu movimento em direção ao mercado comercial. Por exemplo, o personagem *Johnny Fartpants*, é o mais freqüente na fase inicial quando *Viz* adquiriu distribuição nacional porque a revista estava criando seu próprio estilo e delimitando seu espaço no mercado naquele período. Dessa maneira, constatamos que *Johnny Fartpants* representava exatamente as experiências das crianças com figuras de autoridade e parodiava um dos principais personagens de revistas infantis *Denis the menace*. *Johnny Fartpants* então servia como uma maneira da revista se diferenciar no mercado e explorar a poderosa intertextualidade com as memórias dos leitores sobre suas experiências cotidianas e hábitos de leitura. Situação semelhante ocorre com *Sid The Sexist*, um personagem machista que traz o sexo para as páginas da revista. Porém, apesar de ter sido criado na edição 09, ele só vai se tornar realmente importante depois do número 40 quando a revista tem um direcionamento maior para os leitores adultos.

Como já discutimos em relação ao conteúdo desse tipo de quadrinhos, a ênfase em situações cotidianas e a intertextualidade são duas características básicas para entendê-lo. Por essa razão, a análise dos personagens é centrada fundamentalmente no que eles expressam do cotidiano. Não procuramos identificar qualquer característica escondida por trás das aparências, mas revelar a que tipo de experiências cotidianas eles se referem. O que deve ficar claro é que não tínhamos nenhuma categoria pronta antes de iniciarmos o contato com os personagens, as categorias utilizadas para agrupá-los foram retiradas do confronto entre a teoria e a realidade da revista. A compreensão do tipo da tradição de quadrinhos que a *Viz* pertence e a sua história nos deram pistas muito valiosas para entender o papel dos personagens no seu discurso. O que nós queremos dizer é que a tradição de quadrinhos da qual *Viz* é parte, coloca uma ênfase muito grande nas situações

cotidianas e, conseqüentemente, é extremamente relevante identificar quais são esses aspectos e como eles são reelaborados para se adequar à realidade da revista. Tendo identificado os personagens mais freqüentes, nós procuramos por alguma regularidade de distribuição ao longo da história da revista. Esse processo nos deu um quadro da distribuição de temas que cada personagem representava ao longo desse período da história. Foram analisados quase todos exemplares, totalizando 70 edições, faltando apenas os exemplares entre os número 27 e 33. Através da continuidade e descontinuidade dos temas podemos identificar as mudanças e direcionamentos desse conteúdo.

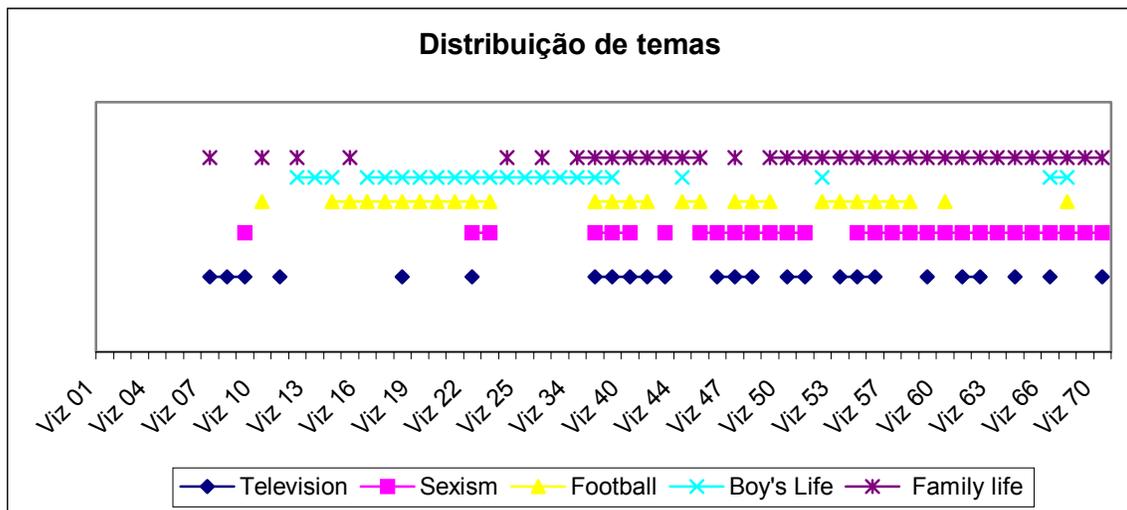


Figura 5

Pode ser observado que a seqüência mais regular de temas ocorre apenas a partir da edição 18. Essa regularidade tem uma relação muito forte com a comercialização da revista porque foi exatamente o momento em que ela adquiriu publicação e distribuição regular. A *Vida dos garotos* representa exatamente o momento em que a revista estava criando o seu perfil de quadrinhos para adultos; assim, ela precisava se diferenciar daqueles direcionados para o público infantil. A concentração neste tema coincide com o período no qual *Viz*

estava se tornando famosa, e assim teve que construir sua identidade como um quadrinho de adulto. Para fazer isso, os autores tiveram que traçar um limite entre *Viz* e os quadrinhos de crianças. O tipo de contrato que *Viz* propôs foi o de inversão de papéis e a oposição a esta realidade infantil. Esse mundo infantil seria agora relacionado a aspectos do corpo que causam repugnância como o pêido e o vômito ao mesmo tempo em que figuras de autoridade são ridicularizadas. Por conseguinte, *Viz* estava fazendo duas coisas ao mesmo tempo: aproveitando a oportunidade para explorar a intertextualidade de seus personagens com os quadrinhos de crianças e criar uma área de contato com seus leitores.

O personagem *Billy the Fish* é importante na revista por explorar um dos temas mais relevantes para a cultura britânica que é o futebol. Ele também joga com a relação entre os personagens infantis que lidam com animais que se comportam com pessoas normais, tais como os quadrinhos de Walt Disney. Suas histórias, como será visto na análise, lidam com esse conteúdo lúdico e exploram o aspecto fantasioso das narrativas de filmes de detetives. É importante ressaltar que nenhum personagem tem regularidade de publicação antes do exemplar 12, o que indica um período mais experimental da revista e um compromisso menor com o mercado comercial que será abandonado anos mais tarde.

Notamos que o quadro acima claramente indica algumas mudanças na distribuição de temas ao longo da história de *Viz*. Inicialmente se priorizava a discussão do cotidiano das crianças que é trocada pela ênfase no sexo e na vida familiar que, como veremos na análise, também incorpora esse tema. Essa mudança é explicada pelo aumento na quantidade de leitores e a opção para leitores mais adultos.

Neste momento da discussão, é necessário discutir a questão de se as mudanças no conteúdo eram um resultado da maturidade dos autores e da audiência ou o resultado da intensificação da comercialização. Primeiramente, não há nenhuma evidência de que um

produto necessariamente tem que mudar porque seus autores ficam mais velhos. Afinal de contas, temos que ter em mente que não são crianças que desenham os quadrinhos que consomem e o mesmo se aplica aos produtos consumidos pelos adolescentes. Para ser mais preciso, o que está sendo dito é que não existe qualquer relação necessária entre o envelhecimento dos autores e a mudança de conteúdo dos quadrinhos. É um fato que esse tipo de relação pode até acontecer, mas os determinantes de mercado têm um papel muito importante nessa discussão que não deve nunca ser subjugado. Nossa tese é que a intensificação da comercialização é a principal causa das mudanças de formato e conteúdo da revista na medida em que ela vai se adaptando a um novo mercado e construindo sua identidade como um quadrinho adulto.

Vida familiar e *Sexismo* se tornam respectivamente os dois temas principais após o período inicial. Esta troca indica o movimento de *Viz* para materiais mais orientados para os adultos, que também foi acompanhada pela transformação dos textos. Além disso, a intertextualidade deixa de lado os quadrinhos infantis se volta para os produtos da mídia televisiva e impressa. A revista acentua a sua característica de misturar textos e quadrinhos e começa a intensificar a paródia de jornais satíricos, como o *Private Eye* e tablóides, como *The Sun*. O contrato da revista seria agora estendido aos leitores das revistas de humor pouco afeitos às revistas de quadrinhos tradicionais.

A análise dos personagens indicará como a revista lida com os valores sociais e que tipo de realidade está oferecendo para os leitores, visando estabelecer uma relação de contrato. Elemento de ambigüidade de posições em relação às normas sociais, proibição, usa de palavrões, inversão e confronto ao mundo "educado" são elementos que serão considerados nessa análise. A análise do humor e do carnavalesco se torna imprescindível para uma compreensão adequada da revista *Viz*. Ela é predominantemente uma revista de

quadrinhos de humor e isso tem que ter prioridade na análise dos quadrinhos e dos textos. Procuraremos nas histórias quais elementos são utilizados para que seja alcançado o efeito do riso. Como o humor depende muito da interpretação do leitor para atingir o seu objetivo é muito relevante que procuremos identificar sob quais condições o conteúdo da revista seria considerado engraçado.

Depois da pesquisa exploratória da revista notamos que há uma diferença nos primeiros números, tanto no formato quanto no conteúdo dos textos e personagens. Então optamos por analisar este período separadamente. Era um período em que a revista não tinha nem uma distribuição nacional nem uma regularidade de publicação. Nós veremos na análise que ela era mais semelhante à tradição dos fascines e quadrinhos alternativo. É uma fase em que não há muitos personagens fixos e uma ênfase maior em situações cotidianas comuns. Essa separação também nos dará mais clareza sobre os tipos de transformação que a intensificação da comercialização causou na revista.

A terceira parte da análise da revista será sobre os textos. Eles são analisados em cada período da revista para identificar se há mudanças nos temas tratados. Como eles não são parte de uma continuidade e não têm uma previsibilidade de comportamento como acontece com os personagens, foi possível analisá-los separadamente e compará-los com períodos diferentes da história da revista. Os textos desempenham um papel fundamental porque permitem que os autores possam utilizar a intertextualidade com outros produtos que não sejam relacionados ao universo dos quadrinhos. A quantidade de textos e os temas retratados foram utilizados como indicadores das mudanças que a intensificação da comercialização provocou na revista. A variedade de temas ou a concentração em alguns temas específicos indicam o direcionamento da revista para um público mais adulto e para um conteúdo cada vez mais dependente dos produtos da mídia.

Na primeira parte deste capítulo, nós discutimos o conceito de quadrinhos. Nós acentuamos que cada tradição de quadrinhos tem que ser entendida separadamente, porque cada um evoca uma relação peculiar com o leitor. Nós argumentamos que o objetivo principal do discurso de quadrinhos é contar uma história e fazer isto da forma mais clara possível para o leitor. Nós veremos que *Viz* usa a intertextualidade intensivamente para criar seu próprio discurso. Além desta característica, humour e ironia são usados como um aspecto central no discurso de *Viz*. Eles estão definidos como "discursos abertos" que oferecem uma gama extensiva de possibilidades para interpretação e joga com significados dúbios. Também há uma relação íntima entre humor e carnaval; o humor é usado para expressar características carnavalescas e o idioma abusivo.

A tendência crescente na revista, à medida que ela se torna mais comercial, é misturar suas próprias criações com outros produtos de mídia. Isto cria uma revista na qual intertextualidade tem um papel muito importante. Embora isso não signifique que eles estejam "copiando" o trabalho de outras pessoas, o que acontece é que seus autores podem explorar todas as possibilidades que este tipo de relação traz. A revista pode trocar seu ponto de referência e explorar um grande universo de referência com os leitores. Esta mistura cria um produto novo cuja força é parcialmente baseada na cobertura da mídia de temas atuais. A ênfase neste tipo de cobertura também insinua que a realidade retratada em *Viz* é mediada por interpretações de outras mídias. Não é discutido aqui se esta realidade não é parte da vida cotidiana pelo fato de estar baseada em produtos de mídia. Às vezes uma realidade virtual é mais importante que situações diretamente associadas com experiências reais. Não obstante, nós argumentamos que há várias diferenças e implicações quando ocorre uma mudança das representações de rua em uma cidade específica e a seleção de assuntos filtrados por outras mídias.

Nós discutiremos que a inclusão de textos contribuiu sistematicamente para produzir uma revista cujo perfil não é de um 'quadrinhos puro'. *Viz* pode ser entendida como uma mistura de quadrinho e uma revista satírica. Este ponto tem implicações em vários níveis, por exemplo seu discurso interno, a relação com o mercado e o contrato com leitores.

Essas características têm um efeito direto sobre a comercialização de *Viz*. Ela pode ser anunciada como ocupando uma posição entre os dois gêneros e explorar esta dualidade em termos de competição com ambos os tipos de produtos. Competindo com quadrinhos e revistas de paródia é possível criar uma estratégia de marketing baseada em ambos os estilos. Como complemento para sua relação com o leitor, esta posição tem um efeito positivo porque aumenta o número deles e também permitem seduzir aqueles que não estão familiarizados com o gênero quadrinhos. Além disso, este ponto é muito importante na Inglaterra onde quadrinhos adultos nunca tiveram grande sucesso comercial ou reconhecimento dos críticos. A competição com ambos os produtos que poderia ter causado problemas teve um efeito oposto.

O uso deste estilo também permite que os autores tenham mais liberdade para recorrer diretamente a uma gama maior de produtos de mídia, cruzando os limites de jornal e revistas de atualidades. Baseado neste novo estilo, autores criam discursos fortemente dependente nas tradições de produtos famosos da mídia. Mais especificamente, tendo textos e referências diretas a outros produtos da mídia como uma de suas características, os autores podem produzir um discurso ao qual os leitores podem se referir diretamente através de experiências cotidianas e hábitos de leitura. Ao mesmo tempo, a inclusão de paródias e textos em cada edição não é algo externo a *Viz*. O conteúdo de *Viz* é dependente cada vez mais do conhecimento de outras mídias para adultos. Por exemplo, nós veremos

no último capítulo que há um aumento na paródia direta de novelas, artigos de jornal e personalidades da mídia. Baseado nesta evidência, nós argumentamos que a aceitação da cultura da mídia se torna um ponto central na medida em que a comercialização se torna mais intensa.

Além desta mistura de estilos, *Viz* apresenta também seus conteúdos de um modo caótico, sem critérios claros para guiar seus leitores ao que eles podem esperar em suas páginas. *Viz* não tem uma organização interna que normalmente separa política, negócios, esporte, etc. Esta estratégia discursiva cria uma certa “cultura de mosaico”, uma saturação de assuntos. Dá uma impressão do mundo como uma realidade fragmentada na qual podem ser postos artigos sobre banheiros sujos junto com paródias de assuntos políticos. Aqui *Viz* cria um tipo de estilo pós-moderno no qual o discurso está baseado em outro discurso e, por conseguinte, sua realidade é um quadro exagerado de outra realidade já distorcida.

4. As primeiras *Viz* (1979–1984): infância, merda e agressividade

A primeira capa de *Viz* indica claramente o tipo de produto que está sendo colocado no mercado, que se assemelha aos quadrinhos alternativos e underground. Há uma atitude descuidada em relação ao formato, utilizando-se de uma composição semelhante a justaposições foto copiadas. Uma revista com tais características lançadas em Newcastle em um momento no qual o estilo de punk era muito influente indicava diretamente a que tipo de tradição os leitores deveriam referir-se ao ler *Viz*. O estilo inicial da revista não deixava dúvidas de que seu conteúdo se situava muito mais próximo dos quadrinhos underground do que os tradicionais e, dessa forma, criava espaço para aproximação com os movimentos da juventude urbana.

As capas desse período trazem aspectos comumente censurados em quadrinhos comerciais como armas e personagens fumando. A revista lida com elementos cotidianos que contrastam com a representação encontrada em produtos culturais tidos como comerciais. São destacadas na capa figuras grotescas como o 'verm', e um rato enorme que abraça uma mulher. O "peso visual" é posto na figura de um careca, *skinheed*, que ameaça o "sweet crocodile", um personagem típico de histórias para crianças. O texto que domina a página representa a fala de *Skinheed* ordenando que os leitores comprem a revista ou ele atira no crocodilo.



No. 1 December 1979

Figura 6



No. 3 July 1980

Figura 7

O idioma parece muito agressivo, mas o contexto no qual é inserido, entre muitas paródias, habilita um tipo específico de humor. Por exemplo, ao mostrar um crocodilo como um refém de um personagem agressivo ela joga o aspecto maniqueísta entre o "agressivo" e o "sensível", indicando que este quadrinho seria para leitores que valorizam mais a agressividade. Além disso, o personagem que apresentava *Viz* a seus leitores é parte de uma tribo urbana muito famosa naquele período: "skinheads." Este é um aspecto fundamental para entender o tipo de contrato que *Viz* propõe a seus leitores porque mostra que o conteúdo da revista daria privilégio a temas ligados ao cotidiano da classe trabalhadora ao mesmo tempo em que se opunha à representação ingênua das histórias feitas para crianças. Nós podemos identificar nesse período o predomínio dessas referências ao

cotidiano da classe trabalhadora que é adaptado à sensibilidade de classe média dos autores da revista.

Essas características desde o início da sua história situavam a revista fora do mercado comercial sem que isso indicasse qualquer compromisso ideológico com a visão de mundo das tribos urbanas. A revista simplesmente lidava com temas que a aproximava desse universo e favorecia a interpretação como um produto cultural alternativo. Sua postura de não adotar comerciais identificados com a cultura de consumo e utilizar paródias de tais anúncios comerciais apenas reforçava essa característica. A paródia e ridicularização desses anúncios favorecem uma interpretação crítica ao consumismo. Nesse sentido, um anúncio de uma máquina de lavar e de um sabão em pó que deixaria sua roupa mais limpa é mostrado com uma máquina que joga "merda" nas roupas em vez de limpá-las. Esse aspecto representa a característica de inversão da realidade comum nesse tipo de produto em que aspectos regressivos são contentemente utilizados para criar a sua realidade (veja capítulo 03); o que é desvalorizado pela moral tradicional encontra espaço privilegiado no conteúdo da revista. Os anúncios também exploram o idioma coloquial das ruas para enfatizar o contraste com os anúncios reais; dessa maneira eles trazem uma forma de se expressar que era impossível encontrar nos anúncios porque seriam sujeitos à censura. Os seguintes anúncios mostram claramente a natureza desse processo de inversão:



Figuras 8 (Viz 7)



Figura 09 (Viz 5)

O anúncio de *Azox* é uma típica paródia de um anúncio televisivo em que os papéis dos personagens são bastante conservadores e identificados com a cultura do consumismo. O apresentador do anúncio mostra um sorriso falso, a mulher representa o papel de dona de casa e seu marido parece um bobalhão quando a "merda" é jogada nele. O anúncio 2 também mostra uma situação quase impossível de encontrar nos anúncios na mídia tradicional e inverte a expectativa da função original do produto. O *weetabix* é uma barra de cereal que ajudaria os consumidores a defecar melhor; na paródia esse aspecto é exagerado e mostra claramente qual é o resultado de se comer esse produto. O estilo dos desenhos também explora o aspecto "sujo" dos desenhos que contrastam com os desenhos bem cuidados dos anúncios reais. O personagem no anúncio do *Weetabix* é um homem que não é de boa aparência, está sem fazer a barba e tem barriga grande. Nós veremos que este estilo é uma representação bastante explorada pela revista sobre as pessoas da classe trabalhadora, com uma mistura de vida sedentária com agressividade.

O confronto com a cultura de consumo é ainda mais ressaltado pela crítica feita aos bancos que oferecem facilidades de crédito para estudantes, como se eles tivessem acesso a

esse mundo a partir dos empréstimos do banco (*Gnatwest*). Lojas de departamento, como a Whsmiths, relacionadas a pessoas de meia-idade com uma vida financeira mais estável também são objeto de críticas. Com esses elementos a revista se aproxima de atitudes mais críticas a esse tipo de cultura e favorece uma identidade própria como uma revista voltada para uma visão mais alternativa da realidade. No entanto, essa distinção não deve ser tida como absoluta porque a revista nunca foi radicalmente contra os anúncios. Ela apenas se restringia a produtos voltados para cotidiano de seus leitores e tinham uma visão mais crítica em relação à cultura de consumo.



Figura 10

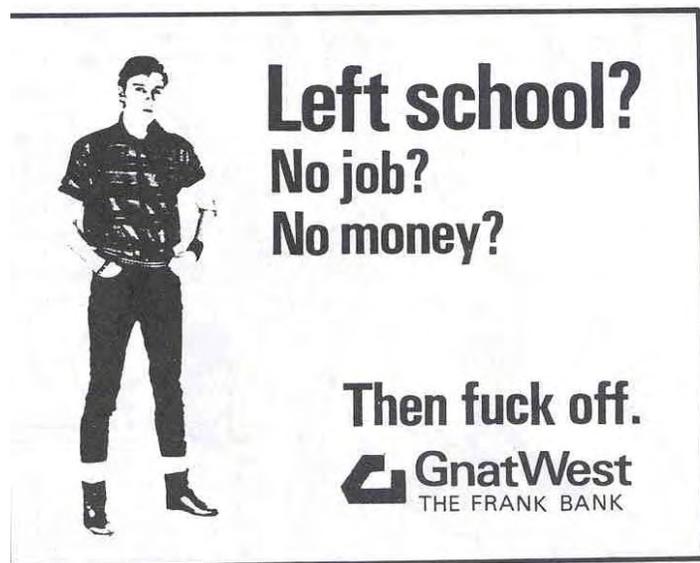


Figura 11

No entanto, há um problema que deve ser discutido aqui que é a relação entre a cultura alternativa e a cultura comercial. A dificuldade é distinguir entre o que é um real compromisso com a atitude alternativa ou simplesmente uma atitude motivada por falta de

recursos para lançar uma revista comercial. Muitas vezes os autores optam por um formato mais simples porque não conseguem ter os recursos suficientes para outro tipo de produto. É uma conclusão muito fácil associar esse tipo de produto voltado para uma audiência menor com uma atitude crítica em relação à cultura comercial. No entanto, esse tipo de argumento pode conduzir a um sério engano em relação à interpretação desse tipo de produto porque não há qualquer relação necessária entre este tipo de produto e qualquer ideologia subcultural. A categorização de um produto como alternativo depende de uma análise de seu discurso e de sua dinâmica em relação ao mercado cultural.

Para entender essa questão em relação a *Viz* nós devemos nos deter sobre o contexto cultural em que a revista foi lançada, especificamente sobre a subcultura punk que era muito influente no final dos anos 70.

As idéias Punk foram poderosas o suficiente para inspirar a maior produção de quadrinhos adultos desde o surgimento do underground americano. O movimento surgiu no momento em que a cultura jovem parecia já estar completamente envolvida com a cultura comercial e não havia mais espaço para a rebeldia. O punk foi visto como uma reação contra esse processo de absorção e de tudo que pudesse lembrar o *status quo*. Naquele período, o movimento punk gerou uma forte onda de produção cultural a partir da idéia do "do-it-yourself". Simon e Chris Donald criaram *Viz* nesse contexto e as influências sobre o produto podem ser notadas em várias dimensões como veremos no decorrer da análise.

O movimento Punk deve ser pensado em relação ao movimento *hippie* dos anos 60 porque o punk também surgiu como uma reação ao ideal de paz e amor propagado pelos hippies. No momento de surgimento do punk, a música Rock, tida tradicionalmente como expressão dos desejos da juventude, já parecia estar completamente envolvida com o mercado comercial a parecia ter perdido suas raízes. O punk procurava resgatar esse

vínculo com a cultura jovem através de uma atitude agressiva e enérgica em relação aos valores considerados conservadores. Discutindo os fanzines, Duncombe (1997) ressalta que: “This negative identity is in many ways a legacy of punk rock. To a great degree, punk itself was created in opposition: *against* the commercial music of the mid-1970’s, *against* the peace-and-love vibes of the hippie scene that by that time seemed sham” (p. 41). Além disso, o punk representou uma valorização do cotidiano da classe trabalhadora que se contrapunha diretamente ao movimento contracultural hippie, que surgiu nos campos universitários. O movimento punk traz a realidade das ruas para a cultura através do cotidiano dos jovens pobres da periferia.

Viz compartilhou a atitude punk em pelo menos dois aspectos: a ênfase na violência e destruição e na representação de vida cotidiana das pessoas da classe trabalhadora. Em relação à violência, ela está presente na atitude de alguns de seus personagens e na forma de falar, são utilizados palavrões freqüentes que confrontam a linguagem educada que se espera em determinadas situações. No tocante à classe trabalhadora não se pode dizer que a revista tinha uma atitude positiva sobre ela uma vez que os personagens que a representa não aparecem em situações positivas nem possuem qualidades que os valorizem. O que ocorre na revista é a ênfase nessas experiências que mostram ao leitor uma realidade das ruas, que não figuravam em revistas em quadrinhos de outros estilos. O quadrinho seguinte mostra como essa realidade é apresentada:



Figura 11

Nós notamos nessa estória que *Aldridge Prior* exemplifica uma representação bastante freqüente sobre a classe trabalhadora que é a de beber excessivamente. Sua aparência física lembra a mesma do anúncio do *weetabix*, como barba para fazer, calvo e barrigudo, como se ele levasse uma vida sedentária. Além disso, a estória também já interpreta para o leitor a característica do personagem como um "mentiroso" que fica inventando fatos para se sentir melhor e, além disso, nunca paga pela bebida. Ao lado desse personagem aparece outra representação da classe trabalhadora que é *Fred* um homem muito forte e violento sem qualquer característica de inteligência e sensibilidade. Esse tipo de situação sempre deteriora para a violência e *Aldridge Prior* sempre acaba as estórias machucado e sem dentes por causa desse tipo de agressão. Os dois personagens exemplificam claramente as duas representações predominantes sobre a classe trabalhadora

que, de forma alguma, tem uma conotação positiva. O cotidiano desses personagens gira em torno da bebida, da brutalidade ou da vida sedentária representada pelo hábito de ficar em frente à TV bebendo cerveja. Eles são objeto de riso exatamente por explorar esse estereótipo e a forma degradada de viver. Essa representação fica bem clara no seguinte quadro:



Figura 12

Notamos nessas histórias uma interseção entre os quadrinhos underground e a influência punk: a ênfase nessas situações diárias sem qualquer intenção de criar uma fantasia em relação a elas. Essas histórias lidam com um certo tipo de representação realista do cotidiano que contrasta com as representações encontradas nos quadrinhos mais tradicionais. No entanto, não se pode concluir a partir dessa observação que *Viz* adotava um estilo realista como se fosse um espelho do real; certamente a revista cria uma fantasia sobre esse cotidiano da classe trabalhadora que explora estereótipos e é baseada numa visão preconceituosa que as outras classes sociais têm sobre esse cotidiano. O que deve ser destacado é que a ênfase sobre esse cotidiano traz para o leitor experiências que não são encontradas facilmente na mídia tradicional e que remetem a tradições de quadrinhos alternativos e underground.

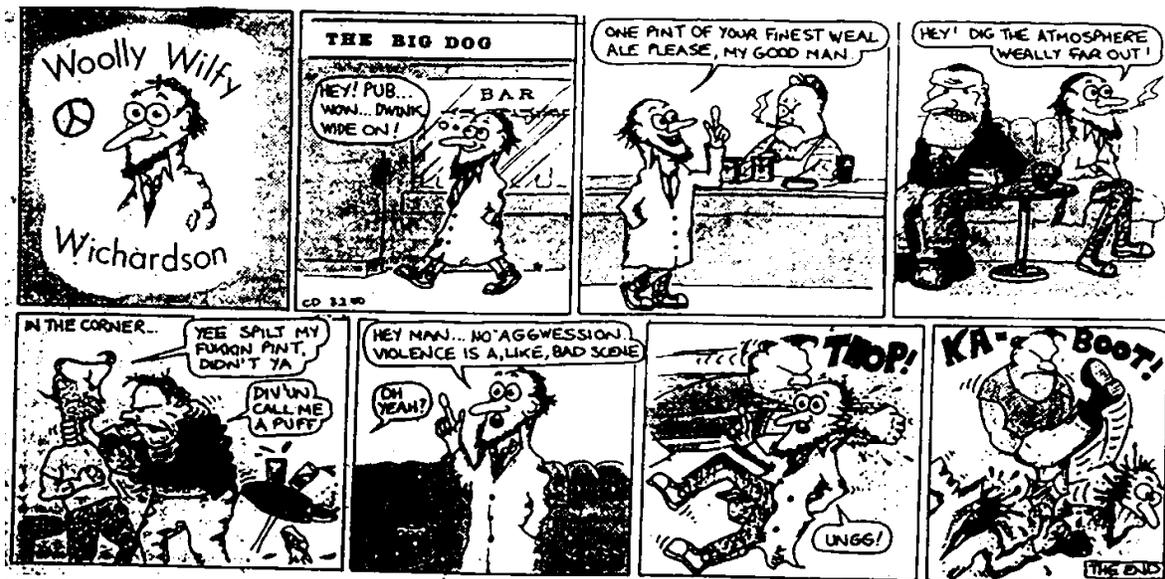


Figura 13 (Viz 5, p 10)

O nome da história, 'Wilfy Wichardson', faz uma brincadeira com a pronúncia das pessoas de classe alta que trocam o som do 'r' que se torna semelhante ao 'w'; assim nesta estória *Wichardson* é a ' pronúncia de *Richardson*. Além do nome da estória, há um símbolo de paz, de forma que o leitor já sabe que ele não gosta de violência. A informação visual mostra um contraste muito forte entre os dois personagens. *Wolly* parece ser um homem feliz, satisfeito, com um corpo magro que usa idioma cortês, que identifica seu perfil como um homem educado. O contraste entre os dois personagens fica claro quando eles sentam lado a lado. O personagem da classe trabalhadora parece estar insatisfeito por estar ali, como se estivesse bebendo porque não consegue algo melhor para fazer. No momento da briga *Wolly* tenta intervir e é castigado duramente por isso. A estória mostra que eles pertencem a duas realidades completamente diferentes: o mundo da educação

formal e dos bons costumes; e o mundo da rua permeado por falta de boas maneiras e de agressividade.

Para acentuar esse tipo de representação, *Viz* utiliza o contraste entre os personagens pobres e os mais sofisticados. Na estória o autor insere um personagem exageradamente educado em um ambiente de bar que é tido como típico da classe trabalhadora. A maneira como a estória é feita funciona para ressaltar como o ambiente do bar é permeado por violência e desrespeito enquanto o homem educado pertenceria a outro mundo, ao mundo intelectual e sensível. O humor nessa estória explora esse contraste e mostra o quanto os dois mundos são completamente diferentes e produzem situações de conflito quando se encontram. Realmente não é possível identificar claramente qual tipo de representação está sendo valorizada porque o personagem "educado" é visto como esnobe e pretensioso e seu comportamento é punido pela violência do típico freqüentador desse ambiente. A estória lida com essa dubiedade de representação e deixa em aberto para o leitor o tipo de interpretação que ele possa ter. Contudo, levando-se em consideração que a revista é voltada para leitores que compartilhariam esse mundo agressivo, a estória tende a favorecer o ponto de vista do personagem da classe trabalhadora.

O contraste entre as classes sociais volta a parecer na seguinte estória em que alguns jovens da classe trabalhadora tentam experimentar um tipo de situação diferente em um ambiente 'sofisticado'. O nome deles é *Larger Boys* que é uma identidade associada ao hábito barato de beber apenas para se embriagar. Esses jovens então tentam mudar essa rotina e entrar em um bar especializado para beber vinho. O nome do lugar já mostra que é direcionado para pessoas sofisticadas e que devem estar bem vestidas. Logo na entrada eles são barrados porque não estão com trajes adequados para isto, mas finalmente conseguem entrar. No final da estória eles são ridicularizados, como se fosse uma punição por ter

cruzado a fronteira desses dois mundos. Eles estão bebendo urina pensando que estão provando uma bebida sofisticada.



Figura 14

O comportamento agressivo é tema muito recorrente na revista desde o começo. Não obstante, deve ser enfatizado que a violência em *Viz* não é igual àquela presente nas revistas direcionadas para os leitores adolescentes e adultos tais como *Judge Dred* ou *Volverine*. Nesses quadrinhos a violência adquire uma função social de lutar contra o mau e é inserida em um mundo fantástico. A violência em *Viz* não desempenha a função de servir para o bem e combater qualquer forma de desvio social. Ela se apresenta como gratuita e tem a função de provocar o riso nos leitores.

Soma-se à agressividade das situações a utilização direta da linguagem das ruas o que contribui para aproximar os leitores dessa realidade. Esse recurso lingüístico serve, então, para confrontar o mundo educado que é valorizado pela sociedade conservadora. A

revista 'fala' diretamente à linguagem dos leitores e consegue subverter algumas normas discursivas que confrontam certas normas sociais. O fato de falar palavrões quebra a lógica do discurso educado que é valorizado socialmente. A simples referência a essa linguagem favorece uma inversão da realidade porque há a valorização de elementos que são reprimidos nos produtos culturais que predominam na mídia. Os seguintes quadros mostram como isso é utilizado:

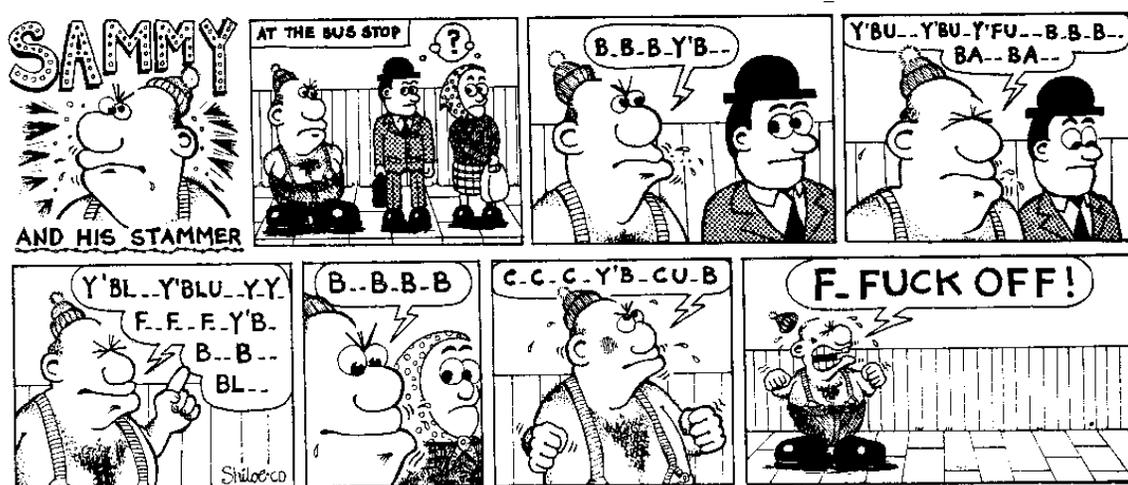


Figura 15

Como já foi discutido no capítulo 3, há vários elementos do carnavalesco que permeiam a cultura popular contemporânea e esses elementos podem ser encontrados explicitamente na revista *Viz*. Eles são utilizados como um recurso para provocar o riso e confrontar a repressão a esses aspectos encontrados no cotidiano. Porém, o corpo é utilizado tanto como uma fonte de prazer como de punição; o discurso joga com o limite entre a liberação do corpo e a punição que isso traz para os personagens. Veremos, na parte

seguinte da análise, como *Johnny Fartpants* expressa claramente a dualidade entre a liberação do corpo e a punição por fazê-lo. Vemos na estória seguinte como o personagem *Tommy Banana Johnson* sempre é punido no final da estória com uma banana sendo enfiada em seu ânus:

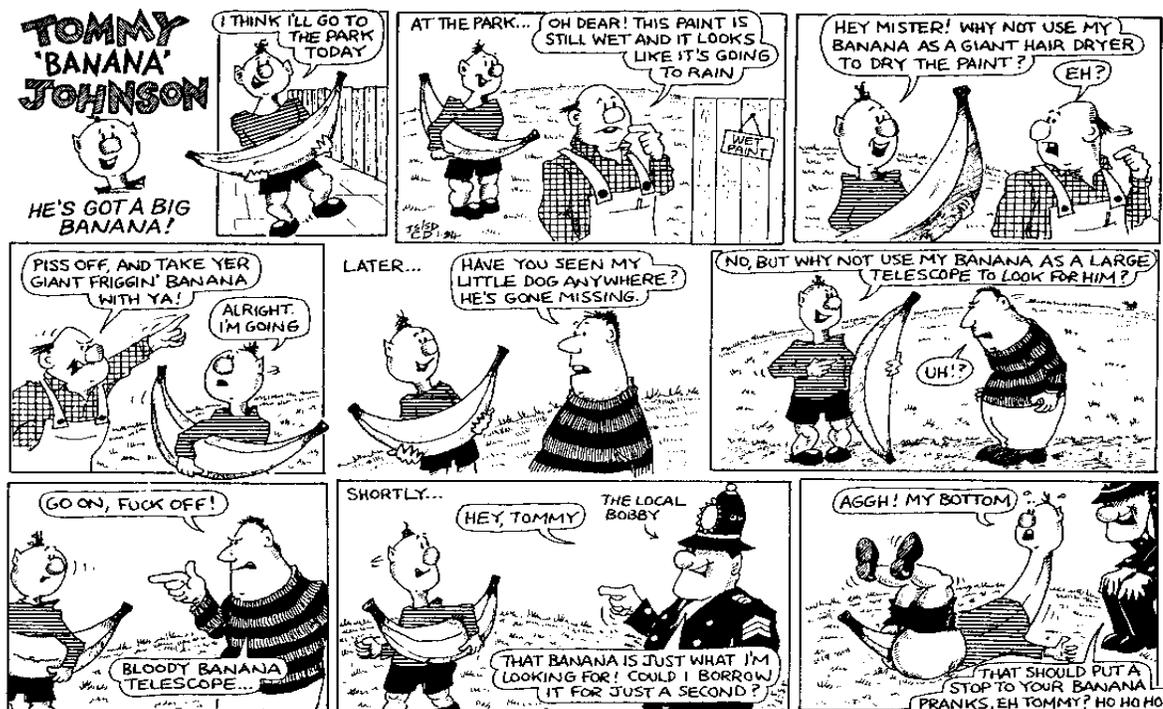


Figura 16 (*Viz* 11, pág., 09)

Um aspecto muito importante para entender esse tipo de estória é a relação que existe entre elas e o poder especial que os quadrinhos voltados para as crianças colocam sobre os personagens. No caso de *Tommy*, ele se comporta com uma criança muito pura que quer apenas ajudar as pessoas com sua banana. Sua atitude é confrontada desde o início pelas palavras rudes dos dois homens que ele encontra. Assim, novamente, vemos com a

revista estabelece esse confronto entre a realidade “pura” das crianças e a “suja” dos adultos. Enquanto *Tommy* usa palavras educadas os homens utilizam palavrões para agredir-lo. No final da estória há um prazer sádico do policial ao introduzir a banana no seu ânus e um certo prazer por parte de *Tommy*. Também deve ser enfatizado que a punição vem exatamente das pessoas que representam diretamente a repressão e o respeito às normas. Há também outros personagens na revista que exploram esse contraste entre os dois mundos tais como *Tuby Toaster* que usa uma torradeira par solucionar problemas e *Gordon Zola* que leva um queijo fedorento a vários lugares para ajudar as pessoas. Todos esses elementos das experiências infantis são vinculados às experiências que causam repugnância como o peido, o vômito e o cocô. A revista apresenta a realidade de um modo invertido onde aspectos de vida que normalmente são proibidos desfrutam de uma sobrevalorização (ver figura 17). Tais personagens no contexto da revista reforçam a idéia de que *Viz* estava construindo seu espaço no mercado através do contraste entre a realidade dos adultos e das crianças. Um contrato que vai ser transformado à medida que a revista intensifica seu processo de comercialização e direciona seu conteúdo para um público mais adulto.



Figura 17

A tira acima é um exemplo da associação do uso de aspectos carnavalescos, que causam repugnância e algumas situações sociais conservadoras. As situações que exigem um alto grau de civilidade e respeito encontram a resistência do corpo que insiste em se impor nesses momentos. A ex-primeira ministra Margaret Thatcher é usada como o símbolo da sociedade oficial, altamente educada e da repressão ao corpo. O personagem de *Viz* traz um corpo não-civilizado, aberto para o mundo, sem controle que se utiliza dessas partes do corpo para confrontar as boas maneiras e costumes. Nota-se também que a utilização de personalidades famosas nas histórias é uma forte característica desse tipo de publicação que lida com os limites entre o proibido e o permitido.

Nesse processo de diálogo que a revista estabelece com os leitores, há a utilização freqüente da ironia, os autores estão sempre trazendo para suas páginas assuntos cotidianos que são tratados de forma irônica como forma de confrontar a visão oficial sobre eles. Vamos ver este aspecto muito nitidamente na análise do personagem *Skinhead* que lida com a problemática do desemprego e as políticas públicas para enfrentá-lo. As referências realistas dos personagens contribuem para esse fato ao mesmo tempo em que aproxima seu conteúdo do cotidiano dos leitores. O leitor poderia se remeter ao seu cotidiano através do conteúdo da revista nos seguintes aspectos: a linguagem da rua, o comportamento dos personagens, paródias de anúncios de televisão e anúncios de bares locais. O que faz a diferença é que *Viz* adapta estas experiências à sua própria realidade onde os personagens incorporam as características carnavalescas da revista.

De acordo com nossa análise essas são as características da revista no período inicial em que seu perfil como um quadrinho adulto estava sendo construído. Nós veremos que com a intensificação da comercialização a revistas muda a ênfase dos temas que

passam das situações cotidianas das ruas para o mundo da mídia e das personalidades públicas.

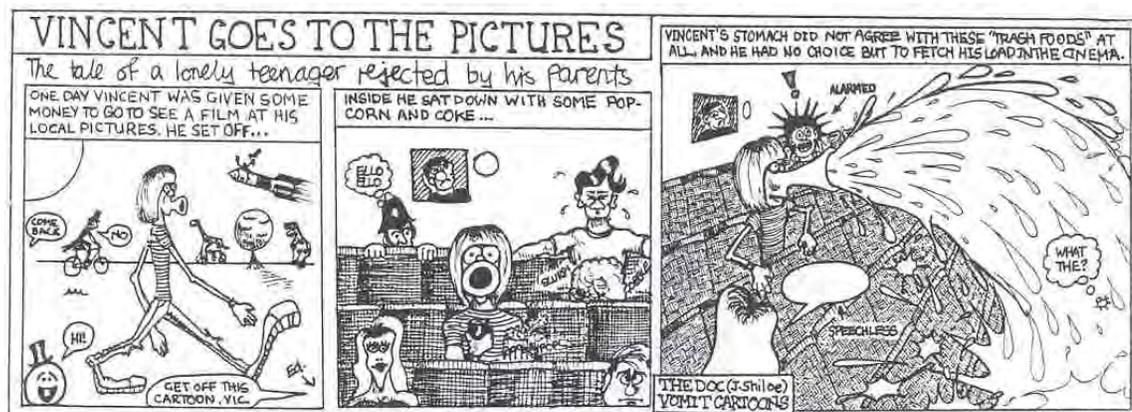


Figura 18

A estória acima representa a oposição entre o corpo e as normas sociais. Pode-se notar que ela mostra uma situação comum, um adolescente vai para o cinema assistir a um filme. Mas em seguida a estória constrói o perfil de *Vincent* que é 'solitário' e 'rejeitado' por seus pais. Vincent é então visto como o oposto de um 'adolescente normal' que tem muitos amigos e pais que o amem. Em seguida, a estória mostra um contraste entre seu corpo muito magro e seus membros muito grandes. Durante a exibição do filme seu corpo age independentemente de sua vontade e ele vomita em cima de outros frequentadores, como se o seu estômago obedecesse a uma lógica própria. O contraste entre o exagero visual do seu vômito e o ambiente normal no cinema cria uma cena típica da realidade de *Viz*.

A ênfase nas partes mais baixa do corpo nessas primeiras edições também é enfatizada por *Cyril Thompson*. Inicialmente, ele é retratado como alguém muito curioso e

está interessado em tudo; possivelmente de uma classe social mais abastada. Também parece ser estúpido porque acha tudo que encontra "absolutamente fascinante". Caril parece ser uma pessoa educada que gosta de livros e se comporta de forma respeitosa com as outras pessoas. Ele gosta de inspecionar o ânus de outras pessoas e de animais. Ele sai às ruas à procura de ânus para investigar e chega a inserir seu dedo no ânus de um cachorro. No entanto, *Viz* adapta essa sua característica ao universo da revista e o associa os elementos grotescos. No seu corpo magro nota-se a predominância da sua bunda que é exibida indiscriminadamente nas ruas sem que haja qualquer forma de constrangimento. Até o seu interesse por livros, ao final da estória, é vinculado ao seu gosto pelo ânus.

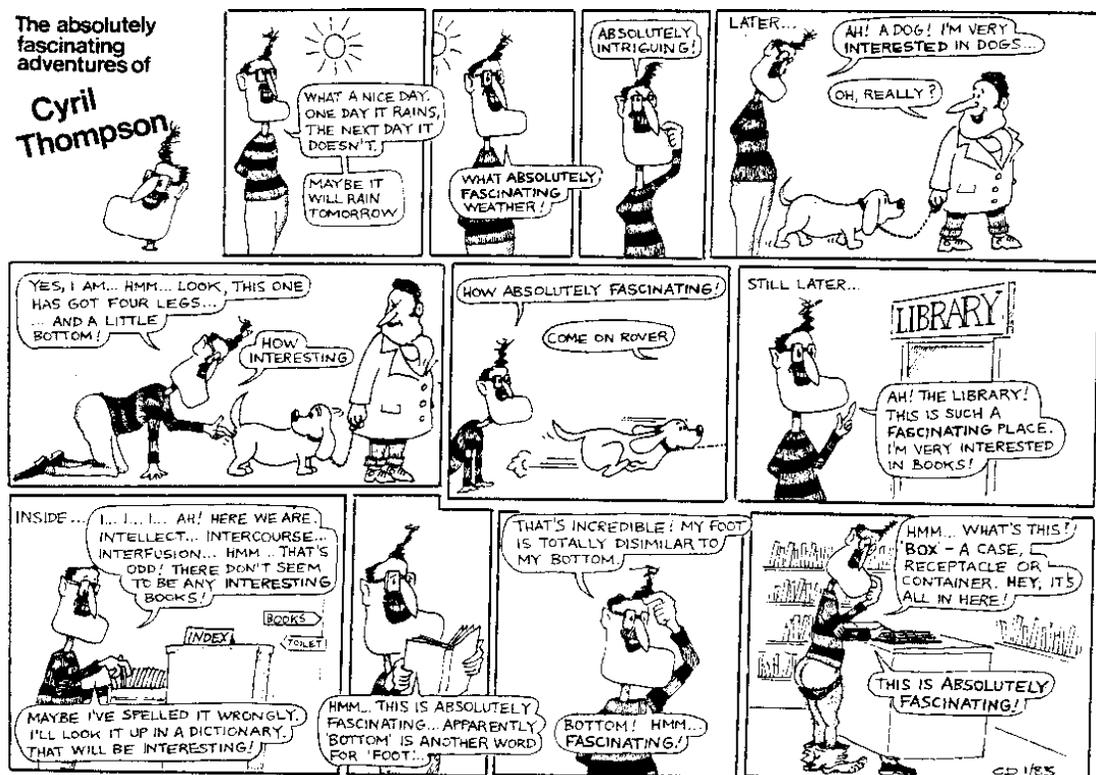


Figura 20

Devemos ressaltar que nessas páginas iniciais de análise temos tentado entender quais eram as características que dominaram a revista em sua primeira fase. Ficou claro que os assuntos desde cedo tiveram uma semelhança notável aos produtos alternativos, algo que, entre outras partes, fica claro nas paródias dos anúncios. Por outro lado, isto não pode ser usado como uma posição definitiva de que a revista tinha a intenção de ser uma publicação alternativa. O que pode ser dito a partir da análise é que o fato de *Viz* ter características semelhantes aos produtos alternativos a aproximou desse tipo de tradição e estabeleceu o contrato com os leitores nessas bases, como uma publicação que traria conteúdos diferentes do encontrados nas revistas tradicionais. Esse ponto é ressaltado pela aproximação com a atitude do movimento punk que enfatizava a oposição à sociedade definida como conservadora e a aspectos do corpo reprimidos pela sociedade (vômito, cuspe, cocô).

Nessas edições iniciais observamos uma grande quantidade de personagens que não foram desenvolvidos para ser personagens principais em outros períodos. Naquele momento, os autores estavam experimentando em termos de conteúdo e de formato, colocando na revista tudo que achavam engraçado. Esse experimentalismo é o resultado de uma falta de compromisso com o mercado que os deixava livres para colocar as mais diversas paródias de anúncios comerciais e temas controversos. Seu humor tinha a característica de ser completamente descompromissado o que os fez produzir tiras completamente inesperadas e criativas como as seguintes:

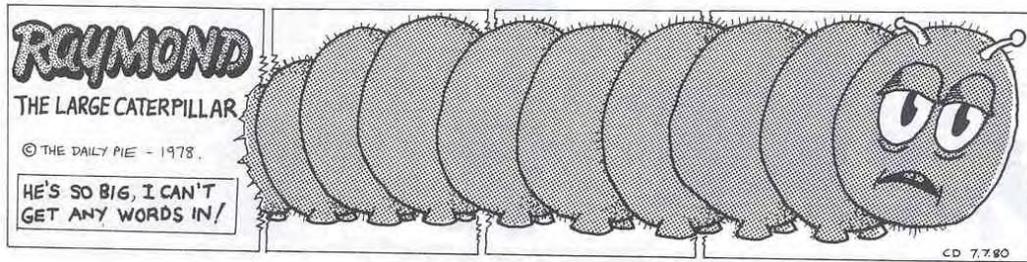


Figura 21



Figura 22

Além do retrato das experiências de pessoas comuns, nós discutimos que o diálogo entre o mundo adulto e o de crianças é um assunto recorrente nesse período. Foi o período em que a revista estava criando seu próprio perfil no mercado e teve que dialogar com a tradição dos quadrinhos infantis que dominavam o universo de referências dos leitores. Não se pode deixar de ter esses elementos em mente quando se procura entender a utilização dos aspectos carnavalescos em seu conteúdo. O contraste entre a realidade "limpa" dos produtos comerciais e a realidade "suja" proposta por *Viz* indica o tipo de contrato que ela quer estabelecer com os leitores.

4.1 Os cartuns

Além dos personagens fixos que possuem estórias com uma narrativa previsível, a revista possui uma gama considerável de personagens que aparecem em apenas um painel e não possuem uma longa história na revista. Diferente dos principais, esses cartuns não apresentam nenhuma lógica específica de temas retratados. Seu humor é breve e trabalha com os absurdos das situações semelhantes às piadas feitas para crianças. Eles brincam com o idioma como fazem as crianças ao utilizarem os vários significados das palavras como forma de diversão. Assim, se alguém fala que está “on the phone” isto significa que a pessoa está literalmente em cima do telefone e não simplesmente falando nele com é esperado. Eles representam um humor descompromissado e infantil sem qualquer tipo de censura ou temas tabus.

Os cartuns mais freqüentes são: *Rude Kid*, *Professor Piehead* e *Victor Pratt*. *Rude Kid* é um bebê que sempre está com a sua mãe para fazer compras no supermercado. Ele, apesar de ser muito pequeno, fala palavrões para ela sempre que sugere alguma coisa para fazer. Semelhante a ele há outro personagem chamado *Crazy Kid* que tem uma obsessão por violência. Eles falam com a mesma linguagem das ruas sem que haja qualquer tipo de repressão aos seus comportamentos. Nesse discurso, o humour trabalha com a imprevisibilidade do que seria esperado de um bebê passeando com a mãe e a utilização do palavrão para mostrar um certo tipo de rebeldia. São situações que os leitores nunca encontrariam nos quadrinhos ingleses tradicionais como *Beano* e *Dandy*. A utilização dos palavrões ressalta a identidade da revista com um produto voltado para os leitores que cresceram e não se contentam mais com as fantasias pueris dos quadrinhos infantis. Os

personagens lidam com situações comuns sem utilizar qualquer referência às personalidades da mídia para atrair a atenção dos leitores.



Figura 23 (Viz 1, p.2) Figura 24 (Viz 1, p.4) Figura 25 (Viz 6, p., 15)

Professor *Piehead* é um cientista cujas invenções nunca dão certo. Ele é o estereótipo de um cientista maluco como os que figuram nas histórias infantis. Na primeira aparição ele inventa um foguete com rodas, mas quando o assistente dele acende o torpedo, ele arrasta as pernas de *Piehead* com ele (Viz 1, pág., 07). Algo semelhante acontece na segunda história quando ele cria um ejetor de helicóptero, mas que, quando ele o coloca para funcionar, seu corpo é jogado para fora e sua cabeça é cortada. (Viz 02, pág., 08).

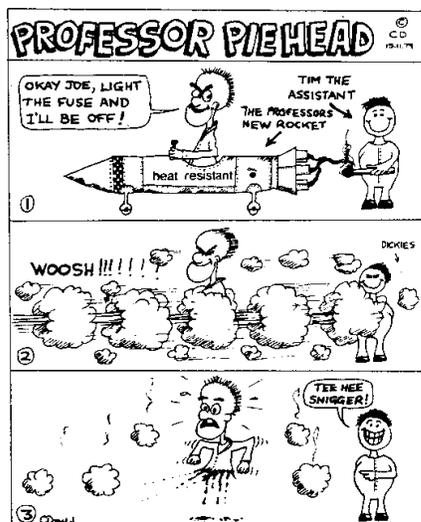


Figura 26 (*Viz* 1, p., 07)

Na terceira estória na qual ele aparece, ele inventa um capacete indestrutível e dá ordens ao seu assistente para testá-la usando uma bala de tanque. Mas no momento em que o assistente atira, sua cabeça voa junto com a bala. São estórias que exploram o mesmo tema sem qualquer relação com a realidade social. Ele representa muito mais um diálogo com a idéia de um cientista louco que nunca consegue fazer seus inventos funcionarem. A função deste tipo de personagem é traçar uma linha entre a realidade que poderia ser encontrada nos quadrinhos voltados para as crianças e a realidade proposta por *Viz* que é permeada por violência e palavras rudes.

Victor Pratt é um boneco de neve que sempre está com um homem em uma motocicleta. Ele não é um personagem bem desenvolvido no sentido de oferecer informações sobre seu perfil social. Ele é apresentado sempre em um ou dois painéis. O único adjetivo utilizado para descrevê-lo é "stupid twat", uma das palavras mais rudes no vocabulário inglês. Essa característica se deve ao fato dele estar sempre interpretando qualquer situação da maneira mais estúpida possível. Na primeira aparição, ele é

apresentado como estúpido, como se ele estivesse falando com os leitores. Na estória o motoqueiro vai passar através de um arco, mas tudo dá errado no final (*Viz* 1, pág., 05). Ele dá uma explicação bastante estúpida para o fato sem que haja qualquer elaboração adicional para a estória. Seu comportamento se assemelha a uma piada bastante infantil na qual o humor deriva do absurdo da situação e da intertextualidade com os personagens de quadrinhos infantis. Uma situação semelhante pode ser vista a seguir:

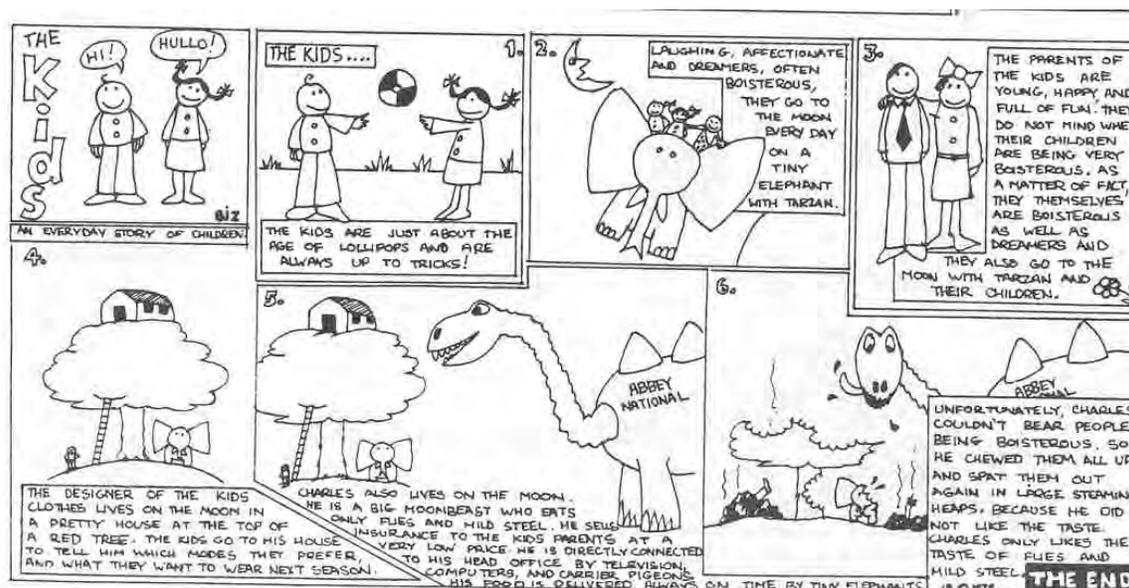


Figura 28 (*Viz* 06, p., 01)

Podemos notar que os elementos visuais nesta estória têm um estilo muito ingênuo, semelhante aos desenhos dos livros de estórias para crianças. *Viz* mostra nesse quadrinho uma situação comum no cotidiano em que crianças brincam com seu mundo da fantasia. No entanto, o prazer que uma situação dessa traria para as crianças é negado quando tudo acontece da maneira mais inesperada. A realidade é colocada de "cabeça para baixo" no momento em que o dragão come as crianças no final da estória.

A intertextualidade é utilizada com muita intensidade nos personagens desse tipo. Eles sempre podem ser relacionados a gêneros de quadrinhos, televisão e cinema, mas seguem à lógica de inversão da revista. Um exemplo claro disso é *Ted Dempster*, um detetive que sempre está envolvido com crimes quase impossíveis de serem solucionados e, dessa maneira, faz uma paródia dos detetives 'perfeitos' que figuram nos filmes policiais americanos. Na primeira estória da revista, ele é chamado para impedir que um fantasma continue seqüestrando as pessoas. No final da estória, ele descobre que o fantasma é na realidade um ladrão famoso camuflado (*Viz* 1, pág., 03). Na segunda estória ele faz uma referência direta ao filme King Kong. Nela há um macaco gigante que está aterrorizando a cidade. “It was summer day in New York City, except that a 400 foot Gorilla was tearing the city apart. As a last resort Ted Dempster, ace’tec, had been called into assist...”. O grande macaco se apaixona pela mulher, mas come a cabeça dela e continua roubando. Ao final da estória Ted descobre que o macaco é na verdade o prefeito da cidade. O Macaco era o resultado de uma imagem projetada por ele usando um projetor escondido: “It was all a trick by the mayor, using a projector hidden in his pipe. The mayor was in fact bank robber Stig Smith in disguise!” (*Viz* 02, pág., 3). *Ted* representa, através da intertextualidade, um exagero dos desfechos de filmes de detetives que ao final tiram da manga alguma explicação fantasiosa para o fato.

Esses personagens funcionam na revista como representantes do humor infantil sem qualquer referência ao contexto social em que acontecem. Eles reforçam o perfil da revista como um produto que confronta a realidade infantil desses tipos de estórias. A revista não se posiciona claramente com uma revista alternativa ou underground, mas consegue se diferenciar dos quadrinhos tradicionais ao incorporar a atitude de contestação através de seus personagens. Por um lado essa tendência é observada quando *Viz* lida com o cotidiano

de pessoas comuns e, por outro lado, no momento em que utiliza a intertextualidade para demarcar sua diferença em relação a esses produtos.

Devemos ressaltar que essas histórias acontecem num momento em que *Viz* estava construindo seu perfil de quadrinho adulto, personagens famosos eram constantemente parodiados e inseridos na realidade da revista. A ênfase nessa nova representação da realidade recaía sobre elementos que desrespeitam as boas normas de conduta, tais como palavrões, e características carnavalescas. A paródia seguinte mostra o esse tipo de inversão:



Figura 29 (*Viz* 7, p., 3)

No quadrinho original, *Tom* sempre persegue *Gerry*, mas ele nunca consegue matá-lo para comer. No final de *Viz* ocorre exatamente o oposto, *Tom* finalmente captura *Gerry* que agora está pronto para ser comida. Esta história joga diretamente com o conhecimento do leitor sobre esses personagens e os readapta para seu universo de fantasia onde tudo tem que obedecer as regras do jogo proposto pela revista. Além da intertextualidade, a estória reforça a ênfase na violência das situações cotidianas sem que isto indique qualquer tipo de

punição para os que a praticam, como é visto nos quadrinhos tradicionais. É uma violência que aparece descontextualizada e, muitas vezes, sem qualquer justificativa para ser utilizada. De acordo com a nossa interpretação, essa ênfase constitui um dos elementos principais nessa fase inicial para estabelecer um contrato com os leitores, que podem identificar que *Viz* não compartilha da mesma interpretação de mundo que eles estão acostumados a ver nos outros quadrinhos. A revista tem um certo "instinto assassino" que se expressa nas mais diversas situações. No quadrinho seguinte vemos como mais um personagem é "vítima" de sua atitude:

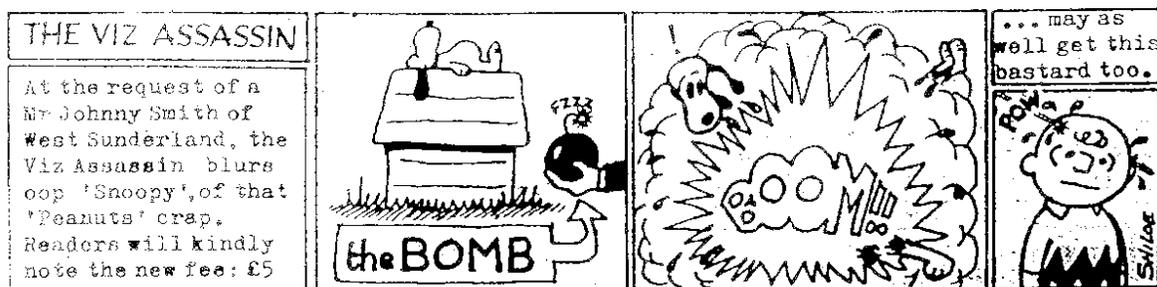


Figura 30

As experiências cotidianas retratadas nesse período enfatizam a vida das crianças, sempre interpretada como estúpida e sem sentido. As situações são reinterpretadas e associadas à violência física e simbólica. Essa interpretação era semelhante aos outros aspectos presentes na revista nesse período que traçavam a linha entre *Viz* e os outros produtos culturais voltados para esse público. A utilização de tais aspectos funcionava com a base do contrato entre a revista e seus leitores e estabelecia a sua diferença no mercado. As crianças são sempre mostradas como estúpidas em situações que são associadas com alegria como aniversário e natal. Esses momentos são confrontados com o mundo dos

adultos sem que a violência seja uma característica definidora. No quadrinho seguinte vemos como um aniversário se transforma em uma cena típica de um filme "B" de horror:



Figura 31

Uma característica dessas primeiras revistas é a utilização de personagens que só aparecem uma vez. Vimos que isso se deve a uma falta de compromisso com o mercado que a leva a passar por essa fase experimental. Como não há uma rotina de publicação e produção, os autores poderiam ficar livres para inserir qualquer coisa que achassem engraçadas. Os leitores também não eram fiéis no sentido de possuir seu personagem favorito então também não existia esse tipo de pressão. Esse período experimental foi muito relevante para delimitar o perfil da revista como um quadrinho voltado para o público adolescente que negava os produtos "caretas" oferecidos para eles. Nesse contexto, as paródias de quadrinhos para crianças e as constantes referências às experiências cotidianas criavam, de maneira direta, uma nova interpretação da realidade para os leitores que era sujeita a novas regras e a uma lógica fortemente influenciada pelo carnavalesco.

Entre os personagens que aparecem apenas poucas vezes há dois personagens que merecem uma análise separada. Eles aparecem em quase todas as capas das primeiras revistas e estão sempre relacionados. São *Skinheed* e *Colin the amiable crocodile*. De acordo com a nossa análise, eles vão concretizar o contraste entre a realidade dos adultos e o mundo infantil das crianças. Vimos como, na capa da primeira revista, *Skinheed* aponta a arma para *Croc* dizendo que se o leitor não comprar a revista ele mata o crocodilo. Dessa forma, a revista contrasta as duas realidades e reforça seu perfil de uma revista em que uma nova realidade será encontrada. Veremos na análise seguinte como tais realidades são trabalhadas nos quadrinhos.

4. 2 Skinheed e Colin

Skinheed é o personagem com o maior número de aparições na primeira fase da revista e aparece em quase todas as capas. Ele representa o primeiro personagem fixo, que traz para ela a característica de uma revista em quadrinhos. Agora os leitores podem esperar personagens publicados regularmente. Sua importância também se deve ao fato de suas histórias seguirem uma lógica narrativa que está vinculada ao contexto social e cultural da época; ele traz para os leitores uma realidade que não está distante das ruas o que reforça o diálogo entre a revista e os leitores. O primeiro contato traz para os leitores essas referências que são abolidas na capa de qualquer quadrinho voltado para esse público que é o cigarro na boca e a arma apontada para o crocodilo.

Na sua primeira estória, ele é apresentado como um personagem entediado e infeliz. O título dos quadrinhos mostra algumas referências irônicas ao contexto social: “Skinhead: a tale of urban strife, by a social worker”. A estória o mostra como se ele fosse o resultado da situação social e que o trabalho da seguridade social seria tentar readaptá-lo à realidade. O segundo painel o mostra vagando pelas ruas, desempregado e desiludido com a falta de perspectivas. O texto enfatiza que ele seria o resultado da falta de qualificação, de alternativas de lazer de uma sociedade que está falida. São comentários irônicos sobre as explicações estereotipadas das causas para a delinqüência juvenil. A agressividade do personagem se justificaria por essas razões. Ele se sentiria completamente frustrado e sem perspectiva, o que o leva a se vingar da sociedade com seu comportamento agressivo. A polícia entra na estória também de forma irônica ao representar uma opção do processo de "reabilitação" que se resume a espancá-lo. Em termo da linguagem dos quadrinhos, vemos que há uma saturação de convenções que tornam a violência menos real do que em quadrinhos realistas. A violência funciona como mais um recurso humorístico para enfatizar a visão estereotipada sobre o papel das políticas de estado, da polícia e da delinqüência juvenil.



Figura 32 (Viz 1, p.05)

Na página 11 da mesma revista a estória é desenvolvida com o título: “Skinhead II (and also an adolescent discontentment)” A estória mostra *Skinhead* sendo julgado pela violência que cometeu. O papel do juiz na estória enfatiza a ironia em relação à situação de *Skinhead* porque o juiz parece apenas se vingar e não julgar o que acontece. A continuação da estória mostra *Skinhead* em frente ao juiz por causa da briga com a polícia na estória anterior. É interessante notar que essa estória continua com as observações irônicas; o papel do Estado para resolver os problemas de *Skinhead*: "the judge sees a solution to skinhead's problems, and gives him a 6 months sentence. But this is extended to 3 years for 'contempt of court'". A estória também mostra o juiz como desrespeitoso ao chamá-lo de 'animal'. A confrontação entre *Skinhead* e a corte chega a um ponto em que ele bate em todos os policiais presentes e sua pena cresce na proporção de suas ações.

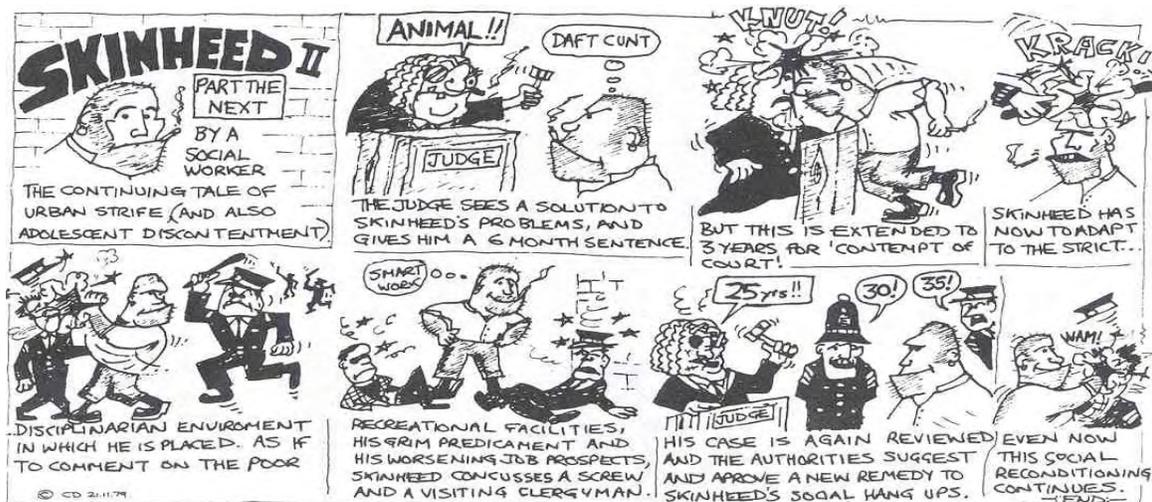


Figura 33

Skinhead é o personagem que mais faz referência explícita à realidade social da Inglaterra. Além disso, também mostra uma relação com o movimento jovem *skinhead* que era, ao lado do punk, o movimento mais influente nesse período. Podemos dizer que esses são elementos predominantes nesse período no qual o contrato com os leitores estava sendo estabelecido.

Na terceira estória *Skinhead* é libertado depois de três anos e perambula pelas ruas. Os textos das legendas dizem que ele não é aceito pela sociedade e tem que viver nessa "selva de pedras". Ele tenta freqüentar lugares públicos, tenta entrar em um novo *shopping center* da cidade, mas é barrado na porta. A polícia o persegue em todos lugares o que o faz se tornar ainda mais violento. Um elemento novo nesta história é a interpretação dos assistentes sociais que dizem que seu problema é devido à sua situação social. Este discurso não produz efeito bom em *Skinhead*, ele fica ainda mais violento.

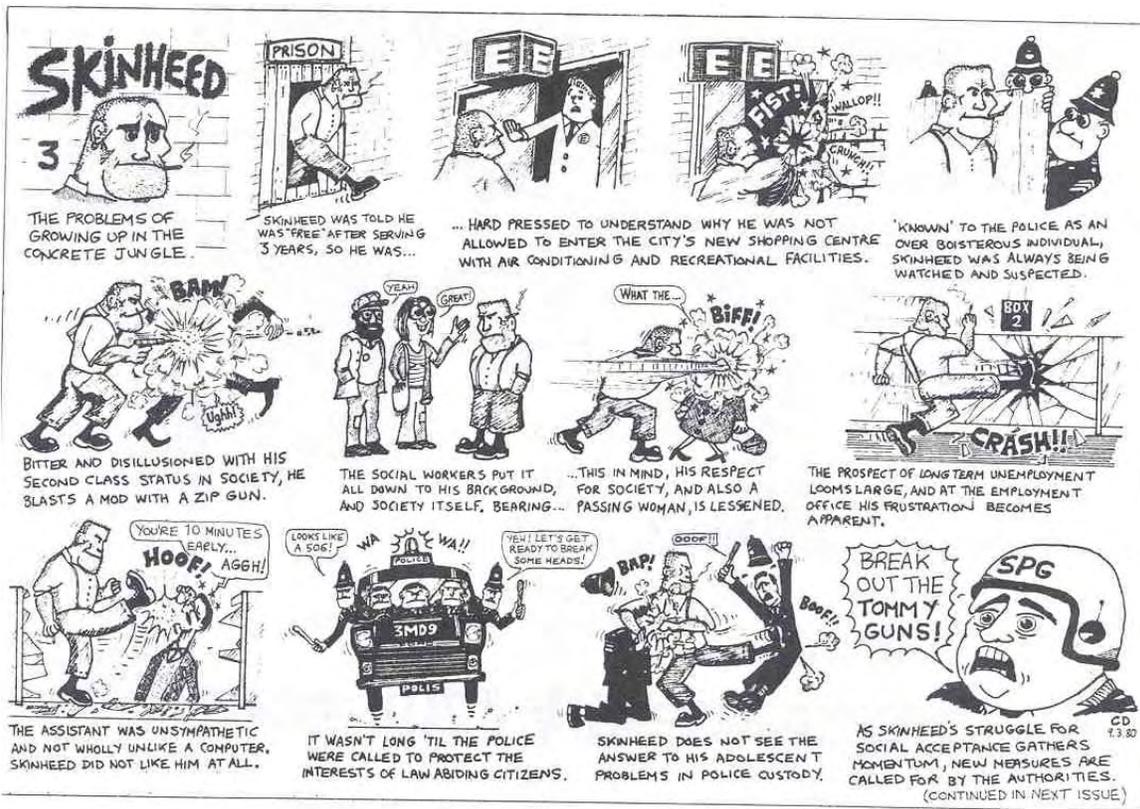


Figura 34

Notamos que esse quadrinho é extremamente irônico em relação ao discurso oficial sobre a violência urbana. As pessoas que ele encontra são integradas socialmente porque têm dinheiro para consumir enquanto ele não pode nem entrar em tais ambientes de consumo. O Estado também é representado como o "big brother" porque pode assistir a tudo que ele faz. Com a realidade completamente fechada para ele, *Skinheed* bate em todo mundo que encontra pela frente como forma de se vingar da sociedade injusta. Na revista 05 há um resumo do que aconteceu nos últimos 'capítulos' e mostra que ele foi morto pelos policiais. No entanto, um enfermeiro frustrado, Fred Frankenstein, remove o corpo dele da sepultura, insere parte de outro cérebro na cabeça dele, e o devolve a vida. *Skinheed* então começa a se comportar violentamente. Ele bate em um homem velho, vai diretamente para a delegacia de polícia e esmaga a cabeça do chefe de polícia. Seu rosto é mostrado em

primeiro plano e há um rosto por trás que diz: “Now that Skinhead has returned, insane, bullet proof and with inhuman strength, how can he be stopped? Next issue: violence special.” (*Viz*, 5, p. 09)

Devemos notar que há cada vez menos referências irônicas no discurso sobre o personagem. Os quadrinhos se tornam paródias de filmes de TV, como *Frankstein* e de heróis de quadrinho. *Skinhead* é apresentado com uma força descomunal, como se tivesse superpoderes, sem que haja qualquer justificativa para tal tipo de comportamento. O quadrinho apenas brinca com esses elementos e o leva a ter um comportamento completamente diferente das primeiras histórias, em que havia uma forte ênfase sobre as referências sociais. Seguindo esta lógica, as histórias de *Skinhead* aumentam a intensidade da violência e ele se torna um tipo de superherói indestrutível. Na revista 06 ele está andando pelas ruas quando, de repente, vários soldados aparecem em um caminhão militar. Eles tentam matar *Skinhead*, mas não é possível. Até mesmo quando um soldado atira na sua cabeça, ele não é afetado. No fim, dois funcionários de exército planejam derrubar bombas em Londres assim que ele chegar lá. Os problemas que ele causa aumentam de intensidade à medida que o exército se envolve com planos para a sua captura; há uma sucessão de repetições de fatos que se estende até a edição 11. Notamos que suas histórias que tinham uma forte ironia sobre a situação social dos desempregados e as políticas de governo para lidar com esse problema são transformadas em apenas uma paródia de filmes e histórias em quadrinhos.

As histórias de *Skinhead* em *Viz* coincidem com o momento no qual a subcultura *Skinhead* motivou um forte debate público sobre vida da classe trabalhadora na Inglaterra. Também motivou a criação da teoria subcultural “... to sell a lot of paperbacks” (Hunt, 1998, p.82). Assim, além do contexto interno em *Viz* onde a classe trabalhadora era fonte

de inspiração havia um forte interesse social sobre essa situação. A revista estava dialogando com essas referências quando colocava esse personagem como figura central em suas capas.

Neste ponto é importante nos determos sobre o contraponto a essa realidade que aparece também nas capas das edições iniciais que é *Colin*. Ele representa o mundo puro dos desenhos infantis com sua ingenuidade e fé no ser humano. Podemos notar que na capa da revista 02 ele está tentando falar com *Skinheed* e este é extremamente agressivo com ele. Eles são colocados na capa como representantes de mundos completamente opostos. *Colin* é retratado como sendo o oposto completo a *Skinheed*. Enquanto *Skinheed* encarna violência e se revolta, *Croc* é muito calmo, amigável e compreensivo. Nos seus quadrinhos ele está sempre vagando pela selva se perguntando sobre o significado da vida e as razões para que tudo exista. Esse perfil é um contraste direto ao contexto interno na revista onde os personagens se comportam violentamente ou usam muitos palavrões. Ele é desenhado no mesmo estilo das histórias feitas para as crianças que são sempre positivas para ensiná-las a moral que devem seguir. O primeiro quadrinho de *Colin* mostra como essa representação é feita:



Figura 35 (*Viz*, 01, p.05)

Vemos que a natureza é apresentada de forma harmônica onde os animais vivem em cooperação e em clima de amizade. *Colin* está sempre feliz procurando por respostas às suas indagações e os cumprimentando. No último quadro *Colin* encontra o caçador e se comportam como se ele também fosse amigo, mas ao caçador só interessa o crocodilo morto. Esse quadrinho quebra completamente a lógica de uma estória com animais que vivem em harmonia ao introduzir a morte no seu final. Como estamos argumentando, *Viz* sempre utiliza esse confronto entre as duas realidades, dos adultos e das crianças, para criar a sua realidade invertida e construir seu perfil de quadrinhos adulto.

Na segunda estória, como está um dia maravilhoso, *Colin* decide ir para a África. Ele fica muito entusiasmado e impressionado com muitas coisas e começa a se perguntar por que os pássaros podem cantar, se as árvores chegam ao céu e assim por diante. Ele pergunta a muitos animais esse tipo de questão. Depois de alguns quadros, ele encontra um caçador que mata tigres para fazer tapetes. *Colin* então pergunta para ele sobre os pássaros

e o homem diz que não sabe, mas pode lhe mostrar como fazer bolsas com pele de crocodilo. *Colin* acha uma ótima idéia e então o homem descarrega a arma nele (*Viz*, 02, pág., 04).

Nós observamos que *Colin* lida com a intertextualidade dos livros de história de crianças. Esses quadrinhos exploram esse ponto de contato com a experiência dos leitores com essas histórias. *Viz* adapta essa realidade ao contexto de violência e de quebra de expectativas de comportamentos sociais normais. A introdução do caçador sempre ao final das histórias de *Colin* reforça a interpretação irônica sobre a infância que é comum aos personagens nessa primeira fase da revista. *Viz* propõe um contrato baseado nos limites entre a repressão e a liberdade de expressão do corpo, o que se torna um tema central em um momento no qual *Viz* estava criando seu perfil de quadrinhos para adultos.

5. Os personagens principais: Futebol, Televisão, Vida dos garotos, Vida Familiar e Sexismo

Essa parte da análise se deterá sobre os personagens principais da revista. Eles são vistos como um dos principais indicadores das transformações ocorridas no conteúdo da *Viz* à medida que ela era submetida a um processo crescente de comercialização. Não obstante, nós não podemos afirmar que elas ocorreram de forma completamente abrupta e determinista; elas vão sendo percebidas lentamente durante a história de *Viz*. Observamos que certos temas predominam claramente em determinados períodos em que a revista conseguiu distribuição nacional e estava construindo seu perfil de quadrinhos adulto. Dessa maneira, nas edições iniciais predominam os personagens voltados para cotidiano dos garotos porque essa era a forma de construir seu perfil através da negação dessas experiências e a exploração da intertextualidade que os quadrinhos voltados para as crianças poderiam oferecer; esse tema vai quase desaparecer a partir do meio para o final do período analisado. Agora há o predomínio dos personagens voltados para o sexo, indicando que a revista estava se voltando definitivamente para um público mais adulto.

O método utilizado para identificar essas mudanças foi identificar a frequência de todos os personagens da revista e a delimitar períodos em que há o predomínio de alguns personagens. O predomínio desses personagens em alguns períodos era, então, relacionado às mudanças importantes na história da revista, tais como a aquisição de distribuição nacional e a transformação no formato. Foi possível identificar uma correspondência muito forte entre o predomínio de determinados temas, representados pelos personagens principais, e a intensificação da comercialização da revista.

5. 1 Billy the Fish: o mundo do futebol

Como pode ser visto no quadro, *Billy the fish* é o personagem mais freqüente em Viz. Ele também é o personagem mais intrigante porque tem características completamente diferentes do perfil dos outros personagens tanto na sua aparência quanto em seu comportamento. Em relação à aparência, ele é uma mistura de peixe, um balão de festas e um rosto de um ser humano; assim ele difere de qualquer outro personagem da revista e também dos personagens de quadrinhos para crianças que usam animais falantes com comportamento de ser humano. *Billy* não se enquadra nessa última categoria porque o mundo em que ele vive não é entre animais, mas sim de pessoas normais. Sua personalidade também contrasta com os outros personagens na revista porque ele não se comporta de maneira a confrontar qualquer tipo de valores conservadores, ele é simplesmente extremamente ingênuo e é sempre manipulado pelos adultos. Seu personagem parece adquirir o tom humorístico exatamente no contraste entre a sua infantilidade e maldade daqueles que dele se aproximam.

Embora *Billy the Fish* seja um personagem atípico, ele traz para os leitores uma das paixões dos ingleses que é o futebol. A importância desse esporte para o cotidiano masculino é muito grande e significa uma experiência que faz parte da idéia de masculinidade e virilidade. O futebol também desfruta de um espaço privilegiado na mídia que reserva momentos preciosos em sua programação para transmitir e debater esse esporte. Considerando esses aspectos, vemos que *Billy* traz esse mundo do futebol para o conteúdo da revista e contribui decisivamente para o seu perfil de uma revista em quadrinhos voltada para o universo masculino.

No entanto, *Billy* também lida com o imaginário das histórias voltadas para crianças em que há uma mistura fantasiosa entre animais e pessoas, e de animais que se comportam como seres humanos normais. Essa característica é muito forte nos personagens de Walt Disney que são formados por um mundo animal sujeito às regras sociais humanas. Esta é uma característica muito forte na construção dos personagens para que se obtenha o efeito humorístico porque os leitores podem identificar claramente a incongruência entre a aparência dos personagens e a realidade em que estão inseridos (veja Palmer, 1994). Nas histórias de *Billy* esse aspecto é ainda mais exagerado porque, ao contrário dos quadrinhos infantis, ele não vive cercado de animais e sim de pessoas normais. Ele também não é completamente animal e sim uma mistura indefinida de animal, balão de festa e homem. Além disso, ele não é tratado de maneira diferente em nenhuma situação o que só faz aumentar o grau de incongruência de suas histórias. Embora suas histórias lidem com o mundo do futebol elas preservam a fantasia presente nos quadrinhos para crianças.

Billy aparece na primeira fase da revista onde predominam as referências ao mundo dos garotos e à intertextualidade aos quadrinhos de crianças. Considerando esse contexto, ele pode ser relacionado a um personagem muito famoso da revista *Beano* chamado *Roy of the Rovers* (Sabin, 1993; Huxley, 1998). No entanto a comparação não é tão evidente como entre *Johnny Fartpants and Denis the Menace* porque *Billy* não se parece fisicamente a *Roy*, ele apenas trata do mesmo tema. Vemos que na primeira história ele é apresentado como alguém normal que sonha em ser um jogador de futebol:



Figura 36 (Viz 10)

Essa primeira história mostra uma situação comum no futebol quando os times selecionam os melhores jogadores para compor a equipe. *Billy* concorre com os outros jogadores e prova ser um goleiro excelente sem que sua condição de ser um peixe-balão atrapalhe sua performance. A narrativa linear da estória enfatiza o contraste entre as pessoas boas e ruins que é um argumento muito explorado nos quadrinhos para crianças. Fica claro que a estória direciona os acontecimentos para que o leitor crie a expectativa de que algo ruim vai acontecer na continuação das estórias. *Billy* é um personagem que representa uma ingenuidade extrema que o faz ser completamente manipulado pelos personagens maus. Ele se comporta com uma criança que sonha em ser jogador de futebol e não percebe que existem adultos que querem atrapalhar o seu sonho. Podemos observar que estória lida com o maniqueísmo entre a realidade dos adultos, cheia de maldade e mentiras, e a realidade da fantasia de *Billy* mostrada com uma pureza tão exagerada que se torna risível.

As histórias de *Billy* jogam com um elemento de competitividade entre times diferentes no norte da Inglaterra. Isso é evidente quando os dois homens estavam planejando algo para fazer com *Billy* no nome de *Fulchester United* que parece ser um jogo de palavras *Manchester United*, um time inglês famoso e rival do *Newcastle United*, a cidade onde *Viz* é produzida. Há um jogo de palavras que lida com o senso de orgulho que é torcer por um time de futebol quando *Viz* une as palavras cheio/ tolo (*full*) e peito (*chester*) ou formar *fulchester*, peito estufado e ao mesmo tempo tolo.

É preciso destacar que as histórias de *Bel* são sempre uma seqüência daquelas imediatamente anteriores o que cria uma relação de maior fidelidade entre elas e o leitor; os leitores só podem entender o sentido das histórias se souberem o que aconteceu na revista anterior. Na história seguinte vemos como os elementos de paródia estão sendo cada vez mais explorados pelos autores:



Figura 37 (Viz 11, p., 04).

Essa história apresenta uma narrativa bastante semelhante a de outros produtos da mídia, como as séries televisivas ou fotonovelas. A narrativa utilizada é encontrada comumente entre os quadrinhos de aventura e é usada como artifício para manter os leitores cativos. Os leitores se tornam cativos do produto a partir da curiosidade em saber o que acontecerá no próximo episódio. Usando este tipo de construção, os autores de *Viz* também estão explorando essa característica muito eficiente para conquistar os leitores adolescentes familiarizados com os produtos midiáticos. Dessa maneira, podemos dizer que os leitores

de *Billy*, apesar de encontrarem um personagem muito atípico, estão expostos a uma narrativa muito familiar que os cativa e os aproxima desse tipo de estória. As estórias se assemelham aos filmes "B" ou aqueles conhecidos com "trash movies" em que os autores utilizam recursos bastante toscos para realizar os filmes e, ao fazê-lo, revelam exatamente os artificios fictícios utilizados para criar a fantasia das imagens. Na estória seguinte vemos como esse recurso é explorado quando a estória introduz elementos completamente imprevisíveis:

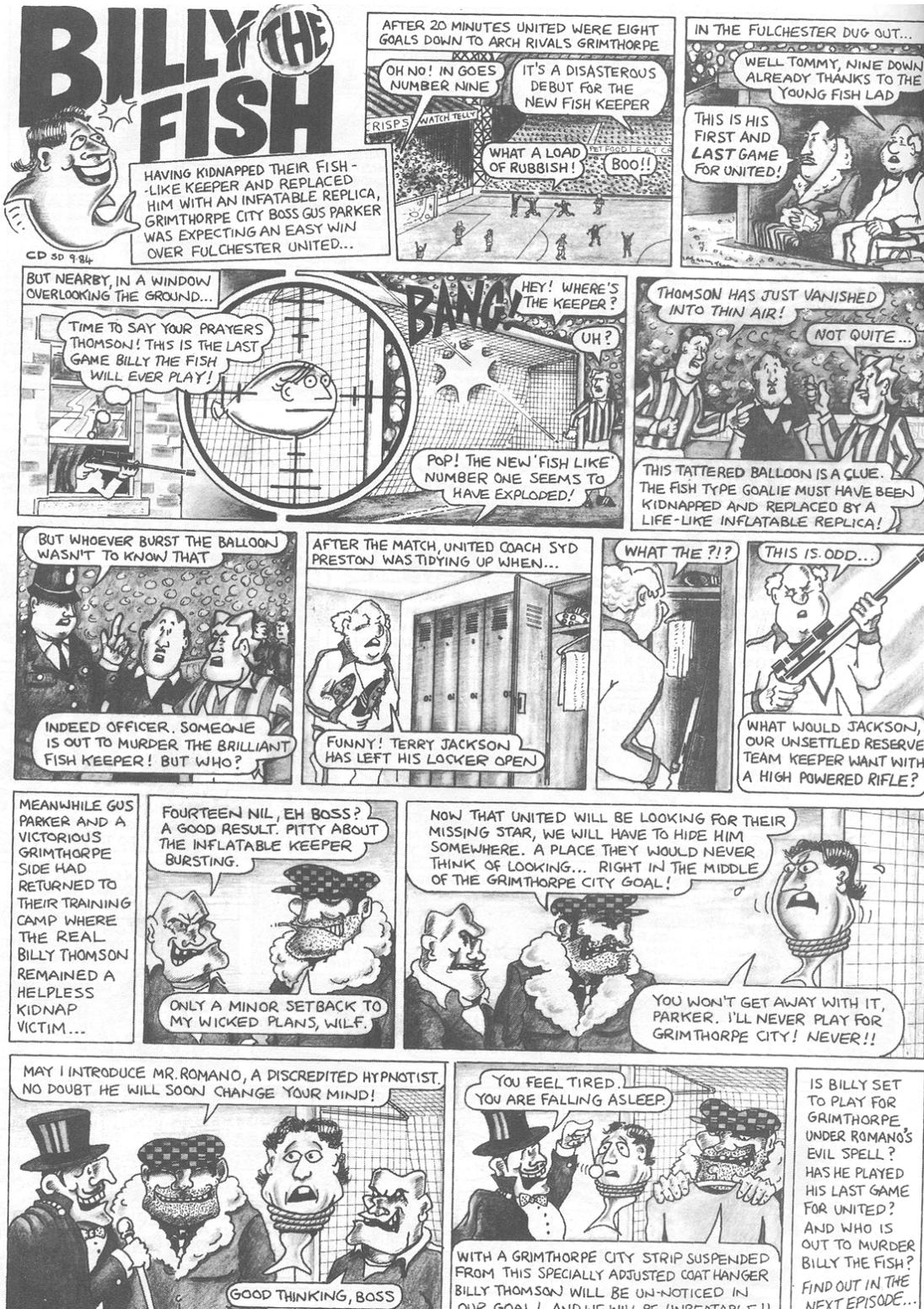


Figura 38 (Viz 12, p., 12)

A imprevisibilidade das ações e a introdução de personagens incomuns a essas histórias reforçam a paródia dos produtos da mídia que lidam com os filmes de detetives. Os métodos utilizados para conseguir deter *Billy* são os mais risíveis possíveis, chegando até a contratar um hipnotizado desacreditado para mudar a opinião de *Billy* sobre seu time. Também é trabalhada a idéia muito comum entre os torcedores de futebol de que as coisas que realmente importam no mundo do futebol acontecem nos bastidores, nas decisões secretas entre os "cartolas" e empresários. Como podemos observar, as paródias da mídia são partes constitutivas da elaboração do personagem *Billy the Fish* e, ao lado disso, uma falta de compromisso com qualquer tipo de autocensura em relação às possibilidades criativas nas histórias. Isto significa que os autores não tinham que seguir uma lógica coerente para introduzir novos elementos às histórias de *Billy*; o único critério que parece ser utilizado é de que eles possam ser engraçados. Vemos que, ao final das histórias, os autores sempre deixam em aberto um 'gancho' para que os leitores tenham curiosidade sobre o que acontecerá nas histórias seguintes.

Todo o exagero da intertextualidade de *Billy* fica ainda mais evidentes na seguinte história. Nela, o time de *Billy* utiliza um goleiro substituto, mas ele é preso durante o jogo como principal suspeito pela morte de *Billy*. Depois disso, quando o jogo recomeça, a bola do jogo explode quando o capitão do time a chuta. O capitão é na verdade um robô que foi programado para ganhar o jogo. No intervalo do jogo o time de *Billy* está completamente cansado e se descobre que um jogador que tinha sido rejeitado pelo técnico tinha colocado um sonífero no chá que eles beberam e pesos em suas chuteiras. Ao final da história o hipnotizador diz que *Billy the Fish* está morto. Depois, eles descobrem que o chá tem gosto estranho e um homem que tinha sido um candidato a uma vaga no time e foi rejeitado tinha feito o chá envenenado. Ao término da história, o hipnotizador diz que *Billy* está morto (Viz

13, p., 11). Na continuação dessa estória, descobre-se que o time que tinha sido contaminado não é o time principal e que o time de verdade está escondido em um quarto. Há também um tumulto no meio do estádio com o nome de *Billy* e, sem qualquer relação com as estórias anteriores, um jogador cego aparece no jogo e faz muitos gols. Ao final da estória o presidente da liga de futebol diz que vai demolir o estádio para construir um supermercado (Viz 14, p., 19).



Figura 39 (Viz 16, p.11)

Podemos destacar que nas histórias de *Billy* não há qualquer elemento de inversão da realidade no sentido de valorizar palavras, aspectos regressivos e agressividade. Elas lidam exclusivamente com referências ao futebol, que é um dos temas mais populares na

cultura popular inglesa, e com a intertextualidade de produtos da mídia. No contexto das primeiras edições da revista, *Billy* está representando a pureza dos personagens que se encontra nos livros de histórias infantis que acreditam em tudo que se fala e onde se pode ver claramente, de forma maniqueísta, quem são os bons e os maus.

5. 2 Roger Mellie: televisão e palavrões

Entre todos os personagens de *Viz*, *Roger Mellie* é o que tem vida mais longa na revista e tem a maior regularidade de distribuição. Outro aspecto importante é que ele é o único personagem central que perpassa todas as fases da revista. Porém, de acordo com o gráfico de temas principais, podemos ver que suas histórias se intensificam a partir da edição 35, quando a revista começa a se direcionar para os produtos da mídia para adultos. Em termos de conteúdo, *Roger Mellie* ressalta ainda mais o jogo entre a proibição e a transgressão das normas. Ele ocupa o papel de um apresentador de televisão que deveria zelar pelas boas maneiras e respeitar as normas de discurso impostas para este papel. No entanto, Roger confronta essa realidade trazendo aspectos regressivos e transgressões das normas do discurso através do uso de palavrões.

Roger Mellie trabalha como apresentador de televisão em um canal comercial. Ele deveria representar uma pessoa que passa credibilidade para os telespectadores de acordo com o perfil tradicional de um profissional de televisão. É nesse contexto de quebra das expectativas em relação a esse papel e à seriedade dos programas de notícias comuns, que as histórias de *Roger* devem ser entendidas. Um ponto que ressalta esse contraste é o contexto da televisão britânica que tem a BBC como o principal parâmetro de julgamento de credibilidade e seriedade. Ela é famosa por preservar uma agenda de educação e ser

direcionada para o "bem público", que exerce um forte controle sobre sua programação. Essa é a chave de compreensão para as histórias de *Roger Mellie*, que confronta todas as expectativas em relação ao papel de um apresentador de um jornal televisivo. A história seguinte mostra como esse confronto ocorre:



Figura 40

Notamos nessa história que *Roger* deveria se comportar de forma respeitável porque é escalado para fazer uma reportagem sobre a família real britânica, o símbolo máximo da seriedade e formalidade britânica. Porém, ele não respeita as ordens para seguir o script e introduz várias palavras inadequadas para este contexto. *Roger* traz para as histórias um

linguajar das ruas que não estaria sujeita às normas do discurso formal. Ele utiliza gírias tais como "sod" e "burger", mas é duramente reprimido ao fazer isso e se comporta tal como uma criança. Ao final da estória ele parece se vingar de toda a proibição a que foi submetido e fala todos os palavrões possíveis em relação à família real.

O uso dos palavrões nas estórias de *Roger* se assemelha ao de outros personagens no primeiro período de *Viz*. A ênfase nos palavrões e gírias trazem a linguagem das ruas de maneira que é censurada ou ignorada na mídia tradicional. Introduzindo este tipo de idioma nas estórias de *Roger*, *Viz* confronta a maneira formal de utilizar a língua que é típica das classes média e alta que a preservam da influência da linguagem daqueles que não têm instrução formal. Nesse caso, a classe trabalhadora é a classe que representa a falta de educação e tenderia a abusar da informalidade e da utilização de gírias e palavrões. As estórias de *Viz* que lidam com esse universo da classe trabalhadora trabalham com esse contraste a partir de um ponto de vista dicotômico. A língua representa a subversão das normas através da informalidade dos palavrões e das gírias. *Roger* desafia as convenções da língua de comportamento da mídia, que seria dominada pelo conservadorismo e idéias das classes média e alta.

Roger Mellie se comporta como uma criança na maioria das situações. Nas estórias ele sempre interage com personagens que agem com ele da mesma maneira que os pais agem com as crianças. No entanto, ele está sempre tentando superar essa repressão exibindo sua 'mente suja' através de suas atitudes e vocabulário. Na estória seguinte, os produtores da TV pedem para que ele trabalhe durante o período de Natal para uma campanha de caridade. Ele se recusa e diz que pretende dormir durante este período. Porém, depois de um tempo, ele concorda em trabalhar. No dia do programa, ele chega muito tarde no show, completamente bêbado e ao lado de uma mulher. Então ele pergunta a um amigo onde é a

festa e seu amigo fala que é uma festa de caridade para crianças. *Roger* não se preocupa com isto e começa a apresentar o programa. Depois de alguns minutos, ele se aproxima de uma criança e lhe dá uma cerveja. Em seguida, seu amigo o persuade a mudar suas roupas para uma mais apropriada a um programa de natal. Dois minutos depois, ele se aparece sem calças quando o programa já está no ar (Viz 33, p., 03).

Roger Mellie normalmente aparece em situações em que ele pode confrontar a moral dominante e as convenções da TV. Seu comportamento é semelhante a outros personagens que sempre estão interagindo com figuras de autoridade tais como policiais, professores, padres, e assim por diante. A história seguinte continua esta relação quando ele confronta os valores religiosos:



Figura 41 (Viz 52, p., 47).

Nota-se que essa estória mostra *Roger Mellie* em contraste com os representantes de instituições que reprimem comportamentos que não seguem as normas sociais dominantes. Roger faz comentários irônicos sobre a mulher que tinha estado na congregação religiosa por mais de cinquenta anos e brinca com a aparição de Deus quando sabe que ela acredita fortemente em sua existência. A estória traz novamente seu comportamento infantil que se revolta contra o controle sobre seu desejo de subverter essas normas.

Podemos destacar que *Roger Mellie* representa na revista um estereótipo do mundo daqueles que trabalham na mídia, que são tidos como ricos e famosos. Como tal, eles deveriam ter algum tipo de responsabilidade social para ajudar os mais necessitados como acontece em campanhas de caridade. Esse aspecto aparece na seguinte estória em que pessoas famosas são convidadas para ajudar uma instituição de caridade. A estória mostra que essas pessoas não estão dispostas a ajudar ninguém e que só aceitam participar de tais eventos para se auto-promover. Ela mostra o estereótipo que se tem no cotidiano de que pessoas envolvidas com o “showbusiness” estão sempre envolvidas com mulheres, orgias, e sexo. *Roger Mellie* se comporta exatamente assim e apenas aceita tal convite depois que lhe oferecem muitas vantagens. É um jogo de "golf" beneficente em que a renda será revertida para instituições de caridade. Ele acha que será divertido, mas abandona o jogo antes do fim porque está muito bêbado. Em seguida, no último quadro, quando o vencedor da partida vai cumprimentá-lo. Roger vomita em seu rosto. Na estória, o vômito é usado como um elemento de desaprovação a determinadas situações de maneira semelhante a outros personagens da revista. O humor desse tipo de ato representa uma revolta contra o controle social e a afirmação de aspectos do corpo que não se deixam controlar completamente (*Viz* 40, p., 12/13).

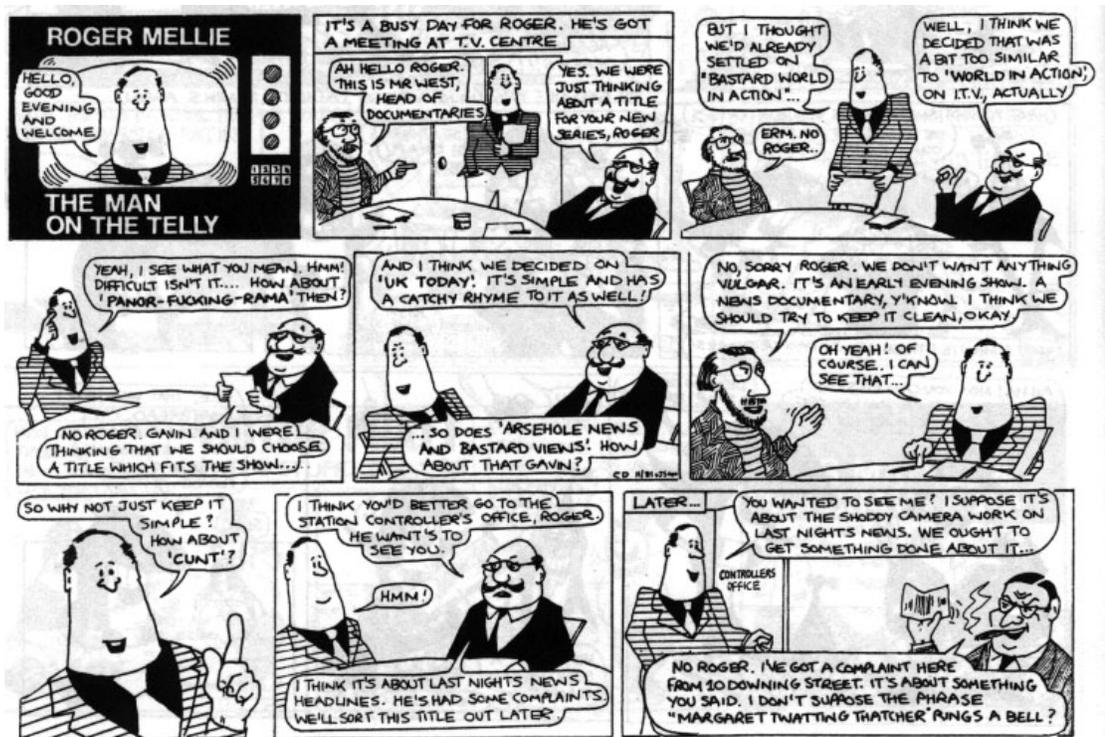


Figura 42

Suas histórias exploram claramente o conhecimento dos leitores sobre os programas de televisão e a maneira como eles são produzidos. Na história, Roger está discutindo com os produtores as diretrizes para os programas da televisão que devem priorizar temas sérios como política e economia. Roger então está sempre subvertendo esse argumento e introduzindo sugestões imorais para colocar nos programas. Assim a interpretação que ele tem sobre o que deveria ter nos programas se resume a introduzir palavrões. O programa sobre o Reino Unido que se chamava "Reino Unido Diário" passaria a se chamar "Notícia de Arsehole" e "Cunt". A primeira ministra também é ridicularizada e chamada de 'Margaret Twatting Thatcher'.

Essas histórias de *Roger Mellie* criam uma fórmula na qual o humor trabalha com o contraste entre o idioma das ruas e a proibição da moralidade conservadora em programas de televisão. A história seguinte mostra o gerente do canal em que ele trabalha falando com um patrocinador sobre as vantagens de financiar a F.T.V.. O gerente diz que ele gostaria de aumentar a quantidade de programas religiosos. Neste momento da conversa Roger entra na sala e lhes fala sobre um espetáculo de jogo chamado “Up your arse cunt.” O gerente fica muito envergonhado e o patrocinador fica muito confuso. Então seu amigo os convida para ir a um restaurante e tentar mudar o assunto da conversa. Porém, Roger continua falando sobre pornografia. Ao término da história, o patrocinador deixa o restaurante, o que indica que ele nunca patrocinará a F.T V.. *Roger* não abandona suas idéias e insiste até o fim da história em fazer o programa sobre o jogo indecente (*Viz* 34, p. 03). Esta história mostra novamente o contraste entre a TV tradicional e o que *Roger Mellie* quer colocar para exibição. O discurso pornográfico que ele usa não cabe na função que se tem para este meio de comunicação, que favoreceriam programas para toda a família.

Até este ponto, as histórias de *Roger* mostraram sempre pessoas que representaram pontos de vista completamente opostos ao dele. Porém, as duas histórias seguintes introduzem personagens que concordam com seu mundo "sujo". Na primeira história ele decide publicar um livro sobre as suas relações sexuais com mulheres e o mostra a um amigo. Seu amigo questiona o conteúdo e diz que ele não teve relações sexuais com todas elas, mas *Roger* diz que isso não importa. Porém, de repente, um homem que estava na mesa ao lado e escutou a conversa lhe diz que ele ficou muito interessado no livro e irá publicá-lo (*Viz* 39, p., 03). Essa história brinca com um fato comum que é publicação de livros de memórias de 'celebridades' que dizem conter segredos bombásticos sobre a vida privada de pessoas famosas. O fato de o editor querer publicar esse livro coincide com o

momento em que a revista começa a enfatizar mais os temas ligados à mídia e ao sexo e se direciona cada vez mais para o público adulto. Veremos esse aspecto mais claramente no capítulo seguinte quando analisamos os textos da revista.

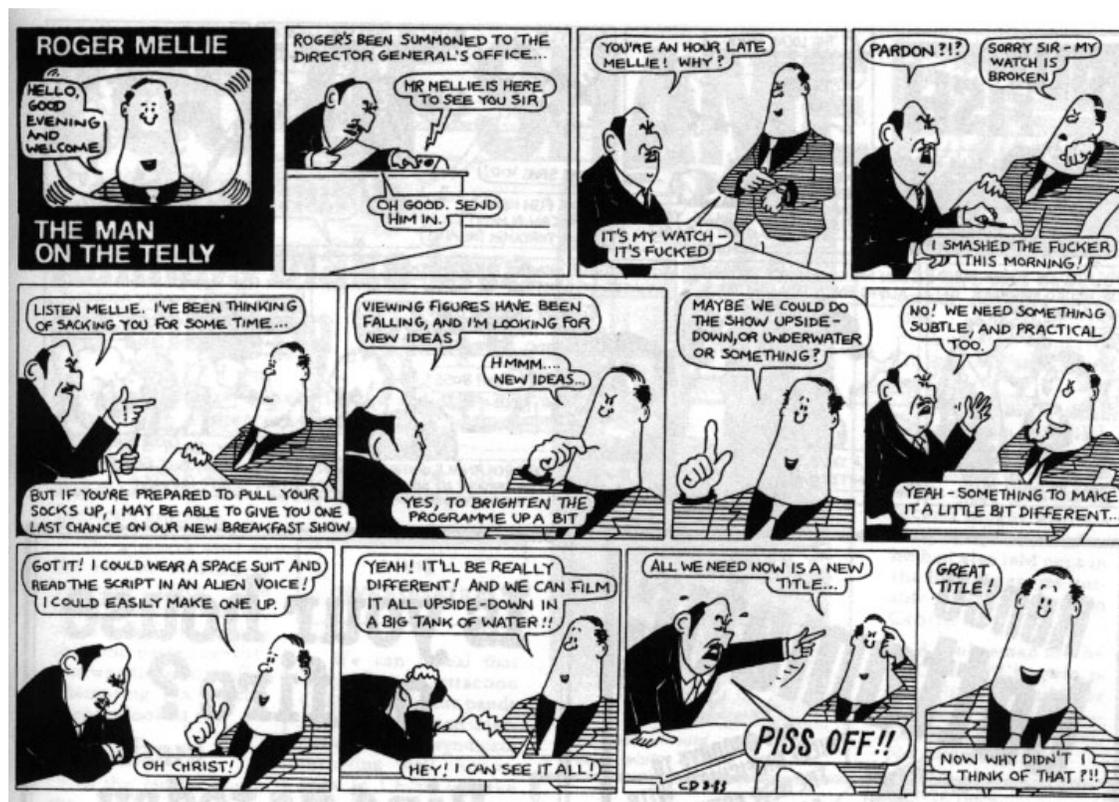


Figura 43 (*Viz* 41, p., 31)

Semelhante a estória anterior, há uma mudança no comportamento das pessoas com quem *Roger Mellie* interage, pois agora os diretores também falam palavrões para agredí-lo. Assim, esses personagens estão legitimando o discurso de *Roger Mellie* mostrando que sua visão de mundo não está completamente distante da realidade. *Roger Mellie* se torna representante do idioma das ruas no ambiente da TV. Suas estórias reforçam a característica de *Viz* em trazer esse idioma coloquial de pessoas comuns para suas páginas e questionam os valores sociais conservadores a partir do confronto a essas normas.

Para finalizar essa análise podemos destacar que *Roger Mellie* é o personagem mais uniformemente distribuído na história de *Viz*. O fato que ele é da televisão não deve ser interpretado com uma simples coincidência; há uma clara tendência na revista em construir um discurso que explora a intertextualidade de produtos de mídia e que será cada vez mais intensificado na medida em que ela se dirige a um mercado mais comercial. No caso de Roger, ele também traz o sexo e a pornografia para um espaço no qual esses aspectos não devem fazer parte e, ao fazê-lo, subverte o suposto mundo pueril da televisão.

5.3 A Vida dos garotos

Esta parte da análise trata dos personagens que se referem diretamente à vida cotidiana dos garotos, que é o primeiro tema principal na revista. Esses personagens representam um período no qual *Viz* estava construindo seu perfil como quadrinhos e utilizou esse tipo de personagem para traçar a diferença entre ela e os quadrinhos direcionados para crianças. O confronto entre a realidade de *Viz* e aquela trabalhada por aqueles quadrinhos, através da intertextualidade, é um dos pontos centrais para se entender o papel desses personagens para o discurso da revista.

Essa questão tem uma relação direta com a intensificação da comercialização de *Viz*. A ênfase nesse tema inicial representa o momento em que a revista estava traçando seu perfil de quadrinhos para adultos e utilizou a intertextualidade com os quadrinhos infantis para criar seu perfil no mercado. O segundo aspecto a ser destacado é o elemento

carnavalesco como forma de confrontar a moralidade conservadora e as figuras que representam a repressão sobre o corpo.

5.3.1 Johnny Fartpants

Esse personagem é um garoto que é famoso por causa da enorme flatulência que possui. Ele é desenhado como se um peido saísse com muita força de seu ânus. *Johnny Fartpants*, semelhante a *Biffa Bacon*, assemelha-se a um personagem muito famoso dos quadrinhos infantis chamado *Dennis the Menace*. Johnny é introduzido na revista quando ela utiliza estórias coloridas o que a torna ainda mais parecida com as revistas *Dandy* e *Beano*. Este aspecto releva a forte tendência na revista em parodiar a mídia e, principalmente nesse período, os quadrinhos para crianças. Por conseguinte para interpretar a importância desse tipo de personagem para a revista é preciso se referir a essa intertextualidade.

A primeira característica compartilhada por *Johnny* e o *Dennis* é seu perfil como "encrenqueiros" para os outros garotos e indisciplinados para os adultos. Considerando este último aspecto, Dennis tem uma forte tendência a se opor às regras dos adultos e cria suas próprias regras e está a todo o momento planejando suas ações. A diferença de *Johnny* é que ele não tem os outros garotos como alvo de suas maldades, seu comportamento se volta muito mais para os adultos e representantes de autoridade. Podemos ressaltar que ambos personagens representam o cotidiano de garotos que procuram ter prazer com as brincadeiras com seus amigos. Só que esse cotidiano não é completamente normal, porque

Johnny tem uma característica de peidar muito forte que o torna um garoto especial. Seu poder de peidar muito forte o coloca em situações constrangedoras sem que ele possa controlá-lo em várias das situações em que se coloca. Em relação a esse ponto Johnny é retratado como um menino ingênuo que não pode evitar peidar tão forte, como se ele fosse controlado pelo corpo, o corpo carnavalesco que se revolta contra as regras do mundo civilizado. Enquanto *Dennis the Menace* confronta as normas sociais deliberadamente, Johnny a confronta indiretamente, como se fosse um ato involuntário. Essa é uma característica muito freqüente nos quadrinhos direcionados para os leitores adolescentes (Veja Barker, 1989), e notamos que Johnny sempre encontra em suas estórias figuras de autoridade como pais, professores e padres e os desagrada com seu "peido involuntário". Este aspecto já está muito claro na primeira estória:



Figura 44 (Viz 12, p., 19)

Nessa estória a revista já mostra aos leitores o que eles podem esperar desse personagem que é apresentado com a frase “There is always a commotion going on in his trousers”. Assim os leitores sabem que vão encontrar muitos peidos e que eles vão estar sempre relacionados ao confronto da realidade dos adultos. Johnny também fala com o leitor sobre as conseqüências dos seus peidos e que eles podem ser muito úteis. Apesar dos problemas que ele enfrenta, Johnny está orgulhoso dos seus peidos e ensina ao leitor como produzir um bom peido a partir de uma 'strict pump-diet'. Nós notamos que as situações nas estórias são mostradas como o cotidiano comum utilizando a linguagem do dia-a-dia. Após essas informações Johnny peida em frente aos representantes de autoridade, primeiro sua mãe, depois um vigário. Em ambas as situações, ele parece se sentir envergonhado pelo que fez. Porém, por outro lado, ele parece orgulhoso do seu poder de peidar. O elemento de humor está exatamente em sua habilidade em utilizar seus peidos da maneira como ele quer e ao mesmo tempo parecer que fossem involuntário quando está na frente dos adultos. Em termos de narrativa, a estória brinca com o leitor, através da metalinguagem, como se Johnny soubesse que o leitor o está observando e ele interage com ele. Este estilo de narrativa cria um certo grau de intimidade entre o personagem e os leitores. Nesse aspecto é importante observar como ele se dirige ao leitor enfatiza o orgulho de poder produzir um peido tão poderoso que pode ser utilizado quando ele quiser como na estória seguinte:



Figura 45 (Viz 35, p.37)

Devemos ressaltar que essa estória combina dois elementos que produzem o efeito cômico: por um lado Johnny parece ser controlado pelos seus peidos apesar de suas tentativas em só fazer a coisa certa; por outro lado ele parece poder controlá-las e tirar proveito desse seu poder. O conflito entre tentar ajudar e cometer erros o aproxima das experiências de criança quando elas tentam fazer o melhor de si para ajudar, mas são culpadas pelos pais quando cometem erros involuntários. No entanto, *Johnny* tem o poder especial e pode enganar os adultos fingindo que nada pode fazer para evitá-los. Dessa maneira, *Johnny Fartpants* estaria exercendo poder sobre eles, como acontece na estória seguinte:



Figura 46

Por ser uma revista de quadrinhos adulto tal ênfase em personagens de garotos pode parecer uma característica incomum, uma vez que seria mais adequado temas mais relacionados ao cotidiano adulto tais como sexo, drogas, etc. Não obstante, podemos observar que a intertextualidade nessas histórias apenas contribuem para construir o perfil da revista como um quadrinhos adulto. Ao reinterpretar as experiências da infância e parodiar os personagens relacionados a esse período, *Viz* propõe que o contrato como o leitor seja feito a partir de novos critérios. O leitor é chamado a fazer parte de um mundo que obedece a uma 'nova realidade' na qual as pessoas podem chamar palavrões e confrontar diretamente certos valores sociais tidos como conservadores. *Viz* propõe um contrato com o leitor baseado na oposição às experiências infantis e, à medida que intensifica a sua comercialização, a afirmação de uma certa representação do mundo adulto. A faixa etária de seus leitores, no período de transição entre a infância e a vida adulta, também contribui para que este tipo de contrato possa fazer sentido para eles.

Somados a essa característica de reinterpretar essas histórias para os leitores, há uma forte ênfase em elementos regressivos. Eles são apresentados pelos adultos que se comportam de forma infantil e por referências diretas ao peido, vômito e assim por diante. Os adultos nessas histórias estão sempre reprimindo as expressões do corpo tidas como inadequadas para determinadas situações, mas os personagens insistem em trazê-las para a vida cotidiana e os utiliza como forma de exercer poder sobre eles. Suas experiências também se relacionam à fase de desenvolvimento infantil no qual as crianças são tidas como engraçadas quando peidam ou arrotam e que não são duramente castigadas por isso. Comer, beber, defecar e outras formas de eliminação (suar, espirrar, ejacular), são indicadores claros de aspectos carnavalescos da cultura que se expressam nos produtos culturais na cultura contemporânea (Bakhtin, 1984, p. 317).

Relativo ao comportamento dos personagens adultos, eles realmente parecem se comportar como símbolos de autoridade que precisam ensinar boas maneiras aos garotos, mas por outro lado eles também se comportam de forma infantil tanto quanto os personagens garotos como pode ser observado na estória seguinte. Podemos então dizer que embora em várias situações exista o confronto entre o mundo das crianças e dos adultos, há uma dubiedade em relação a essa divisão porque os adultos também são vistos se comportando de forma imatura e tendo prazer com situações regressivas. Isto fica claro na seguinte estória, quando os pais de Johnny mandam que ele coloque uma cortiça no ânus para que eles possam comer a ceia de natal. A história seguinte mostra o prazer que os adultos têm ao castigar Johnny:



Figura 47

Nota-se que *Johnny Fartpants* tenta se comportar como um menino normal que quer ajuda as pessoas a resolver seus problemas. O segundo painel introduz uma experiência comum que é um pai que pede para o filho que o ajude a fazer algum serviço doméstico. Porém, Johnny não tem um controle completo dos seus peidos e causa muitos problemas. Mais adiante, o leitor identifica que o pai dele o espancou. Os adultos na estória se comportam como se gostassem de ver o castigo de Johnny e não é por acaso que o policial é que sugere que ele seja castigado. Nas estórias desses personagens garotos, os policiais são tidos como símbolos máximos da autoridade e comumente representam controle e castigo. Esta estória também reforça o autocontrole de *Johnny* sobre suas funções como um meio de alcançar seus objetivos. Fica claro, porém, que ele não consegue atingir seus objetivos de forma completa, mas essa dubiedade entre o controle e o descontrole dos seus peidos é uma característica central para o humor em suas estórias.

As estórias de *Johnny* estabelecem um diálogo forte com o leitor porque utilizam situações muito familiares ao cotidiano, como brincar nas ruas, festas de natal, e assim por diante. O que as torna engraçadas é a adaptação dessa situação ao contexto de *Viz* em que *Johnny* enfrenta a todo o momento os representantes da autoridade através da subversão de seu corpo. Vemos isso na seguinte estória na qual ele se relaciona com um professor:



Figura 48

Esta estória representa uma mudança em relação às primeiras em que ele sempre era punido ao final. A partir de agora *Johnny* não sofre mais qualquer tipo de repressão

depois de se comportar de forma desafiadora aos adultos. Essa mudança pode ter sido provocada por duas razões: primeiro significa o reconhecimento da importância de *Johnny* para a revista no sentido de ser um representante do confronto com os adultos; e em segundo lugar, *Johnny* seria uma espécie de herói para os leitores e o final feliz passa a ser um reconhecimento tácito de seu poder.

Quando comparado com outros personagens garotos, *Johnny* enfrenta os mesmos problemas devido aos seus pêidos. No entanto, diferentemente de *Buster*, que tem os seus amigos como os principais controladores de seu comportamento, nas histórias de *Johnny* são os adultos que o reprimem. Os seus amigos não vêem seu peido como um problema e chegam até a valorizá-los como uma forma de tirar vantagens das situações. Assim, podemos observar que a repressão a *Johnny* é um confronto direto entre o mundo das crianças e dos adultos de maneira que esse confronto se torna central para o humor em suas histórias.

Essa relação entre a repressão do corpo e a sociedade é encontrada na discussão sobre a cultura jovem que utiliza o corpo como forma de expressão de desejos e identidades (veja Hebdige, 1997). Esses aspectos carnavalescos que liberam os prazeres do corpo são centrais para se entender a cultura popular na sociedade contemporânea. São elementos que aparecem em vários produtos culturais e encontram nos quadrinhos um espaço privilegiado para se difundir. No caso de *Johnny*, seus peidos se tornam o centro de sua identidade e relação com o mundo. Ele lida com ele com uma mistura de culpa e orgulho, com se possuísse um poder que o faz enganar os adultos que tentam repreendê-lo por qualquer comportamento inadequado. Seus pais são os principais representantes do mundo civilizado e tentam ensiná-lo que seu corpo deve ser educado para que consiga ter uma vida normal.

Na estória seguinte vemos que o pai de *Johnny* o prende em casa para impedir que ele cause algum dano. Quando ele esta dirigindo o carro, um caminhão cheio de “peixe não-fresco” passa por perto e o pai dele pensa que o cheiro é causado por *Johnny*, então ele o castiga. O mesmo ocorre quando eles passam perto de uma fábrica de queijo e a punição agora será cortar a sua mesada. Quando chegam à casa da sua avó, ela vai para a cozinha para alimentar o gato e percebe que ela deixou a lata de comida para gatos aberta durante vários dias e que já está podre. Ao término da história, *Johnny* vai para o banheiro e fica muito feliz porque seu peido impede que o fedor da comida podre tome conta da casa. O pai dele ouve um grande barulho, diz que *Johnny* danificou toda a casa e que a sua mesada servirá agora para recuperá-la (Viz 33, p. 14). Uma característica destas primeiras estórias é que ele é apresentado isolado dos seus amigos, o que reforça ainda seu papel de confronto entre a repressão do mundo de adulto e a espontaneidade do mundo infantil. Portanto, podemos concluir que sua importância para o contrato que a revista propõe para os leitores é exatamente esse tipo de confronto através da revolta do corpo contra a repressão do mundo civilizado.

Em Viz 74, *Johnny* vai com seus amigos pedir doces para o “Halloween”. Eles batem nas portas e ameaçam os moradores dizendo que *Johnny* está com eles o que causa muito medo. A primeira senhora lhes dá muitos doces. Na casa seguinte, um homem fala um palavrão e diz para que desapareçam. Então, *Johnny* come muitas ervilhas de uma lata e diz que produzirá um “lethal sulphur fart-gas”. Ele aponta a bunda para a casa e peida muito forte. Depois de 20 minutos, a casa começa a levitar e desaparece. Eles então vão para a casa seguinte e três meninos aparecem; eles começam a bater nos garotos para tomar os doces. *Johnny* então produz um "peido fantasma" que os assusta e os meninos assustados correm e deixam os doces. *Johnny* e seus amigos terminam a estória felizes e comendo os

doces (p. 17). Como pode ser visto, há um uso claro de aspectos "sujos" na elaboração das histórias. Elas se assemelham muito com as revistas da primeira fase em que sempre se utilizavam referências a esses aspectos como forma de causar um certo choque. Eles se tornam um símbolo de confronto à autoridade e ao mundo civilizado. Norbet Elias (1978) discute como a sociedade contemporânea passou por um processo civilizatório que reprime o corpo e seus odores como sinal do triunfo da racionalidade sobre os instintos. Os personagens como *Johnny* trazem os elementos carnavalescos que se tornam uma fonte poderosa de humor e uma das bases do contrato entre *Viz* e os seus leitores.

5. 3. 2 Felix Amazing Underpants

Felix é o segundo personagem garoto mais importante em *Viz*. A sua principal característica é usar cuecas muito grandes em todos lugares o que lhes permite carregar coisas e pessoas dentro dela. Em relação à sua aparência física, ele é tão grande quanto um adulto mas tem um corpo de um bebê e com uma face quase angelical. Semelhante aos outros personagens garotos, ele mostra referências a experiências normais cotidianas, relacionando-se com os pais e outros representantes de autoridade. Embora suas histórias também se relacionem com a repressão ao corpo, ele não consegue enganar os adultos como *Johnny* faz. O que se ressalta em seu comportamento são as suas tentativas para ajudar as pessoas como se ele fosse uma espécie de super-herói. Ele parece um garoto bobo que se envolve em situações embaraçosas pela interferência dos adultos que o manipulam. Suas histórias se assemelham àquelas que mostram as experiências das crianças como estúpidas e valorizam o mundo dos adultos, como se os leitores tivessem que entender que

eles estão acima desse período e precisam se comportar como adultos. Elas, então, funcionam como um reforço do contrato entre a revista e os leitores que se baseia, nesse período, no confronto entre a realidade das experiências das crianças e o mundo adulto.



Figura 49 (Viz 39, p., 48)

Essa estória mostra uma típica cena familiar no natal onde tudo parece seguir seu caminho normal. O primeiro aspecto incomum é que os presentes de *Felix* estão dentro de sua cueca e que ele estava completamente nu quando sai do quarto de seu pai. Porém ninguém se incomoda com o fato de ele estar sempre usando cuecas, o que reforça o humor das estórias por esta mistura entre o habitual e incomum. *Felix* se comporta normalmente até que ele põe o chocolate dentro de sua cueca. Ele acha que isso não é um problema e leva os chocolates para a sua avó. No entanto, o chocolate fica com vários pêlos púbicos por estar em contato com os seus genitais, mas sua avó os come sem problemas. Ao final da estória *Viz* reforça o aspecto grotesco da realidade ao oferecer vômito como um feliz natal para os leitores (*Viz* 21, p.20). A estória reforça características muito presentes nas estórias dos garotos que são o cotidiano as crianças nas ruas, a vida familiar e o confronto a esses aspectos através do corpo que não se submete à repressão. Não obstante, não está claro até que ponto esses elementos podem ser tidos como uma real oposição à sociedade dominante. O que se pode destacar é que no discurso da revista, eles elementos funcionam como um confronto à realidade civilizada e que isto é muito relevante para o tipo de humor que ela oferece aos leitores. São elementos que são quase banidos da mídia tradicional e encontram um espaço privilegiado de expressão nas páginas de *Viz*.

Semelhante a *Johnny*, as estórias de *Felix* descrevem suas relações com os representantes de autoridade e experiências cotidianas nas ruas como observamos abaixo:

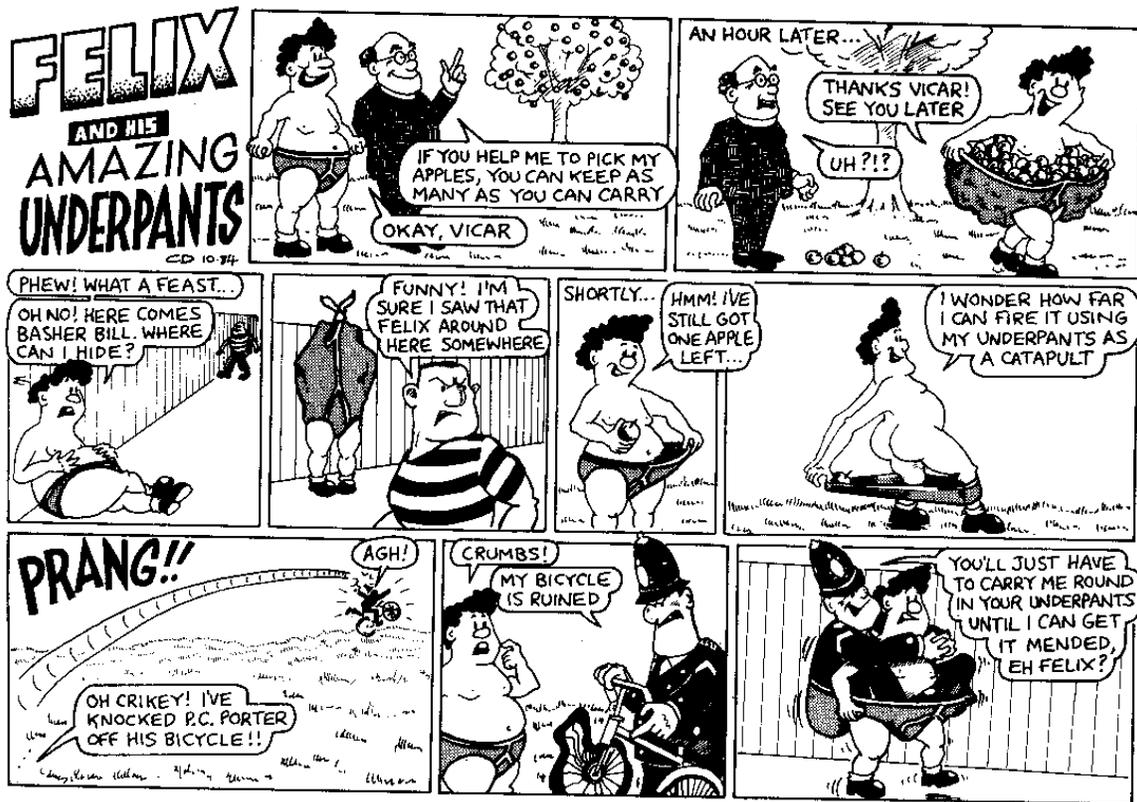


Figura 50

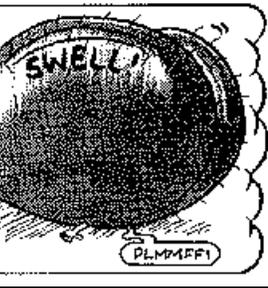
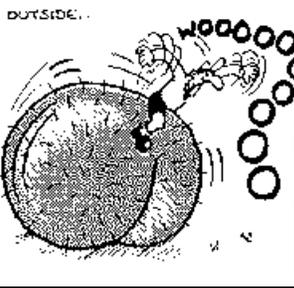
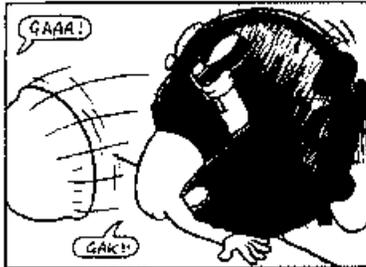
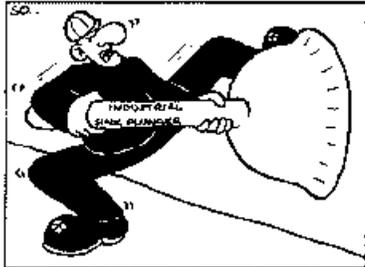
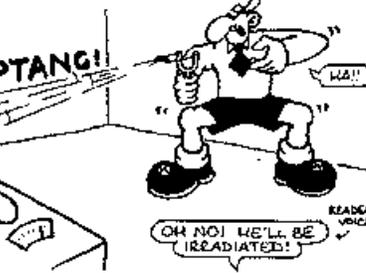
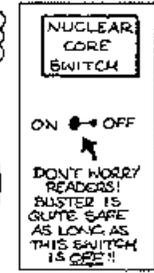
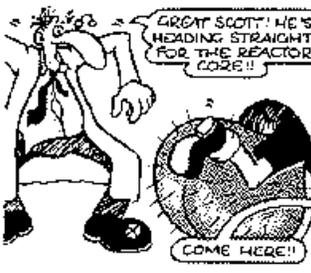
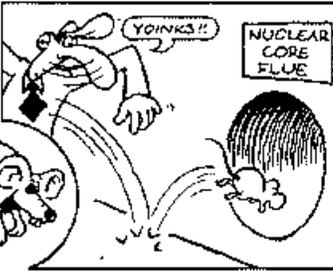
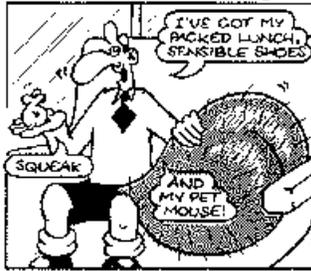
Notamos que *Felix* consegue tirar proveito da situação deixando o vigário para trás. Porém, um policial que tinha observado toda a cena o castiga no final da estória. É importante também destacar que o comportamento do policial se assemelha à atitude de outros garotos que brincam com seus amigos e os carregam nas costas como forma de diversão. É uma interpretação da realidade que inverte os papéis sociais e confunde o que seria o comportamento maduro e o infantil.

5. 3. 3 Buster Gonad and his unfeasibly large testicles

O primeiro aspecto a ser notado nas histórias do *Buster Gonad* é que ele tem testículos muito grandes. Na realidade, eles são tão grandes que ele tem problema para os levar e, às vezes, ele tem que usar um carro de mão para carregá-los. Não obstante, ele não se comporta diferente de outros meninos; ele tenta se comportar como um menino normal entre seus amigos. É exatamente esta combinação de experiências normais e características incomuns que contribui para o elemento engraçado para suas estórias. Na realidade, uma das peculiaridades de *Viz* é apresentar uma realidade normal e inserir esses personagens incomuns sem que isso cause qualquer tipo de estranhamento para aqueles envolvidos nas situações. Em segundo lugar, podemos identificar a questão sexual porque *Buster* é o único que apresenta relação entre o mundo dos garotos e a sexualidade. Porém, seus testículos são muito mais um defeito físico do que um órgão genital, ele não se mostra de forma alguma envergonhado por isso. Apesar de sempre causar algum tipo de problemas para os seus amigos, ele está sempre sendo convidado para participar de atividades normais. Realmente, isto parece ser um elemento muito importante no discurso humorístico criado em *Viz*. Essa mistura entre as experiências cotidianas e sua característica incomum na seguinte estória sobre o natal:

BUSTER GONAD and his UNFEASIBLY LARGE TESTICLES

DURING AN ELECTRICAL STORM, BUSTER GONAD WAS STRUCK IN THE TESTICLES BY A METEORITE WHICH EMITTED WEIRD COSMIC RAYS... HIS TESTICLES GREW TO TITANIC PROPORTIONS, & AS BUSTER FOUND OUT, WITH GONADS AS BIG AS SOMETHING QUITE BIG, FUN WAS NEVER VERY FAR AWAY!



G.R.D. P.S.B. 9.87

Figura 51

Nessa estória, *Buster Gonad* acorda para ver o que Papai Noel lhe trouxe. Então a mãe dele diz que ele não ganhará presentes porque os seus testículos são tão grandes que ele os quebraria. Depois disso, ele decide sair e encontrar seus amigos. Na rua, ele conhece um garoto que o convida para andar em sua bicicleta, entretanto ele danifica a bicicleta por causa do peso de seus testículos. A mesma coisa acontece quando ele usa o brinquedo de outro amigo. *Buster* então decide patinar em uma lagoa congelada. Quando ele chega lá, ele quebra o gelo devido ao peso dos testículos que ficam congelados. Mais tarde, na festa de Natal, ninguém permite que ele brinque com os brinquedos porque ele iria quebrar todos. De repente, a mãe de seu amigo que está organizando a festa aparece no quarto e diz que a festa deve ser cancelada porque o refrigerador não está trabalhando corretamente. *Buster* então oferece seus testículos congelados para conservar o sorvete. A sugestão é aceita e ao final todos estão tomando o sorvete que estava nos seus testículos (*Viz* 33, p.11). Observamos que no começo desta história, ele se comporta como um menino normal que espera ganhar muitos presentes no Natal. No entanto, sua mãe chama a atenção para sua condição física incomum. *Buster* não se sente incomodado com isso e sempre tenta se divertir sem ser discriminado por seus colegas.

Vemos que o tipo de humor que a revista traz para os leitores está sempre relacionado ao escatológico que confronta a repressão do mundo civilizado. Este fato está bastante claro ao término da estória quando todo o mundo na festa está comendo o sorvete que ele tinha armazenado em seus testículos. Além disso, o fato do sorvete ter sido consumido sem qualquer tipo de rejeição mostra essa mistura entre o cotidiano normal e as situações incomuns trazidas pelos personagens. Na realidade, podemos dizer que este tipo de humor ocorre a partir do confronto entre os elementos regressivos e a repressão das

normas sociais. Os personagens como *Buster* reforçam esse tipo de humor e servem como uma das bases do contrato de *Viz* com seus leitores.

Outro ponto extremamente relevante para a construção desse personagem é a brincadeira com o mundo dos super-heróis tradicionais em que eles sempre possuem superpoderes. No caso de *Buster*, há uma clara referência a este aspecto quando a revista explica porque ele tem testículos tão grandes. A estória diz que ele foi contaminado por radiações nucleares que causaram mutações em seu corpo. A semelhança com o hominídeo ou o incrível Hulk não poderia ser mais evidente, só que na realidade de *Viz* isto se transforma em escatologia e o corpo se liberta da repressão como vemos a seguir:

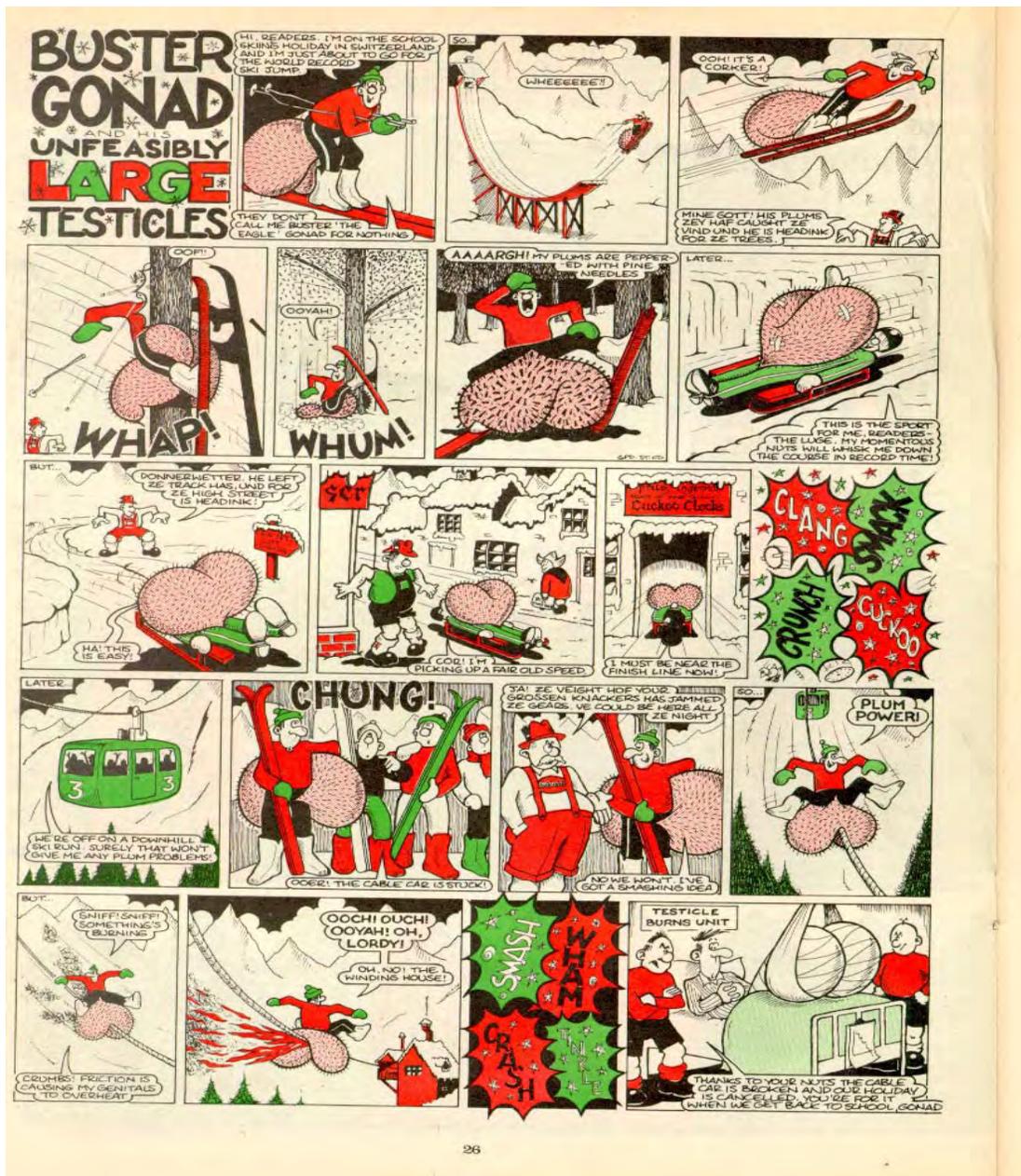


Figura 52 (Viz 39, p., 26)

Observamos nessas estórias sobre a vida dos garotos que elas representam o ponto central para construção do perfil de *Viz* como um quadrinho adulto. Esses personagens sempre reinterpretaram as experiências da infância e confrontaram os representantes da

autoridade. *Johnny Fartpants* é o personagem garoto mais proeminente na revista. Ele representa uma referência direta a *Dennis the Menace* o que permite aos autores explorar o diálogo com o leitor baseado em hábitos prévio de leitura.

Felix e Buster Gonad trazem elementos semelhantes das experiências da infância. A revista brinca com a fantasia e a realidade que se relaciona aos produtos direcionados para as crianças como os super-heróis. Semelhante a eles, os personagens de *Viz* também têm superpoderes, mas que se relacionam com aspectos carnavalescos. Esses personagens representam um diálogo entre o mundo da infância e dos adultos. A liberação e repressão de características naturais do corpo dividem as duas realidades.

5.4 Vida familiar

Nesta parte discutiremos o segundo tema principal de *Viz*, a vida familiar. Este tema representa o período intermediário da revista em direção ao seu perfil de quadrinho adulto. Depois de se diferenciar dos quadrinhos para crianças através das paródias e da inversão desse cotidiano, a revista começa a se voltar para temas mais adultos tais como sexo, gênero e classe social. Esta mudança também será observada nos textos da revista que discutiremos no capítulo seguinte.

Esse tema é representado por duas família que mostram classes sociais diferentes: A *Biffa Bacon Family*, representando a classe trabalhadora, e *The Modern Parents*, a família de classe-média. A compreensão de suas estórias será encontrada nos estereótipos que a revista mostra sobre as duas realidades, privilegiando a agressividade e o sexo. A família de *Biffa Bacon* tem a agressividade permeando todo o seu cotidiano; onde as relações sociais,

dentro da família e na sociedade, não têm o mínimo de solidariedade. *The Modern Parents* mostra o extremo dos pais que querem ser muito liberais na educação dos filhos e que tentam adotar um modo alternativo de vida com as idéias do movimento *hippie*. Perpassando essas questões está sempre a luta pelo poder no interior das famílias onde os gêneros se confundem e não fica claro o que significa o papel masculino e o feminino.

Também é relevante se entender a relação entre os pais e os filhos porque ela revela a interpretação da realidade que os autores pretendem mostrar sobre o que é a vida adulta e o que podem ensinar para a nova geração. Com já vimos na análise da vida dos garotos, a revista está sempre reinterpretando as experiências das crianças e confrontando com o mundo adulto no intuito de fortalecer o contrato com os leitores. Dessa forma, veremos como a relação entre os pais e os filhos no interior da família reforça ou confronta esse contrato. Como a vida familiar é o tema mais importante na segunda fase da revista em que ela já teve o processo de comercialização mais intensificado, será muito importante avaliar como a relação entre o mundo dos adultos e das crianças se transformou nessa fase.

5. 4. 1 Biffa Bacon Family

Biffa Bacon apareceu na revista na primeira fase - *Viz 07*. Ele é um personagem muito relevante para esse período porque se relaciona tanto à vida dos garotos quanto à representação da classe trabalhadora, que eram temas muito fortes nesse período. Além disso, embora ele ainda esteja sendo publicado, há uma concentração de suas histórias na fase inicial da revista: 06 das 13 histórias dele publicadas em toda a história da revista

apareceram antes da *Viz* 27. Um período em que ela estava construindo seu perfil como quadrinhos adulto e criando fortes laços com o público jovem masculino.

Baseado em nossa análise, observamos que apesar de sua orientação para o público adulto, *Viz* claramente utilizou a intertextualidade de quadrinhos para crianças para construir o seu perfil. *Biffa Bacon* não é nenhuma exceção nesse contexto, ele se assemelha a um personagem muito famoso chamado *Bully Beef and Chips*. *Bully* é um personagem da revista *Dandy*, uma das revistas mais importantes na Inglaterra. As semelhanças são muito marcantes, pois *Biffa Bacon* tem a mesma estrutura física e usa uma roupa semelhante. Até mesmo seus nomes são criados baseados em inspiração semelhantes, eles se assemelham gráfica e foneticamente: enquanto *Viz* usa a palavra Bacon com sobrenome para *Biffa*, *Dandy* usa outro nome de comida "Beef and chips" para *Bully*. Essa semelhança faz com que precisemos nos deter um pouco sobre as estórias de *Bully* para se entender as referências narrativas e sociais utilizadas nas estórias de *Biffa Bacon*.

Observamos que há um processo narrativo repetitivo nas estórias de *Bully*. As cenas iniciais o descrevem agredindo e se divertindo a partir do sofrimento de outras pessoas. Neste momento, seu comportamento está sempre relacionado às figuras de autoridade que agem duramente contra seu comportamento. Ele representa a característica do *bully* que é um assunto muito debatido na vida escolar da Inglaterra. Ele funciona como personagem importante para discutir essa questão com as crianças; seu comportamento é utilizado como uma maneira de educar os filhos sobre essa questão. As referências cotidianas também são bastante realistas, os garotos estão sempre se divertindo nas ruas e os adultos têm um papel social bem definido como professores, padres e policiais que representam as leis e a moral. Porém, depois desta construção

discursiva nos primeiros quadros em que ele é mostrado tendo prazer com seus atos, sempre no final das histórias ele é punido duramente pelo que cometeu. Suas histórias funcionam como um discurso moral em que os desvios de conduta são punidos exemplarmente para ensinar os outros garotos a não fazerem o mesmo.

Viz apresenta *Biffa Bacon* como um garoto muito forte semelhante a outros personagens agressivos como *Skinhead*. Além disso, ele não se parece com um garoto; o seu corpo musculoso se assemelha muito mais ao do seu próprio pai que a um adolescente. *Viz* cria uma forte associação entre a aparência física e o comportamento agressivo. Ele é tão forte quanto seus pais e utiliza essa agressividade para bater nos garotos na rua. Mas, por outro lado, seus pais o espancam toda vez que ele faz isso construindo um círculo vicioso ao redor desse comportamento. Nas histórias de *Viz*, os personagens dominantes são sempre fisicamente mais fortes, mal educados e muito agressivos, pertencentes à classe trabalhadora; as vítimas são magras, educadas e pertencentes às classes média e alta.



Figura 53 (Viz 07, p., 4)

Está claro nesta história que *Viz* explora até ao limite o comportamento agressivo da família Bacon. Em todos os painéis eles estão falando palavrões ou espancando alguém. A primeira vez que ele fala com o pai, ele diz que *Biffa* está procurando confusão. Os recursos de onomatopéia também reforçam a agressividade das cenas através de letras grandes, que muitas vezes se sobrepõem às cenas desenhadas. Um exagero que funciona como intertextualidade em relação aos quadrinhos de violência, mas que se torna engraçada exatamente por ser uma quantidade fora do normal.

Em relação à narrativa, essa história se assemelha às de *Bully Beef and Chips* em dois aspectos: primeiro, nas cenas iniciais, *Biffa* se comporta como um *bully*, que fica nas ruas procurando algum garoto para bater. Na seqüência seus pais também o espancam como punição. No entanto, a função desse aspecto para o contrato com os leitores é bem diferente porque não existe o papel educacional nas histórias de *Biffa Bacon*. A violência é gratuita em todos os sentidos, sem que haja qualquer indicador que de seja errado agir dessa forma. Os pais de *Biffa* quando batem nele apenas repetem seu comportamento e não agem racionalmente como representantes de autoridade.

Essa história também revela um conflito muito recorrente entre *Biffa* e seus pais que se comportam da mesma maneira que ele em todas as situações. No entanto, as primeiras histórias de *Bacon* são principalmente para as situações de rua em que *Biffa* bate em seus amigos. Essa ênfase está de acordo com a ênfase da revista sobre a vida dos garotos era o tema mais freqüente e mesmo nas histórias sobre a família Bacon. Essas histórias nesse período inicial, lidam predominantemente com a relação entre *Biffa Bacon* e *Percy Posh*, um garoto da rua que é educado e de classe social alta. *Biffa* "fala" para os leitores que vai bater em *Percy* o que cria um grau de intimidade entre eles o personagem.

As histórias dele variam quando ele é castigado no final pelos seus pais. Sempre que *Biffa* sai às ruas ele procura *Posh Percy* para agredir. *Percy* é um garoto rico e tido como 'afrescalhado' por sua educação. Ele também cuida da saúde e sai para fazer exercícios para manter a forma. O contraste com a brutalidade de *Biffa* fica muito explícito em todos os sentidos e *Percy* não consegue reagir contra a sua agressividade. Esse confronto é, na verdade, um reflexo da maneira estereotipada que a revista mostra a classe trabalhadora que sempre está relacionada à agressividade e falta de educação. *Biffa* é fisicamente forte e estúpido, enquanto *Percy* é magro e inteligente.



Figura 54 (Viz 12, p. 4)

Vemos que os recursos visuais onomatopéicos são muito exagerados. Eles têm o efeito de aumentar o impacto da violência e introduzir um efeito cômico como nas histórias de *Tom e Gerry*. O que se quer dizer é que o exagero dos recursos visuais as aproximam esse tipo de história dos desenhos animados infantis em que os personagens sofrem violência mas ela não provoca a morte. A violência se transforma em um tipo de

brincadeira de mau gosto, mas que não traz maiores conseqüências. Além disso, não há qualquer motivação clara para o tipo de comportamento de *Biffa Bacon*; ele parece agir somente pelo prazer em agredir os outros.

O contraste entre as classes sociais também é enfatizada na seguinte estória em que um homem bem vestido e educado entra em um *pub* (bar) para pedir informações. Fica evidente que ele não pertence àquele ambiente e que *Biffa Bacon* se sente incomodado com a sua presença. Nessa estórias, eles são duas representações completamente dicotômicas entre a classe trabalhadora e a classe alta.



Figura 55

O pub é mostrado como um ambiente típico da classe trabalhadora e é associado à muita bebida e à violência. O homem de classe média se comporta de forma respeitosa e educada o que não está de acordo com os códigos utilizados nesse ambiente. *Biffa* se comporta de forma completamente agressiva em todos os momentos, e o espanca no final.

Essa representação da vida cotidiana se relaciona à tradição de quadrinhos da qual *Viz* é parte. Os autores adotam um estilo "realista" de representar o cotidiano. As histórias parecem ser uma transposição das experiências vividas por pessoas comuns e, dessa forma, utilizam o argumento de que estariam apenas “refletindo a realidade”. O fato é que a revista traz para os leitores uma forma estereotipada das experiências cotidianas e as exagera para obter o efeito cômico. A utilização da linguagem das ruas contribui decisivamente para aproximar esse universo das experiências dos leitores, mas de forma alguma pode ser tida como uma representação fiel da realidade. Essa aproximação pode ser entendida como uma ferramenta muito importante para criar a articulação entre as histórias e o cotidiano de seus leitores.

Essas primeiras histórias apresentam a mãe de *Biffa* como personagem central para se entender a representação da revista sobre a família da classe trabalhadora. Ela não parece ser uma mulher e sim um homem disfarçado. Seu corpo é tão forte quanto o de seu marido. A única diferença é que ela usa vestido e tem um pouco de seios. Seu papel na família também é extremamente conservador como uma dona-de-casa que vive para cuidar do lar, do marido e dos filhos. A figura masculina é a dominante nesse tipo de relação.

Esta situação é evidente na história seguinte chamada “o Natal com a família Bacon”. *Biffa* e seu pai entram em um pub enquanto a sua mãe está em casa preparando o peru de Natal. Ela expressa toda a sua raiva ao golpear o peru violentamente. Ao final da história ela vai para o bar e joga o peru sobre a mesa gritando que a comida está pronta (*Viz*

27, p. 07). Essa estória revela que o universo da revista é completamente masculino como nos quadrinhos tradicionais. Até mesmo a única mulher que aparece nessas histórias tem características masculinas. Apesar de seu papel ser de uma dona-de-casa, ela adota o comportamento masculino agressivo para mostrar sua insatisfação com a situação.

Vale notar que há uma mudança significativa no conteúdo das histórias de *Biffa Bacon* depois desse período inicial em que elas priorizavam as situações de rua. Depois desse período, as histórias se voltam para dentro da família, onde *Biffa Bacon* passa a ser a principal vítima da violência. Essa mudança está de acordo com a transformação mais geral no conteúdo da revista que passa a priorizar temas mais adultos. Nas primeiras histórias *Biffa* se considerava a pessoa mais forte do mundo e sua superioridade se expressava pela agressividade contra os garotos na rua. Essa situação se inverte completamente na família onde seus pais o espancam por qualquer motivo. Não há qualquer relação de afetividade na família de *Biffa Bacon* que se contrapõe ao ideal da família como um espaço de afeto e compreensão. No entanto, como discutiremos ao longo dessa análise, essa representação da família não é a mesma para a família de classe-média *The Modern Parents* que enfatiza a preocupação dos pais com a educação e o bem-estar dos filhos.

Essa mudança no espaço físico onde as histórias acontecem é seguida por uma troca no papel de *Biffa Bacon* na narrativa. Nas ruas, *Biffa* era sempre o personagem mais forte que não respeitava nenhum limite para espancar as pessoas. No espaço familiar seus pais incorporam esse comportamento que se volta completamente contra ele próprio. Há uma representação construída da família como uma unidade de personalidades agressivas e autoritárias.

A história seguinte mostra estes elementos claramente: no início seu pai vê que suas botas têm um pouco de pó e diz que *Biffa* não as limpou corretamente e o bate várias vezes;

depois sua mãe aparece no quarto e também o espanca sem qualquer razão. Depois dessas cenas os seus pais fazem um buraco na parede de sala de estar e espancam o vizinho que estava se queixando do barulho (Viz 34, p. 24). Observamos que a estória enfatiza que o comportamento de seus pais não é racional, como seria esperado dos adultos, eles agem da mesma maneira que *Biffa Bacon* e outros personagens violentos da revista. Seus pais inclusive ficam incitando *Biffa Bacon* a brigar da mesma maneira que os garotos fazem com seus colegas na rua, como na seguinte estória:

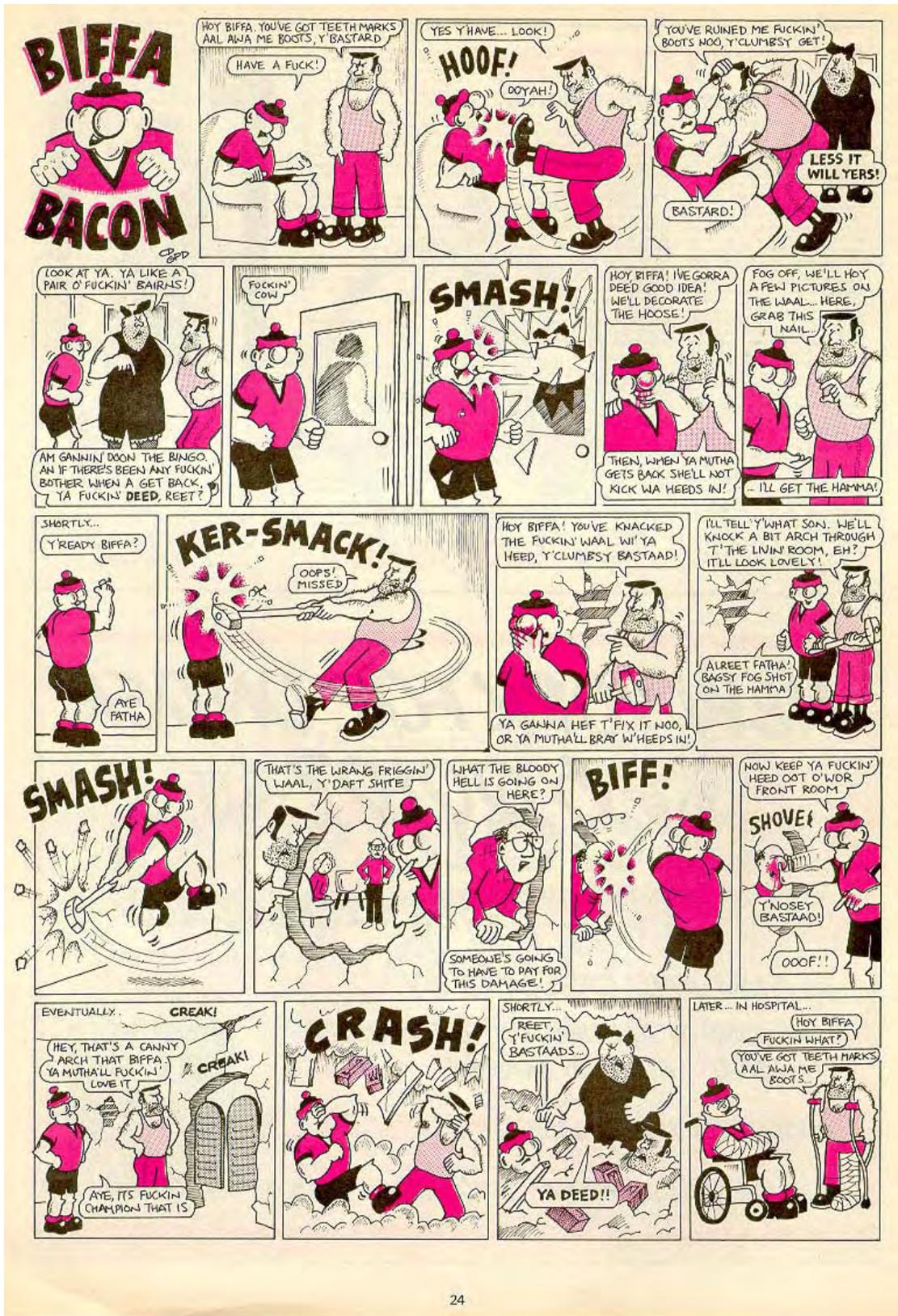


Figure 56