

**MARCELO
FIGUEIRA BRIGIDO**

**QUADRINHOS E A
VISUALIDADE MULTISSENSORIAL**

**MARCELO
FIGUEIRA BRIGIDO**

QUADRINHOS E A VISUALIDADE MULTISSENSORIAL

Dissertação apresentada ao IADE – Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual realizada sob a orientação científica do Doutor Eduardo Côrte-Real, Professor *Associado da Escola Superior de Design do IADE*.

Ao meu segundo pai Marc Gerber (1949-2018), c4nsul su4ço, amante de Arraial do Cabo, Brasil e de bandas desenhadas, cuja coleç4o contribuiu enormemente para este documento.

agradecimentos

Aos meus pais por todo o apoio, a minha esposa e filha por proporcionar o espaço necessário para que fosse possível concluir este trabalho.

palavras-chave

Banda Desenhada; *Comics*; Ilustração; Quadrinhos; Arte Sequencial; Cultura Visual; Multimédia.

resumo

Este documento apresenta um histórico da evolução da cultura visual na sociedade e os eventos causadores dessas mudanças, como a produção de discursos ideológicos para atender a interesses de instituições como corporações e governos, além do avanço tecnológico que alterou o modo de vida do ser humano e a forma de exibir e consumir o entretenimento.

O estudo leva estes fatos ao campo dos Quadrinhos, um meio de expressão aparentemente estável e pouco afetado por mudanças tecnológicas abruptas, mas que sempre retratou a realidade social acerca da sua audiência e que, conseqüentemente, se alteraria radicalmente em resposta as transformações sociais ao longo do último século.

Ao identificar os principais eventos causadores de mudanças culturais ao redor do globo, o estudo apresenta a Visualidade Multissensorial, suas causas, efeitos e os novos meios de exibição de narrativas exigidas por uma nova audiência que exige muito mais do que uma narrativa que se desenrola à sua frente. O documento joga luz em diversos campos, como a publicidade, o cinema e jogos electrónicos, mas, principalmente, a arte sequencial e os Quadrinhos.

Finalmente, o leitor é apresentado à opinião de alguns autores de narrativas ilustradas que não se consideram necessariamente autores de Quadrinhos e à obra de artistas multimédia, uma nova disciplina que emerge entre o turbilhão tecnológico e comercial que acomete a sociedade.

Keywords

Graphic Novel; Comics; Illustration; Sequential Art; Visual Culture, Multimedia.

abstract

This document presents a history of the evolution of visual culture in society and the events that caused these changes, such as the production of ideological speeches to serve the interests of institutions such as corporations and governments, in addition to the technological advance that changed the way of life of the human being and how to display and consume entertainment.

The study takes these facts to the field of Comics, a medium of expression apparently stable and little affected by abrupt technological changes, but which always portrayed the social reality about its audience and which, consequently, would change radically in response to social transformations throughout of the last century.

By identifying the main events causing cultural changes around the globe, the study presents the Multisensory Visuality, its causes, effects and the new means of displaying narratives required by a new audience that requires much more than a narrative that unfolds at the same time. your front. The document sheds light on several fields, such as advertising, cinema and video games, but mainly sequential art and Comics.

Finally, the reader is introduced to the opinion of some authors of illustrated narratives who do not necessarily consider themselves authors of Comics and the work of multimedia artists, a new discipline that emerges between the technological and commercial turmoil that affects society.

Sumário

1. INTRODUÇÃO

1.1. Objetivos

PARTE I

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1. Escopo

2.2. Cultura Visual e Arte Sequencial

2.2.1. Cultura Visual

2.2.1.1. Cinema

2.2.1.2. Tecnologia do Entretenimento

2.2.1.3. Propaganda e Tecnologia

2.2.1.4. Jogos Eletrônicos

2.3. Arte Sequencial e os Quadrinhos

2.3.1. Arte Sequencial

2.3.2. Histórias em Quadrinhos

2.3.2.1. Painel e Balão de Diálogo

2.3.2.2. Público

2.3.2.3. Quadrinhos em Movimento

2.3.2.4. Quadrinhos no Cinema

2.3.2.5. Quadrinhos na Televisão

2.4. Banda Desenhada Global

2.4.1. Estilos

2.4.2. Modo de Leitura

2.4.3. Lettering

2.4.4. Ritmo

2.5. Referências no Capítulo 2

3. ANÁLISES VISUAIS DOS QUADRINHOS

3.1. Matriz de Análise Visual

- 3.1.1. Análise de Composição
- 3.1.2. Análise Semiológica
- 3.1.3. Análise Psicanalítica
 - 3.1.3.1. Falocentrismo
 - 3.1.3.2. Voyeurismo
 - 3.1.3.3. Fase do Espelho de Lacan
 - 3.1.3.4. A Queda da *Mascarade*
- 3.2. Referências no Capítulo 3

PARTE II

4. VISUALIDADE MULTISSENSORIAL

- 4.1. A Cultura dos Sentidos
- 4.2. Neuromarketing
- 4.3. Entretenimento Multissensorial
 - 4.3.1. Cinema
 - 4.3.2. Jogos Eletrônicos
- 4.5. Banda Desenhada e a Visualidade Multissensorial
- 4.6. Referências no Capítulo 4

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

- 5.1. A Visualidade Multissensorial
- 5.2. Inconsciente
- 5.3. Entrevistas com Autores
- 5.4. Curiosidade
- 5.5. Referências no Capítulo 5

6. CONCLUSÕES

7. LISTA DE IMAGENS

8. BIBLIOGRAFIA

1. INTRODUÇÃO

Essa dissertação visou investigar as influências nas narrativas em Quadrinhos de uma nova forma de visualidade emergente na sociedade, a qual foi denominada visualidade multissensorial. A visualidade multissensorial refere-se a fenômenos de atividade humana que envolvem mais de que um sentido, sempre envolvendo a visão em que esta domina e em que as outras funções estão ao serviço da ampliação e reforço da experiência visual. O estilo de narrativa a ser analisado serão os Quadrinhos, com ênfase nos quadros em si e não na banda horizontal que caracteriza a Banda Desenhada europeia, nem na parte "cômica" que dá origem ao termo *Comics*. Ann Miller & Bart Beaty (2014), em *The French Comics Theory Reader* explicam a diferença entre o termo francês *bande dessinée* e os *Comics* americanos de forma que “o termo francês compreende, em um sentido muito literal, uma descrição formal ('tira ilustrada') quando o termo americano implica num fenômeno cultural, o que sugere que a equivalência de ambos não é evidente por si só” (p.16). Assim, Quadrinhos é um termo que pode ser mais amplamente usados para categorizar os estilos adaptados à novas mídias, como a tela de um *tablet* e até narrativas não ilustradas manualmente.

O documento foi dividido em 2 partes: a primeira analisou a origem e a evolução deste estilo artístico ao longo das décadas, e a segunda explicou, com base nas informações adquiridas na investigação da Parte 1, o fenômeno que abriu portas a um novo gênero de Quadrinhos. O documento se inicia com o capítulo de contextualização, onde são apresentados elementos e fatos históricos relevantes tanto do que se entende como cultura visual, assim como Quadrinhos. Em seguida, foram feitas análises visuais de uma diversidade de Quadrinhos para identificar características e tendências análogas à cultura visual da época de criação do quadrinho em questão, de forma a apontar inovações no estilo de narrativa graças a eventos que mudaram a cultura visual. O capítulo 4, já na Parte 2 do documento, abordou os indícios do surgimento da visualidade multissensorial com novas mídias e formas de entretenimento, além de novos estilos e modalidades artísticas. Finalmente, o estudo se encerra com a definição da visualidade multissensorial e como esta influenciou um estilo de narrativa tão tradicional como os Quadrinhos.

1.1 Objetivos

Os objetivos deste estudo consistiram em primeiro elaborar uma análise de cunho sociológico para identificar eventos relevantes da história que criaram marcos culturais em paralelo com a temática apresentada pelos Quadrinhos, assim como inventos tecnológicos que proporcionaram novos meios de produção de peças visuais por parte de autores e novas formas de experimentação da visualização por parte da audiência com o uso dos demais sentidos fisiológicos além da visão, que caracteriza a visualidade multissensorial. Em seguida, o estudo investigou a evolução da visualidade multissensorial e os efeitos causados na sociedade principalmente no que tange à capacidade da audiência em absorver e se interessar por produções visuais, a partir do momento em que a tecnologia atinge um ápice visual em sua capacidade de reproduzir além do que os olhos humanos não são capazes de enxergar.

Finalmente, o estudo analisou as influências dessas consequências nos autores principalmente de Quadrinhos, e como estes estão a adaptar-se a essa visualidade multissensorial que está a surgir.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1 Escopo

Will Eisner, em *Comics and Sequential Art* (1985) afirma que “na arte sequencial o artista deve, desde o início, assegurar o controle da atenção do leitor e ditar a sequência em que o leitor seguirá a narrativa” (EISNER, 1985, p.40). Eisner revela segredos para conduzir o leitor por inovadoras narrativas ilustradas, poucas vezes encapsuladas por quadros lidos da esquerda para a direita, para atingir esse objetivo e garantir que a história sofresse o menor ruído possível no processo de comunicação entre o que é proposto pelo autor e o leitor. O objetivo, neste caso, é de que a história seja lida de acordo com as intenções do autor.

Apesar das inovações apresentadas por Eisner, o acelerado avanço tecnológico incorporou cada vez mais sentidos fisiológicos à experiência de audiências em geral, como uma exibição de arte que envolve a visão, o livro ou revistas que envolvem a visão e o tato, depois a chegada do cinema que envolve a visão e a audição, até chegarmos aos dias de hoje onde a realidade virtual pretende nos capturar inteiramente da realidade atual ao oferecer o sentido de propriocepção, que simula o uso dos sentidos fisiológicos quando de fato não estão sendo usados. Esses avanços proporcionaram ao autor novos meios de composição e exibição de sua obra, o que por sua vez, deu a liberdade ao leitor de interagir com a história à sua maneira.

No campo dos Quadrinhos, autores procuram refletir os anseios dos leitores e da sociedade como um todo. Esses autores criaram uma nova forma de Quadrinhos, sem categoria, regras ou fórmula definida. Autor e leitor estão no comando para fazer da história aquilo que lhe convém, numa fusão entre as intenções da narrativa e da experiência de vida de ambos. Os novos Quadrinhos parecem buscar tocar o leitor intimamente e levar o conceito de imersão a um novo patamar, de forma a bloquear toda distração externa de uma realidade fragmentada por incontáveis dispositivos em funcionamento ao redor, a pipocar notificações.

Entretanto, seria o surgimento desses novos estilos resultado de uma tendência maior? Eisner (1985) já clamava por uma revisão crítica, intelectual, para a arte sequencial como matéria de estudo, ao afirmar que “a arte sequencial está a merecer séria consideração. A aceleração moderna da tecnologia gráfica e o surgimento de uma era altamente dependente da comunicação visual tornam isso inevitável” (p.5), Nesse meio-tempo, os Quadrinhos se encontram em plena mutação da sua forma original.

2.2. Cultura Visual e Arte Sequencial

Dentro do escopo proposto para este estudo, pode-se ver o ponto como a cultura visual se foi confrontando com as inovações tecnológicas que foram aprofundando a experiência de imersão narrativa em meios e gêneros que virão a ser cooptados pelos gêneros das narrativas sequenciais. Veremos em seguida as características específicas dos Quadrinhos dentro das artes das narrativas sequenciais.

2.2.1. Cultura Visual

A Cultura Visual, segundo Jane Kromm e Susan Benforado (2009), em *A History of Visual Culture. Western Civilization from the 18th to the 21st Century*, “existe como uma disciplina de estudo desde os anos 80”, um tema de estudo recente se for levado em consideração o fato de que as primeiras imagens que se tem conhecimento, seja para comunicar ou registrar a realidade, foram criadas a pelo menos há 40 mil anos. No entanto, controvérsias sobre a motivação de estudar a cultura visual como fenômeno cultural social acarretou nesta demora para abordar o tema:

Um dos principais temas de debate é se a cultura visual é um aspecto único de nossa era contemporânea e está intimamente relacionada à proliferação de tecnologias visuais, ou se também pode ser dito que tem uma dimensão histórica significativa em relação às preferências e desenvolvimentos visuais (KROMM & BENFORADO, 2009, p.5).

Nicholas Mirzoeff, em *The Visual Culture Reader* (1998), indica que “a cultura visual concerne aos eventos visuais nos quais a informação, significado ou prazer é buscado pelo consumidor em uma interface com a tecnologia visual” (p.4). Ao considerar a definição de Stuart Hall (1997a) citado em Gillian Rose (2001), em *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual*, em que “a cultura depende de seus participantes interpretarem significativamente o que está ao seu redor e entenderem o mundo de maneira amplamente semelhantes”, a declaração de Mirzoeff parece limitar a abrangência do campo de estudo da Cultura Visual ao avanço tecnológico em prol do mercado de consumo. Efetivamente, a abordagem de Mirzoeff visa principalmente a época moderna e pós-moderna, quando ele destaca que:

A cultura visual não depende de figuras, mas da tendência moderna de representar ou visualizar a existência...o mundo como um texto foi desafiado pelo mundo como uma imagem. Tais imagens do mundo não podem ser puramente visuais, mas, da mesma forma, o visual interrompe e desafia qualquer tentativa de definir a cultura em termos puramente linguísticos (MIRZOEFF, 1998, p.5-6).

Essa declaração ignora o fato de que o mundo como uma imagem se transformou no mundo como um texto a partir do advento da escrita, antes de voltar a tornar-se o “mundo como uma imagem”. Eisner evidencia que “palavras são feitas de letras. Letras são símbolos criados a partir de imagens que se originam de formas similares, objetos, posturas e outros fenômenos reconhecíveis” (EISNER, 1985, p.14). Apesar de citar referências da antiguidade para exemplificar as origens de determinados modos de arte, esse estudo focou a cultura visual referida por Mirzoeff, do final da época moderna até aos dias de hoje, concomitante ao surgimento banda desenhada, além de considerar que “a Cultura Visual é uma matéria necessariamente histórica, com base no reconhecimento de que a imagem visual não é estável, mas muda sua relação com a realidade exterior” (MIRZOEFF, 1998, p.7).

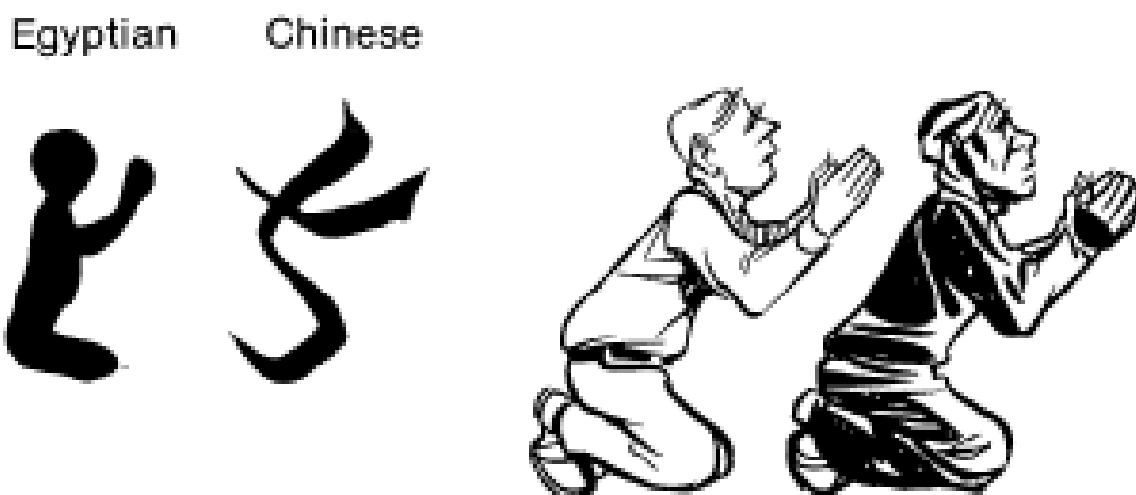


Figura 1. Símbolo de adoração (Eisner, 1985, p. 15)

Ao considerar as evidências apresentadas por Eisner, de que as letras surgiram de imagens, é sensato considerar o valor histórico da produção de elementos visuais e a necessidade de investigar “fenômenos visualmente sensíveis dos períodos modernos e contemporâneos aos desenvolvimentos no final do século XVIII e no século XIX, uma estratégia que contrapõe o ainda amplamente difundido conceito errôneo de que a mídia visual adquiriu uma posição de preeminência cultural apenas tão recentemente quanto a era pós-moderna” (KROMM & BENFORANDO, 2009, p.9).

2.2.1.1. Cinema

A partir da importância do surgimento de novas tecnologias para a produção de obras visuais, exposta acima, pode-se considerar que a chegada de uma nova tecnologia acarreta um evento de mudança na cultura visual. Kromm e Benforado (2009) citam o estudo de Walter Benjamin, onde ele considera decisiva a influência visual da “forma possibilitada pela tecnologia moderna e técnicas de reprodução mecânica” e “os novos modos pictóricos e visuais criados pelo desenvolvimento sequencial da litografia, fotografia e filme” (p.6). A seguir o estudo analisou a influência do surgimento do filme, resultante da evolução de máquinas fotográficas, à cultura visual em meados do século XX.

Segundo o artigo de Amy Tikkanen (2017) na *Encyclopaedia Britannica*, em 1888, Thomas Edison e seu assistente de laboratório William Dickson, criaram o *Kinetograph*, o primeiro equipamento capaz de capturar fotografias em movimento, a uma capacidade de 40 quadros por segundo. Em seguida, ambos logo trabalharam no *Kinetoscope*, um dispositivo de visualização *peep-show* que exibia cliques em *loop*, pesava 453 quilos e seria o primeiro meio de projeção de imagens em movimento pagas por uma audiência individual. Inspirados pela criação de Edison e Dickson, Auguste e Louis Lumière criaram sua

própria máquina, o *cinématographe*, o primeiro projetor comercialmente viável, além de portátil ao ser alimentado por bateria e pesar menos de 9 quilos. A versatilidade do *cinématographe* viria a transformar produção de filmes assim como a temática exibida por cada invento. Entretanto, os irmãos Lumière não só criaram sua versão para captar e projetar imagens em movimento, eles foram os primeiros a apresentar uma projeção paga a uma audiência com mais de uma pessoa. “Onze exposições ocorreram com um programa de filmes mais extenso durante o ano de 1895, antes da estreia comercial em 28 de dezembro” (Institut Lumière, 2013). Logo estas exposições passariam às centenas e iniciariam o cinema ao que é hoje o principal meio de comunicação de massa, o que o Institut Lumière chamou de *L'invention de la modernité*, ou “a invenção da modernidade”, principalmente a partir das primeiras transmissões televisionadas, em 1928.



Figura 2. Vue n°91 Sortie d'Usine I (Lumière, 1895)

Rose (2001) afirma que “o cinema é uma media visual especialmente poderosa, porque o filme pode criar um mundo completo para sua audiência. Os filmes manipulam o visual, o espaço e o temporal (ROSE, 2001, p.101). Michèle Lagny reforça essa afirmação ao julgar que “o cinema é, graças ao poder da imagem-som, capaz de construir a narrativa entendida que a história requer” (LAGNY, 1994, p.3). Lagny (1994) ainda especifica os níveis da história concernentes ao cinema como o socioeconômico, político e cultural. As produções audiovisuais são, desta forma, capazes de retratar, contar e criar a história sob ao ótica do autor, ao preencher lacunas e controlar o tom da narrativa para satisfazer o humor da audiência ou construir discursos com o que Lagny chama de “mecanismos escondidos...com a

função de embaçar a nossa visão”, quando “filmes combinam, em proporções variadas, fatos, se não verdadeiros ao menos atestados, e elementos fictícios” (LAGNY, 1994, p.7).

O historiador emprega frequentemente na sua narrativa o presente e até o futuro, o que, para o linguista, pertence à ordem do discurso e não da história...o que constrói uma narrativa dentro do sistema de discursos e dá à narrativa poderes de asserção análogos aos do discurso” (LAGNY, 1994, p.6).

Em virtude dos poderes do audiovisual para exhibir uma narrativa, o cinema segue como principal meio de adaptação de narrativas oriundas de outras mídias, sejam fictícias, factuais, ou parcialmente factuais, como eventos esportivos, romances, bandas desenhadas, radionovelas ou livros de história. Eisner (1985) ainda afirma que “a arte sequencial apenas recentemente emergiu como uma disciplina, ao lado do cinema, do qual é de fato precursor” (p.5). Mesmo uma obra de ficção adaptada de uma banda desenhada para o cinema é capaz de inserir-se no discurso socioeconómico e cultural, segundo a avaliação de Steven Heller, em *Writing and Research for Graphic Designers: A Designer's Manual to Strategic Communication and Presentation* (2013), de que “a maioria das ficções são construídas sobre factos” (p.49).

2.2.1.2. Tecnologia de Entretenimento

Ainda que o cinema tenha originado a exibição em massa de produções audiovisuais, é importante reconhecer os meios que deram origem à tecnologia de entretenimento e aos que vieram a surgir depois, e que seguem a surgir de maneira cada vez mais acelerada. Sob a ótica de Marshall McLuhan, em *Compreender os Meios de Comunicação: Extensões do Homem* (1964), o meio tecnológico é definido como a mensagem em si, de forma que este “alterou nossas relações entre si e nós mesmos”. O filósofo considera que o conteúdo de um meio é sempre outro meio:

A luz elétrica é pura informação. É um meio sem uma mensagem, por assim dizer, a menos que seja usado para soletrar algum anúncio verbal ou letreiro...O conteúdo da escrita é a fala...Se for perguntado “Qual é o conteúdo da fala?”, é necessário dizer: “É o processo real de pensamento, que por si só não é verbal”...Quando a luz é usada para uma cirurgia ou uma partida noturna de baseball, é indiferente...essas atividades são de alguma forma o ‘conteúdo’ da luz elétrica, uma vez que não poderiam existir sem a luz elétrica. (MCLUHAN, 1964, p.10-11)

Dentro deste aspecto, pode-se inferir que o cinema e a televisão também fazem parte do leque de conteúdos proporcionados pela luz elétrica, já que as imagens projetadas ou exibidas em seus respectivos dispositivos são essencialmente compostas de luz elétrica. A teoria de McLuhan, todavia, esclarece a contribuição da tecnologia para possibilitar a transmissão de conteúdos aos seus devidos fins.

Pelo lado histórico do surgimento de tecnologias de entretenimento, Sheau Ng, consultor do Instituto de Tecnologia de Massachusetts e membro da IEEE, no artigo *Uma Breve História das Tecnologias de Entretenimento* (2012), considera que “a história mostra que tecnologias desenvolvidas para determinados dispositivos são frequentemente ‘usurpadas’ por outros dispositivos não intencionais. Ocasionalmente, o uso não intencional de tecnologias pode gerar uma indústria maior do que se pensava possível” (p.1). Ng considera o fonógrafo de Thomas Edison, inventado em 1877, a primeira invenção tecnológica para o entretenimento, apesar de não ter sido criado propriamente para o entretenimento. O fonógrafo era capaz não só de gravar e reproduzir sons, mas encapsular essas gravações no que viriam a ser as primeiras mídias. Essa possibilidade de armazenamento do som daria origem a mídias populares como o disco de vinil e, posteriormente, fitas cassete, em meados do século XX, e seriam as primeiras a ser comercializadas em massa pela indústria musical. “A mídia embalada deu aos consumidores o controle total para reproduzir um conteúdo: pausar, rebobinar e avançar” (NG, 2012, p.3). A partir de então, a produção de mídias para o público evoluiu rapidamente para o audiovisual, a preencher as prateleiras de estabelecimentos comerciais, assim como as estantes domésticas de colecionadores. Ng (2012) ainda reforçaria as considerações de McLuhan em relação a alteração das relações humanas ao evidenciar que “plataformas e tecnologias sucessivas surgem aparentemente com a velocidade de um raio” e os “consumidores nos mostram, em alguns casos, que estão a escolher experimentar o entretenimento de forma móvel, mesmo que em telas menores” (p.3-5).

Nota-se que Ng baseia seu artigo em tecnologias electrónicas, por outro lado, McLuhan (1964) consideraria qualquer máquina ou ferramenta como “extensões tecnológicas dos nossos corpos” (p.7). Assim, o entretenimento já fora encapsulado sob forma de narrativas fictícias ou parcialmente fictícias por uma mídia consideravelmente mais antiga: o livro. Este passou a ser produzido em massa graças à impressora não eléctrica, mas não menos tecnológica, de Gutenberg, em meados do século XV.

Ao contrário de mídias como o disco de vinil, a fita cassete, assim como as mídias digitais como o CD, DVD e Blu-ray, que surgiram e na mesma velocidade que preencheram prateleiras desapareceram destas, até sumirem de uma vez na “nuvem” da internet, o livro segue nas prateleiras. Um dos motivos para tal é o fato que os novos aparelhos tecnológicos de som e imagem-som não são compatíveis com as mídias antigas, ou retro-compatíveis, ao contrário do que acontece, em algumas situações, no mercado de jogos eletrônicos. A retro-compatibilidade proporciona a possibilidade de manter viva mídias de gerações anteriores, como em equipamentos de transição como vitrolas que liam também fitas cassete e aparelhos de som que liam fitas cassete e CD. O dispositivo para a leitura de um livro, por sua vez, trata-se do próprio ser humano.

Apesar do crescente mercado de livros digitais, a retro-compatibilidade com livros impressos está fora de questão, desde que as previsões de McLuhan não se tornem verdade, quando ele calcula que “rapidamente, aproximamos a fase final das extensões do homem: a simulação tecnológica da consciência, quando processos criativos do saber serão coletivamente e corporativamente estendidos para toda a sociedade humana” (MCLUHAN, 1964, p.5). Maurice Audin, em *Histoire de L’Imprimerie* (1972), questiona o caminho trilhado pela evolução da tecnologia da seguinte forma:

O homem se acelerou a tal ponto em quase meio século que o choque em troca será significativo e talvez imprevisível. Que lugar terá a arte gráfica nessa renovação?...Esperemos que seja digna das lições do passado (p.70).

No século XV, a imprensa de Gutenberg aliada à tipografia de Peter Schöffer e ilustrações do artista anônimo conhecido como o Mestre das Cartas disseminaram um estilo visual já praticado naquela época, porém restrito a uma pequena parcela privilegiada da população pelo fato de que um único manuscrito poderia demorar até anos para ser concluído. Ellen Lupton, em *Pensar com Tipos* (1963), sugere que:

Os tipos móveis, inventados por Johannes Gutenberg na Alemanha no início do século XV, revolucionaram a escrita no ocidente. Ao contrário dos escribas, que fabricavam livros e documentos à mão, a impressão com tipos permitia a produção em massa...A famosa Bíblia de Gutenberg baseou-se no manuscrito (p.9).

Apesar da capacidade de reprodução para as massas, a tecnologia tende a não abrir mão dos elementos visuais culturais de sua época, de forma a tornar mais fácil a aceitação de uma nova mídia introduzida à audiência. Isso é claramente visível ao comparar a Bíblia gigante de Mainz, um manuscrito elaborado entre 1452 e 1453, com a Bíblia de Gutenberg, de 1455, ilustradas das figuras 3 e 4, abaixo. Gutenberg e sua equipe não tentaram em momento algum criar um estilo visual próprio, mas apenas reproduzir o que era praticado, só que em grandes quantidades.

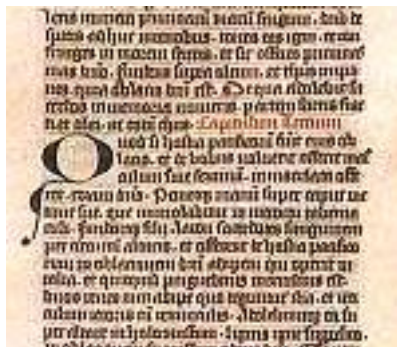


Figura 3. Bíblia gigante de Mainz (1453)

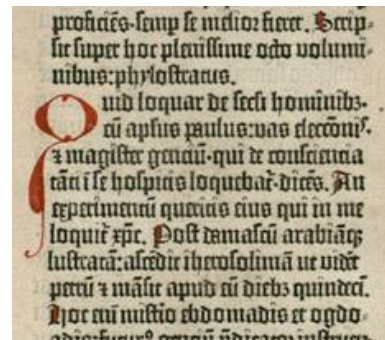


Figura 4. Bíblia de Gutenberg (Gutenberg, 1455)

Pode-se concluir, então, que máquinas capazes de disseminar uma mensagem inalterada a uma grande porção da sociedade podiam não só controlar a mensagem, mas determinar o padrão visual dessa mensagem. Esse padrão visual é historicamente definido pelo que a tecnologia da época era capaz de reproduzir somada à herança visual da tecnologia anterior, como as fontes e ilustrações impressas por Gutenberg, ou os filmes sem cores ou falas do início do século XX. A partir do momento que a tecnologia de entretenimento avança, uma gama de estilos de exibição de uma obra impressa ou audiovisual se abre e possibilita a escolha, por parte do autor, de como apresentar a sua obra e assim gerar expectativa na audiência para experimentar essa inovação. Pode-se considerar igualmente que a retrocompatibilidade de mídias antigas em novos acessórios aumenta a presença e vida útil daquela mídia

no mercado, e que mídias impressas, como livros, revistas e bandas desenhadas, seguem asseguradas pelo fato de que o seu aparelho de leitura é o ser humano.

2.2.1.3. Propaganda e Tecnologia

A exemplo da tecnologia de entretenimento, a propaganda também é limitada pelas ferramentas da época para a criação de obras visuais, o que não apenas a caracteriza temporalmente, como a qualifica como parte fundamental da construção de uma cultura visual, afinal, não existe uma sociedade sem o seu comércio. Uma das primeiras peças de propaganda que se tem registro, trata-se de uma placa em bronze para anunciar uma loja de agulhas, na dinastia Song, entre 960 e 1279, quando o bronze era comumente utilizado, assim como o entalhe para reproduzir imagens. Frank Presbrey, em *The History and Development of Advertising* (1929), considera que “a publicidade como conhecemos é nova em seus aspectos, mas suas ideias e objetos são tão antigos quanto a humanidade” (PRESBREY, 1929, p.1). É impossível não relacionar tal declaração com as ponderações de Mirzoeff (1998), sobre o fato de que a Cultura Visual é um disciplina histórica e mutável de acordo com as alterações exteriores. A disciplina da publicidade, no entanto, tende a desvalorizar essa origem história, como esclarece Stefan Schwarzkopf, em *The Subsiding Sizzle of Advertising History* (2015):

Os historiadores passaram a privilegiar o termo "modernidade", e a consciência dominante através da qual essa nova era se expressava como "consumismo" e "a cultura do consumo". Ironicamente, esse viés modernista significava que os historiadores da publicidade frequentemente ignoravam a natureza profundamente histórica de seu ramo...Na ânsia de identificar o vínculo entre publicidade, modernidade e a nova cultura de consumo, os historiadores da publicidade não perceberam que suas narrativas apenas promoveram a identidade profissional autocriada da indústria publicitária inicial (p.4).

Schwarzkopf concorda com as afirmações de Presbrey, quando ambos consideram que a história da publicidade se iniciou com “marcas registradas da Babilônia, mensagens de venda nas paredes do Império Romano, e ainda os anúncios ‘gritados’ e fabricantes de placas das cidades medievais europeias...a ‘era da publicidade’ seria o culminar de um processo de 3000 anos de mudança gradual e avanço progressivo” (SCHWARZKOPF, 2015, p.5). Esse “avanço progressivo” estaria diretamente ligado aos avanços tecnológicos e seus efeitos culturais dentro de uma sociedade.

Ao tratar de tecnologia na publicidade, é importante destacar o uso não só de uma simbologia de fácil compreensão e rápida leitura, mas de veículos comuns à sociedade, de um letreiro em bronze à televisão, afim de proporcionar uma comunicação fluida e bem recebida por um grande número de pessoas. Desta forma, a publicidade pode servir como baliza à evolução da cultura visual, como mostra a breve análise de conteúdo de campanhas publicitárias abaixo de uma das empresas mais influentes da cultura ocidental:



Figura 5. Máquina com motorista de taxi (Coca-Cola, 1951)



Figura 6. O refrigerante preferido (Coca-Cola, 1954)



Figura 7. Guarda-sol vermelho e branco e mesa de família (Coca-Cola, 1955)



Figura 8. Todos apreciam (Coca-Cola, 1955)



Figura 9. Copo em vidro T (Coca-Cola, 1959)



Figura 10. As coisas vão melhor com Coke (Coca-Cola, 1965)



Figura 11. Pai Natal Coke e Terrier (Coca-Cola, 1961)

Por outro lado, é importante destacar que o uso da fotografia na publicidade começou bem antes de ser aceito como novo padrão visual de comunicação, como mostra o anúncio da Kodak, de 1920, na Figura 14. No entanto, a fotografia neste caso é o próprio produto anunciado à audiência. O consumidor-alvo do anúncio não deseja as roupas ou acessórios da modelo, e sim a possibilidade de ter um equipamento capaz de reproduzir tal imagem com pessoas conhecidas e não modelos. Já no anúncio da marca sueca Hasselblad, décadas depois, a fotografia é usada para mostrar o equipamento fotográfico, mas a ilustração, que ainda era o padrão visual em 1951 como mostraram os anúncios da Coca-Cola, foi usada para explicar, de forma amigável como funciona essa nova tecnologia, mesmo que o equipamento anunciado fosse perfeitamente capaz de reproduzir a mesma ilustração em forma de foto.

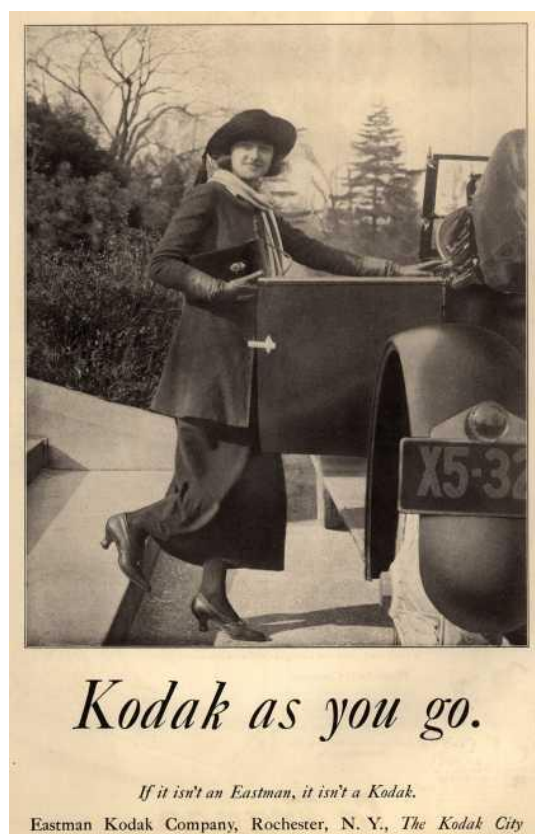


Figura 14. *Kodak as you go* (Kodak, 1920)



Figura 15. *The New Swedish Reflex Camera* (Hasselblad, 1951)

2.2.1.4. Jogos Eletrônicos

Após a análise da sequência de tecnologias destacadas por Walter Benjamin, não se pode deixar de lado a indústria de jogos eletrônicos que emerge como um dos principais meios visuais da era contemporânea. Antes considerado um revolucionário meio de entretenimento doméstico, esta indústria chegou ao patamar onde jogadores são contratados por clubes esportivos, pagos como atletas para disputar torneios dentro de estádios de futebol lotados por uma audiência de dezenas de milhares espectadores reunidos para vê-los jogar através de uma enorme tela. “A trajetória da tecnologia de

entretenimento de jogos eletrônicos finalmente convergiu com a do cinema e ao da televisão” (NG, 2012, p.4). Essa proeminência atingida pela indústria de games é cada vez mais visível ao constatar o número crescente de adaptações de narrativas criadas originalmente para jogos eletrônicos a outras mídias, como filmes, animações, bandas desenhadas e até romances, com o objetivo de aproveitar o mercado de jogadores do título em questão. Ao contrário do que acontecia anteriormente, quando apenas filmes, Quadrinhos e animações eram adaptadas aos jogos eletrônicos, hoje existe um intercâmbio de adaptações, como o filme *Assassin's Creed*, adaptado da série de jogos do estúdio Ubisoft, a série de filmes *Resident Evil*, adaptação dos jogos da Capcom, que também foram adaptados a uma série de romances da autora S. D. Perry, entre outros.

Andrew Williams (2017), em *History of Digital Games: Developments in Art, Design and Interaction*, explica que a primeira aparição de jogos eletrônicos em pesquisas científicas, surgiu em estudos voltados à inteligência artificial. Não era simples, no entanto, justificar o dispêndio do orçamento de pesquisa para o que viria a ser visto, e talvez ainda seja, como um brinquedo para crianças.

O uso do xadrez como teste de inteligência artificial, no entanto, revelou um desconforto inicial por parte dos cientistas em utilizar equipamentos sofisticados para jogar...Um trabalho sério demandaria um jogo sério. Então, acreditaram que o xadrez seria ideal, já que era associado a sofisticação e inteligência, ao invés de entretenimento e diversão, uma percepção cultural que ajudou a legitimar o trabalho (Williams, 2017, p.30).

Tais pesquisas iniciais sugerem que o objetivo principal dos primeiros jogos eletrônicos era realizar uma interação equiparada entre homem e máquina, quando a ação do homem deveria gerar uma reação da máquina e vice versa. Conseqüentemente, o homem, em teoria, não precisaria mais de um acompanhante para jogar. Não havia qualquer preocupação estética com os jogos, além de reproduzir símbolos minimamente compreensíveis. “É argumentável que os jogos eletrônicos podem ser considerados uma das mais antigas formas de entretenimento digital. No entanto, enquanto o cinema e a televisão são, em sua maioria, formas passivas de entretenimento, os jogos eletrônicos comandam um engajamento emocional substancialmente mais profundo, assim como a constante interação do usuário” (NG, 2012, p.4). Desta forma, ao alcançar o nível do cinema e da televisão em termos de audiência, pode-se concluir que o potencial de influência dos jogos eletrônicos numa sociedade pode ser assustadoramente superior ao nível atingido pelo cinema e pela televisão, além de tornar a indústria de *games* um veículo em que o consumidor possa literalmente viver uma narrativa.

Com essa peculiaridade ativa a considerar, a busca pela imersão passou a ser o principal objetivo da indústria, e sua tecnologia avançou rapidamente, quando cada geração de plataforma oferecia o dobro da capacidade gráfica em relação a plataforma anterior. O aspecto visual, porém, não é o único artifício para manter os jogadores imersos. Ivan Sutherland (1965), no artigo *The Ultimate Display*, comenta sobre a possibilidade de aproveitar os demais sentidos humanos na interação com as máquinas:

Se a tarefa da tela é servir de espelho para o país das maravilhas matemático, construído na memória do computador, ela deve servir o maior número de sentidos possível. Até onde eu sei, ninguém propõe seriamente exibições de olfato ou sabor no computador. Existem excelentes exibições de áudio, mas infelizmente temos pouca capacidade de fazer com que o computador produza sons significativos...O computador pode facilmente detectar as

posições de quase todos os músculos do corpo. Até agora, apenas os músculos das mãos e braços foram usados para o controle do computador...Não há razão para que estes sejam os únicos...Nossa destreza ocular também é muito alta. Máquinas para detectar e interpretar dados de movimento ocular podem e serão construídas (p.1-2).

Mirzoeff (1998) apontou, de maneira mais alarmada do que empolgada, sobre a preferência de uma grande audiência de formar uma longa fila para participar de um *tour* virtual da cidade de Nova Iorque no Empire State Building a subir até as plataformas de observação e ter o panorama real da cidade, do alto da icônica construção.

A exibição última seria, é claro, uma sala dentro da qual o computador pode controlar a existência da matéria. Uma cadeira exibida em uma sala dessas seria boa o suficiente para sentar. As algemas exibidas em uma sala aprisionariam, e uma bala exibida nessa sala seria fatal. Com a programação apropriada, essa exibição poderia literalmente ser o País das Maravilhas no qual Alice entrou (SUTHERLAND, 1965, p.2).

A busca pela criação de uma realidade virtual paralela à realidade tornou-se uma obsessão tecnológica nos últimos anos, não só por parte dos cientistas por trás das pesquisas, mas pela grande aceitação da audiência, como evidenciada por Mirzoeff e o *tour* virtual de Nova Iorque. Rose (2001) relata que em 1948, as máquinas fotográficas eram “leves e sensíveis à luz. Isso significava que, diferente de épocas anteriores...uma cena podia ser ‘capturada’ quase imediatamente. Então, parte do efeito da fotografia era a sua espontaneidade...Outro aspecto, no entanto...era a sua aparente veracidade, o que tinha menos a ver com a capacidade tecnológica da máquina e do filme e mais como a forma como a fotografia era entendida” (p.19). Apenas 50 anos depois da época descrita por Rose, Mirzoeff (1998) ao comentar sobre o período atual diz que “ver é muito mais do que acreditar nos dias de hoje...você pode comprar uma fotografia de sua casa tirada de um satélite em órbita ou ter uma imagem magnética de seus órgãos internos. Se um momento especial não saiu bem na sua fotografia, você pode manipulá-lo digitalmente no seu computador” (p.1).

Assim, a forma de entender a fotografia em 1948, elucidada por Rose, sofreu uma drástica mudança e beira uma inversão de valores, quando antes se tinha o desejo de “capturar” um momento real e tê-lo à mão para sempre, atualmente a audiência parece estar em busca de uma fuga para uma realidade virtual escolhida, sem regras e personalizadas para cada consumidor. O novo console de jogos eletrônicos da Sony, o Playstation VR, sela o jogador num capacete e explora a visão, audição, fala e ainda a destreza das mãos. Essa mudança cultural talvez explique o fato de que em 1947, os Estados Unidos tenham iniciado experimentos para enviar animais ao espaço, enquanto hoje existe uma fila de espera para ingressar a missão *Mars One*, que visa colonizar a superfície do planeta Marte, em uma viagem anunciada como sem retorno.



Figura 15. Playstation VR (Sony, 2019)

2.3. Arte Sequencial e os Quadrinhos

No capítulo anterior, o estudo analisou fatos e mudanças culturais resultantes de avanços tecnológicos desde a litografia, da fotografia aos filmes e, finalmente, os jogos eletrônicos. No entanto, segundo a proposta inicial do documento, e em concordância com as considerações de que a cultura visual é um fenômeno histórico, foram analisadas as obras de arte sequencial que deram origem ao antigo meio artístico dos Quadrinhos.

2.3.1. Arte Sequencial

O audiovisual e tecnologias subsequentes foram consagradas em meados do século XX, antes destes, a produção visual para a comunicação se dava principalmente através de textos e ilustrações. Ao longo dos séculos os desenhos tornaram-se tão sofisticados a ponto de imitar uma fotografia e pôr a audiência em dúvida se a imagem era ilustrada ou fotografada, como se pode ver na figura 7. Muitos séculos antes, no entanto, as ilustrações possuíam pouca sofisticação neste sentido, mas seu conteúdo era de máxima importância, principalmente aos dias atuais. Essas ilustrações rudimentares, trazem registros

históricos desde o surgimento da humanidade, o que reforça a importância histórica da disciplina Cultura Visual, assim destacada por Mirzoeff (1998).

Eisner (1985) veio a chamar esse estilo de arte sequencial, “uma disciplina distinta, uma arte e forma literária que lida com o arranjo de figuras ou imagens e palavras para narrar uma história ou dramatizar uma ideia” (p.5). Scott McCloud (1994), em *Understanding Comics: The Invisible Art*, descreve que uma imagem por si só não passa de uma imagem “no entanto, quando parte de uma sequência, mesmo uma sequência de duas imagens, a arte da imagem é transformada em algo a mais” (p.5). McCloud menciona desde as ilustrações sequenciais maias, datadas de 1049 A.C. que contam a história de um herói local, assim como a tapeçaria de Bayeux, uma “tira” de 70 metros de comprimento, com ilustrações e textos bordados a cores. Essas ilustrações, que poderiam ser avaliadas como decorativas, na verdade contam a história da conquista normanda da Inglaterra, em 1066. “A arte narrativa busca ir além da simples decoração, quando tenta imitar a realidade numa sequência significativa de eventos e consequências e, assim, evocar empatia” (EISNER, 1985, p.28).

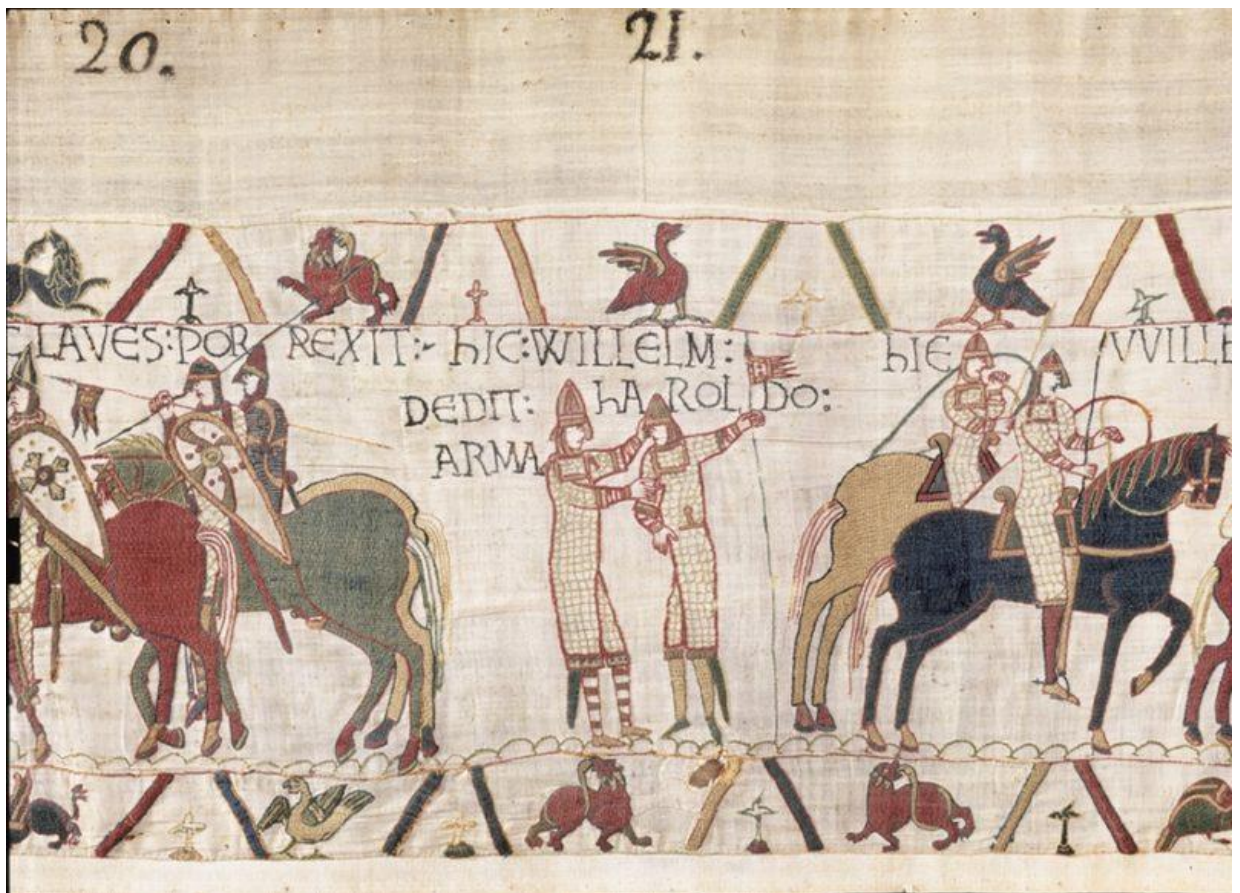


Figura 17. Tapeçaria de Bayeux, seção parcial. (século XI)

“Essa antiga forma de arte, ou método de expressão, encontrou o seu caminho até as largamente lidas tiras de Quadrinhos e bandas desenhadas que estabeleceram uma posição inegável na cultura popular deste século” (EISNER, 1985, p.5).

2.3.2. Histórias em Quadrinhos

A xilografia, técnica na qual se utiliza uma placa de madeira como matriz e imagens entalhadas para reprodução sobre papel, e a litografia, que utiliza a pedra calcária como matriz e as áreas da imagem são trabalhadas com uma substância oleosa para que a tinta adira a elas, enquanto as áreas sem imagem são repelidas, foram as primeiras técnicas mecânicas de reprodução de imagens. Pierre Horay (1980), em *Histoire Mondiale de La Bande Dessinée*, considera que “os Quadrinhos devem o seu nascimento ao aperfeiçoamento da prensa em madeira, à invenção da litografia e à impressora a vapor que...assegurou às obras gráficas uma difusão até então desconhecidas” (p.12). David Pascal escreve no estudo de Horay (1980) e reforça a consideração de Eisner ao garantir que “Quadrinhos são uma importante arte popular do século XX...eles são amados igualmente tanto por intelectuais como por semianalfabetos” (p.9). Jean-Jacques Lévêque, ecoaria ainda mais a relevância dos Quadrinhos na cultura visual ao descrever que:

A arqueologia dos Quadrinhos é mais a história de uma técnica do que de temas...Os Quadrinhos são uma encruzilhada de caminhos de todas as formas de expressão...portanto, é não negligenciável, a importância dos Quadrinhos na arte contemporânea (HORAY, 1980, p.8).

Horay (1980) considera que “as *Bilderbogen* são as verdadeiras ancestrais dos Quadrinhos. Muitas delas apresentam uma história na qual o desenrolar é representado por uma sucessão de imagens” (p. 12). Vale notar que a consideração de Horay diferencia as *Bilderbogen* da arte sequencial antiga pela sucessão de imagens ilustradas, virtualmente separadas por painéis invisíveis, mas distribuídos proporcionalmente, visualmente semelhantes a tiras de Quadrinhos clássicos, com painéis lidos horizontalmente da esquerda para a direita, como no exemplo da figura 18.

Enquanto as heranças de artes sequenciais antigas, desde a tapeçaria de Bayeux às *Bilderbogen*, para os Quadrinhos são visualmente evidentes, Ann Miller & Bart Beaty (2014) comentam no fato de que “teóricos de Quadrinhos não apenas discordam quanto à definição dessa mídia e à data da sua origem, eles discordam se vale a pena buscar essas respostas” (p.16). Para este estudo, porém, investigar eventualidades que mudam a cultura e definem novos padrões visuais e habituais a uma sociedade foi fundamental no sentido de identificar aqueles considerados como eventos de mudança na cultura visual.

Schmied und Teufel.



Ein kleiner Teufel, bos und frech,
Kommt aus der Hölle schwarz wie Pech.



Der Schmied tut sich entsetzen;
Der Teufel will ihn kratzen.



Durch eine hohle Tonnen
Ist ihm der Schmied entronnen.



Der Schmied sitzt bei der Schraube,
Der Teufel zupft die Haube.



Der Teufel nahet der Klammer sich;
Ja, siehst Du wohl? Da hat er Dich!



Er fällt ihm mit der Zange,
Dem Teufel wird es bange.



Er legt ihn über den Ambos quer,
Au, au! Da schreit der Teufel sehr.



Der Schwanz wird abgeknihten,
Der Teufel hat geprüfien.



Er heult und fährt zur Hölle nieder;
Das sag' ich meiner Großmutter wieder!

Münchener Bilderbogen.

Nro. 455.

Vertrieben und verkauft von **Braun & Zschneider** in Wuppertal.

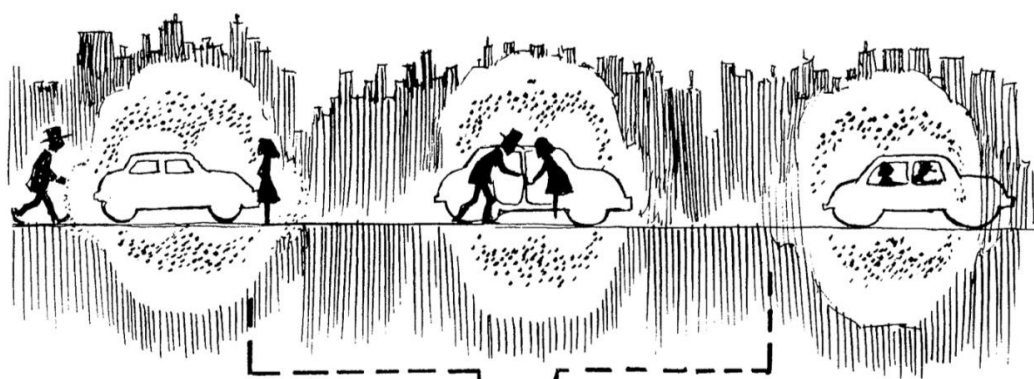
Erst von **W. W. Zschneider** in Wuppertal.

Figura 18. *Münchener Bilderbogen* (Horay, 1980)

2.3.2.1. Painel e Balão de Diálogo

Entretanto, quais são os atributos para que uma forma de expressão seja classificada como um quadrinho? Um dos elementos principais dos Quadrinhos é o quadro em si, ou o painel. Eisner (1985) descreve que:

A função fundamental da arte em Quadrinhos de comunicar ideias e/ou histórias através de palavras e figuras envolve o movimento de certas imagens (como pessoas e coisas) através do espaço. Para lidar com a captura ou o encapsulamento desses eventos, eles devem ser separados em segmentos sequenciais. Esses segmentos são chamados de painéis ou quadros. Estes não correspondem exatamente aos quadros cinematográficos. Eles são parte de um processo criativo, ao invés do resultado da tecnologia...O painel, assim, tenta lidar com os elementos mais amplos do diálogo: cognitivo e perceptivo assim como a alfabetização visual (p.38).



The scene viewed through reader's eyes . . . seen from inside reader's head.



Final Panel selected from sequence of action.

Figura 19. Encapsulamento de eventos (Eisner, 1985, p.39)

O segundo elemento que caracteriza esse tradicional estilo artístico de expressão é o balão de diálogo. Quanto à origem desse elemento, Gérard Blanchard, em Ann Miller & Bart Beaty (2014), esclarece que “os cartazes da idade média, assim como os balões de diálogo dos Quadrinhos modernos também são chamados de *phylactera*. O significado original da palavra grega, ‘antídoto’, mostra a relação com...a necessidade de se manter seguro magicamente ao amarrar fórmulas obscuras em si próprio” (p.30). Blanchard relaciona esse hábito ao costume judeu de andar acompanhado de palavras sagradas da bíblia escritas em pergaminhos de couro em baixo do braço ou na testa. Registos visuais desse costume em pinturas mostram este enquadramento das palavras, ao contrário das palavras soltas no ar da tapeçaria de Bayeux, enquadramento este herdado pelos Quadrinhos centenas de anos depois.



Figura 20. A Anunciação a Santa Ana (Bernhard Strigel, 1505-1510)

Eisner (1985) também atribui um valor místico aos balões de diálogo dos Quadrinhos ao descrevê-los como um dispositivo que “tenta capturar e fazer visível um elemento etéreo: o som” (p.26). Eisner, no entanto também relaciona a origem do balão de diálogo à simbologia utilizada pelos maias: como as chavetas que apontam para a boca do “orador” precedidas por símbolos que constituem o conteúdo do discurso.

O formato dos balões de diálogo não só carregam evidências de suas origens, como no caso das chavetas maias ou pergaminhos do século XV, mas, nos Quadrinhos modernos, “à medida que os balões passaram a ser extensivamente mais empregados o seu contorno foi feito para servir além de um simples enquadramento para o discurso. A eles foi logo atribuída a tarefa de dar significado e caráter de som à narrativa...dentro do balão, as letras refletem a natureza e a emoção do discurso. Isso é mais frequentemente sintomático da personalidade própria do artista, assim como a do personagem que está a falar” (EISNER, 1985, p.27).

Entre o painel e o balão de diálogo, McCloud (1994) eleva a importância deste quanto elemento característico dos Quadrinhos:

De longe, o mais amplamente utilizado, mais complexo e mais versátil entre os muitos ícones sinestésicos dos Quadrinhos é o sempre presente, sempre popular balão de palavras! Ao longo dos anos, criadores de Quadrinhos se esforçaram com dúzias de variações em tentativas desesperadas para retratar em uma media estritamente visual...Até variações de estilos de *lettering*, tanto dentro como fora dos balões, comprovam esse esforço contínuo para capturar a essência do som (p.134).

McCloud joga luz na importância em ilustrar o som de forma a torna-lo visualmente fiel às intenções do autor, assim como fazer com que essas intenções sejam compreensíveis ao leitor. De certa forma, a sofisticação dos balões de diálogo e do *lettering* transformam os Quadrinhos, ainda que puramente

visuais, em narrativas audiovisuais, ou no mínimo em *storyboards* completos para adaptação ao audiovisual.

Além do quadro e do balão de diálogo, os Quadrinhos possuem uma gama incontável de ferramentas, como as linhas e traços, a sarjeta, entre outros a disposição do autor para ditar o ritmo da história e conduzir o leitor ao longo desta.

2.3.2.2. Público

Enquanto os quadrinhos possuem elementos que o identificam como meio artístico, existe um debate no que concerne o público para o qual são feitos. Lévêque (1980) considera que os Quadrinhos como meio de expressão “se dirigem às massas, e o homem em massa se torna infantilizado” (HORAY, 1980, p. 8). Por este lado, pode-se inferir que um meio de comunicação destinado à todos, crianças e adultos, precisa de uma linguagem percebida por todos, intelectuais ou não. Essa categorização da abrangência da linguagem dos Quadrinhos deve e é também aplicada a outros meios destinados às massas, como os programas de televisão aberta. No entanto, os Quadrinhos, devido ao seu estilo ilustrado de expressão, carregam o fardo da responsabilidade de atender à todos sempre, enquanto os outros meios de expressão encontraram nichos para além das massas, naturalmente aceitos pela sociedade. Geraldês Lino, por outro lado, foi bem menos delicado ao distinguir o público dos Quadrinhos, em seu blog *Divulgando Banda Desenhada*:

Várias vezes o tenho dito, baseando-me na experiência: quanto mais elevado é o nível cultural das pessoas, mais a banda desenhada é admirada e considerada e, ao invés, quanto menor é o nível de escolaridade, mais elevado é o preconceito e a desconsideração pela BD. Para quem se insere neste último patamar cultural, a banda desenhada é mencionada como sendo apenas a "bonecada para as crianças" do Tio Patinhas ou do Pato Donald. (LINO, 2017).

Enquanto a percepção de que os Quadrinhos são destinados ao público infantil vem se reduzindo ao longo dos anos, Karen MacPherson (2020) cita Françoise Mouly, em artigo para o jornal *The Washington Post*, que atribui a origem dessa percepção à criação do Comics Code Authority na década de 50 nos EUA, quando legisladores especulavam um elo entre a delinquência juvenil e os Quadrinhos. Ao temer uma regulamentação por parte do governo federal, o código determinou então que nudez e violência fossem banidos dos quadrinhos. “Embora voluntário, o código foi seguido por muitas editoras, resultando em uma indústria focada principalmente na produção de quadrinhos infantis simples e divertidos.” No entanto, a ilustração não é mais que um estilo de expressão para determinado conteúdo, e este conteúdo é na verdade o que determina o seu público-alvo: crianças, a grande massa ou intelectuais. Ainda assim, há histórias em Quadrinhos que possuem estilos de ilustrações que também indicam a que público esta se destina, além do seu conteúdo propriamente dito, como as histórias do marinheiro Corto Maltese, criado por Hugo Pratt, em 1967. Francisco Louçã considera que:

Corto Maltese é mesmo um romance em forma de apresentação gráfica. Aliás, Pratt explora dedicadamente esse vínculo e pisca o olho à literatura clássica: Pandora lê Melville, Slutter lê Rilke e Shelley, Corto cita Conrad e a

Utopia de More e, ao atravessar mitologias célticas, etiópicas, caribenhas, argentinas, venezianas, o *voodoo* ou o que lhe apetece), ao escolher com quem cruza (Butch Cassidy, o Barão Vermelho, Tiro Fixo, mas também Hemingway, Hesse, Joyce), vive aventuras que transcendem os limites do tempo (LOUÇÃ, 2017).

Ao ter em vista que tais referências literárias e factuais dificilmente seriam agraciadas a narrativas destinadas ao público infantil, vale destacar também todo o trabalho de investigação histórica e fidelidade à mesma que Pratt empregou para criar tanto o personagem como suas aventuras. Hugo Pratt (1996) em *Corto Maltese La Jeunesse* indica que foi na guerra russo-japonesa de 1904 que “os jovens Corto Maltese e Raspoutine se encontrariam pela primeira vez, bem no meio desta guerra” (p.5). Nesta mesma edição póstuma do livro de Pratt, Juan Antonio de Blas detalha os estudos que levaram à criação deste encontro. “A primeira alusão a Corto Maltese figura no livro Port-Arthur do almirante Nagumo, na documentação anexa publicada nas edições Fayard, em Paris, 1913” (p.15). Esta documentação inclui uma carta do major Ukeda ao almirante Nagumo:

As mais severas medidas de segurança e vigilância foram tomadas no que diz respeito ao escritor norte americano Jack London, durante as suas atividades como correspondente de guerra de primeira linha em Port-Arthur...Sua ambiguidade e comportamento nos faz ver nele nada além do que um escritor aventureiro, e não um agente secreto...Ele conta, entre seus amigos, com um jovem marinheiro, certamente italiano, que viaja com um passaporte britânico. Seu nome é Corto Maltese e, apesar da idade, ele possui numerosas relações no meio chinês e manchu...Tendo em vista que o consideramos um perigo potencial aos nossos interesses, recomendamos que suas coordenadas sejam comunicadas aos anexos militares de nossas embaixadas (PRATT, 1996, p.15).

Balsas ainda inclui mais três documentos entre biografias e memórias escritas por participantes do conflito nos quais existe a menção a Corto Maltese ou um jovem marinheiro de origem maltesa, e diz que “Hugo Pratt, em sua pesquisa pela biografia de Corto Maltese...reconstitui uma parte da juventude do marinheiro maltês baseando-se nas memórias de Jack London” (PRATT, 1996, p.16).

Pratt iria além de factos históricos para elaborar a vivacidade das narrativas do marinheiro maltês. Todo um estudo visual, como mostra uma das diversas páginas de pesquisa, na figura 21, resultaria em ilustrações com detalhes realistas, desde as vestimentas aos gestos, que agregariam conhecimento da história mundial além de entretenimento. Decididamente, os painéis contidos nas histórias do marinheiro exibem uma simbologia e dados históricos que exigem um nível de sofisticação geralmente não presentes em conteúdos infantis, assim como apelam mais àqueles com interesse pela história da humanidade e a sua diversidade cultural, aliados a uma boa aventura.

Desenhos que carregam simbologia sofisticada e requerem interesse por diversidade cultural são por regra destinados a um público equivalente, por outro lado, desenhos simples não são necessariamente destinados ao público infantil ou às massas infantilizadas. McCloud (1994) destaca a obra *Maus*, de Art Spiegelman (1986-1991) e diz que tão tarde quanto 1992 “a audiência americana apenas começa a perceber que um estilo simples não necessita de uma história simples...O desenho parece omitir a ambiguidade e caracterização complexa que são marcos da literatura moderna, deixando-os apropriados apenas para crianças. Mas elementos simples podem ser combinados em formas complexas...há mais em desenhos do que aparenta” (p.45). As considerações de McCloud talvez expliquem a atração do um

público adulto pela complexidade contida nas ilustrações de Pratt. Esse mesmo motivo, de forma invertida porém, pode ter chamado atenção pelo conflituante estilo infantil contido em *Maus*, mas destinado igualmente ao público adulto.

Conclui-se, então, que a exemplo do cinema, não existe um público específico para os Quadrinhos, mas uma enorme variedade de Quadrinhos para públicos tão distintos quanto a diversidade cultural de seres humanos espalhados em todo o planeta.



Figura 21. Estudos para elementos do exército japonês (PRATT, 1996, p.9)

2.3.2.3. Quadrinhos em Movimento

Eisner (1985) avalia que a primeira revista de histórias em Quadrinhos surgiu em torno de 1934. A produção de uma mídia impressa exclusiva para os Quadrinhos confirmou a popularidade do estilo, quando não mais se tratava de um mero suplemento para o jornal diário. É evidente que as tiras de Quadrinhos em jornais seguem como um alento após a leitura de notícias até os dias atuais, no entanto, ao conquistar uma mídia própria, os Quadrinhos deixam de ser coadjuvantes para assumir o papel de protagonista da cultura visual da época. A evolução de tecnologias audiovisuais e o advento da televisão como novo e largamente preponderante meio de comunicação incentivou adaptações de histórias em Quadrinhos traduzidos e consumidos ao redor do globo, como os títulos selecionados para fins de análise deste estudo, como a animação *Corto Maltese, La Cour Secrète des Arcanes* (2002), dirigido por Pascal Morelli, *Asterix e Cleopatra* (1968), dirigido pelos próprios Albert Uderzo e René Goscinny, *Tintin e o Templo do Sol*, dirigido por José Dutillieu e a própria série animada *Les Aventures de Tintin*, de Ray Goossens, adaptados das bandas desenhadas *Corto Maltese na Sibéria*, de Hugo Pratt (1979), *Asterix e Cleopatra*, de Uderzo e Goscinny (1965), *Tintin e o Templo do Sol*, de Hergé (1949), e demais livros do personagem Tintin.

Apesar das poucas adaptações de Quadrinhos europeus às telas entre o final dos anos 60 e início dos anos 70, a adaptação dos Quadrinhos para as telas ganhou força através da cultura *pop* japonesa. Segundo Helen McCarthy (2014), em *A Brief History of Manga*, foi incentivada pela feira *Comiket* iniciada em 1975 e se tornou “a maior feira de auto-publicação e uma das maiores aglomerações de entusiastas do planeta...para incentivar novos *mangás* fora do *mainstream* comercial” (p.47). Muitos destes *mangás* teriam também sua versão em filme animado, o *anime*. Entre tantas obras disponíveis, o estudo optou por mencionar *Astro Boy* de Osamu Tezuka (1952), *Akira* de Katsuhiro Ôtomo (1982) e *Ghost in the Shell* de Masamune Shirow (1991). “Akira...ganhou o prêmio Kodansha de melhor *mangá*...a versão animada foi o gatilho para o avanço do anime para a cultura de língua inglesa” (MCCARTHY, 2014, p.46).

Alex Burunova, em *Enter the Anime* (2019), classifica Toshiki Hirano como “mestre veterano em converter *mangá* em *anime*” (2019, 0:12:06). Ao ser perguntado sobre quando decidiu ser diretor, Hirano responde que “nunca quis ser diretor. Queria ser artista de *mangá*” (2019, 0:13:18), o que mostra o quanto essas duas artes são entrelaçadas. Hirano ainda afirma que o anime surge a partir do *mangá*, o que condiz com a afirmação de Eisner (1985) de que os Quadrinhos são precursores do cinema. Por outro lado, o artista de Quadrinhos não se limitaria a adaptar histórias existentes, mas também viria a criar Quadrinhos a serem originalmente exibidos em movimento, e por esse motivo autores de Quadrinhos são contratados por produtores de cinema para a elaboração do *storyboard*, peça primordial na produção de um filme, como Jean Giraud, mais conhecido pelo pseudônimo Moebius.

Moebius elaborou histórias em Quadrinhos a uma diversidade de clássicos do cinema, histórias estas que jamais foram exibidas ao grande público, mas serviram de base visual e roteiro para uma variedade de filmes. Assim foi com *Masters of the Universe* (1985), de Gary Goddard, baseado na coleção de brinquedos da série *He-Man*, da empresa *Mattel*. Apesar das semelhanças com o personagem de Robert E. Howard, *Conan, o Bárbaro*, *He-Man* é um personagem para o público infantil que jamais usa sua espada para atingir os inimigos. William Stout, em *Powers of Grayskull* (2017), afirma que contou com

Moebius para criar a adaptação da série animada para o cinema. “Se está na tela...por traz, ele fez acontecer” (Lobb & McCallum, 1:00:12). O filme aproveitaria o sucesso do estilo *sword and sorcery* popularizados pelos filmes recheados de conteúdo adulto *Conan, o Bárbaro* (1982), de John Millus e sua sequência *Conan, o Destruidor* (1984), de Richard Fleicher. Para tanto, Moebius criou sua versão adulta para o personagem infantil, como se pode conferir na figura 22, versão esta reprovada imediatamente por parte da detentora dos direitos do personagem, que afirmaram, segundo Stout, que não poderia haver sangue e que “o He-Man não pode matar ninguém” (Lobb & McCallum, 2017, 1:00:56).

É importante ressaltar o conflito visualmente cultural de adaptações como *Akira* e *Masters of the Universe*. Assim como os Quadrinhos eram considerados para todos também o eram. Por outro lado, os filmes não possuíam essa ausência de restrição e se dirigiam principalmente ao público adulto. Não é coincidência o fato de que *Conan, o Bárbaro* (1982), segundo o site *The Numbers*, faturou acima de 79 milhões de dólares, enquanto a adaptação de *He-Man* arrecadou aproximadamente apenas 20% disso.

Entretanto, o convite a Moebius para contribuir nessa obra não foi aleatório. Dois anos antes do lançamento da série animada *He-Man*, uma heroína teria ironicamente inspirado o herói pra lá de masculino, com características que vão além da semelhança, como se pode conferir nas figuras 23 e 24. A deusa Taarna, criada por Daniel Goldberg e Len Blum, protagonizou a versão animada da coletânea de histórias das revistas em Quadrinhos de ficção científica para adultos *Heavy Metal* (1977) no filme de mesmo nome, de 1981. Esta, por sua vez, foi abertamente inspirada no personagem principal da série de ficção *Arzach* (1976), de Moebius, que também deve seu *début* à edição de 1976 da revista *Heavy Metal*, segundo o site oficial do autor, *Moebius.fr* (2020). *Taarna*, assim como *He-Man*, vive em um mundo tanto pré-histórico como futurístico, ambos montam animais pré-históricos, *Taarna* um pterodáctilo e *He-Man*, um tigre de dentes de sabre. Finalmente, ambos são deidades de outro mundo que possuem uma espada mágica, a qual apontam para o céu para adquirir força divina, tanto para si como para a sua montaria. Enquanto isso, fora a semelhança física, o personagem dos Quadrinhos de Howard, Conan, o Bárbaro, terráqueo e filho de um ferreiro, não divide qualquer das demais características em seu enredo.



Figura 22. He-Man por Moebius (Lobb & McCallum, 1985, 01:01:33)



Figura 23. He-Man (Scheimer, 1983)

Figura 24. Taarna (Potterton, 1981)

Adaptações de Quadrinhos adultos, como *Taarna* ou *Akira*, para desenhos animados não condiziam com os canais *mainstream* da cultura visual dos anos 80, o que tornou animações como essas em obras *cult*. Neste caso, pode-se avaliar que *He-Man* foi uma adequação para o público infantil de Quadrinhos adultos, como Conan, Taarna e Arzach. Assim como pode-se avaliar que, ao considerar que os Quadrinhos de Moebius não são destinados ao público infantil, o mesmo não teria sido a melhor escolha para definir o estilo de um filme para crianças.

Outro importante fator para o insucesso dessa conflituante adaptação de *He-Man*, ao cinema é o fato de que este não surgiu dos Quadrinhos e o enredo repetitivo da série de desenhos animados não proporcionou profundidade suficiente em sua origem para o cinema, lacunas estas que seriam preenchidas às pressas, ao contrário de adaptações densas como *Asterix e Cleopatra*, e *Tintin e o Templo do Sol*, onde os quadrinhos são reproduzidos fielmente e as histórias possuem toda a profundidade de personalidade que uma série de livros é capaz de proporcionar.



Figura 25. Asterix e Cleopatra (UDERZO & GOSCINNY, 1968)



Figura 26. Tintin e o Templo do Sol (DUTILLIEU, 1969)

2.3.2.4. Quadrinhos no Cinema

Ao analisar o conteúdo exposto, pode-se concluir que os Quadrinhos são de facto um meio de expressão preparado à adaptação para o cinema. Lévêque considera que “a banda desenhada codificou as imagens ao ter em conta as exigências do novo olhar, pervertido pela imagem em movimento” (HORAY, 1980, p.8). McCloud (1994) usa o termo “movimento subjetivo” (p.114) para as técnicas empregadas por autores para “mostrar movimento em uma media estática” (p.110). McCloud ainda destaca o aperfeiçoamento das linhas de movimento por autores de *mangá*, no final dos anos 60, quando o autor “coloca os seus leitores na poltrona do piloto” (p.114), como mostra a figura 25. Painéis como estes mudaram a perspectiva dos autores de Quadrinhos em todos os sentidos, estreitando ainda mais os laços entre os Quadrinhos e o cinema, assim como a própria função do autor do quadrinho e do diretor de cinema. Segundo McCloud, essas técnicas seriam logo importadas por autores norte americanos, em meados dos anos 80 e “até os anos 90, essas técnicas já seriam razoavelmente comuns” (p.114).



Figura 27. Movimento subjetivo (MCCLLOUD, 1994, p.114)

Os painéis acima criam um novo conceito de encapsulamento da ação, suplementar àquele descrito por Eisner (1985). Graças à evolução da codificação de movimento e técnicas de perspectiva aplicadas aos Quadrinhos, autores são capazes de assumir o papel de protagonistas de produções cinematográficas totalmente fiéis à criação estática de origem, como o filme *Sin City* (2005) dirigido por Frank Miller & Robert Rodriguez, baseado nos Quadrinhos do próprio Frank Miller, numa produção compatível com a ambientação criada pelo autor, nos Quadrinhos, como o painel da novela gráfica na figura 26 e a versão para o cinema na figura 27.

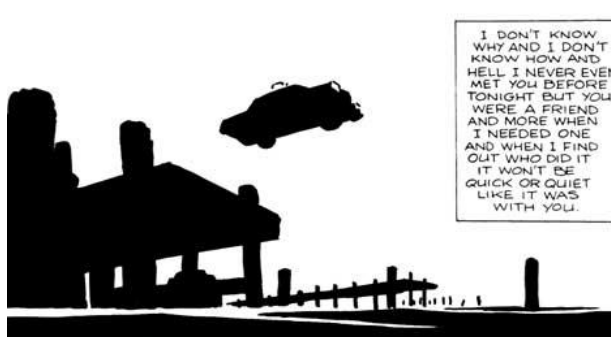


Figura 28. Sin City (MILLER, 1991)



Figura 29. Sin City (MILLER & RODRIGUEZ, 2005)

“Ao invés de transformar essa história em apenas mais um filme, vamos tentar transformar o cinema neste livro, porque a media é realmente muito semelhante, são capturas de movimento” (RODRIGUEZ, 2005, 00:00:40). Rodriguez, ao descrever seu processo criativo, diz que a verdadeira adaptação de um quadrinho para o filme deve incluir técnicas de fotografia para que seja criada a mesma sensação da leitura dos painéis originais de Frank Miller.

Até então, inúmeros títulos de Quadrinhos receberam adaptações ao cinema, mas poucas delas foram capazes de transformar o quadrinho em filme de forma mais literal, como acontece nas adaptações para desenhos animados, quando o estilo de ilustração e uso de cores podem ser fielmente importados, já que são ilustrações em ambos os casos. Uma captura de tela do *anime Akira* (1988) não possui qualquer diferença em relação a um painel do seu *mangá* correspondente. Miller e Rodriguez, no entanto, mostraram que é possível converter Quadrinhos em filme sem necessariamente animar as ilustrações originais, mas reproduzir a ambientação proposta nos Quadrinhos através do uso de tecnologia e técnicas de produção cinematográfica. A partir do momento em que os diretores percebem a importância em manter-se fiel aos Quadrinhos e tornam isto o principal objetivo da produção, *Sin City* não só eleva o papel do artista de Quadrinhos neste tipo de produção, como abre um leque de possibilidades de meios de exibição da arte sequencial, como evidencia a adaptação do Universo Marvel ao cinema com uma grande quantidade de filmes e histórias entrelaçadas, como acontece nos quadrinhos, assim como a crescente aparição dos heróis da DC Comics na tela grande, nos últimos anos.

2.3.2.5. Quadrinhos na Televisão

Títulos de Quadrinhos como *Sin City* (1991) e *Akira* (1988) se tornaram *cults* da cultura *pop* devido ao conteúdo inapropriado para menores de dezoito anos exposto em uma media, segundo as palavras de Lévêque (1980) “para todos”. O mesmo pode-se dizer das suas versões fielmente adaptadas para filme. Os Quadrinhos adaptados à *shows* de televisão, e por “televisão” deve-se considerar canais livres de qualquer assinatura, voltam ao que se espera de um quadrinho pela cultura visual da época. Portanto, foi analisada a história de uma das primeiras adaptações ao audiovisual: o popular marinheiro Popeye, criado em 1929 por Elzie Crisler Segar. Segundo Horay (1980), Popeye surgiu em uma página dedicada aos Quadrinhos, nomeada não por coincidência de *The Thimble Theatre*, criada pelo próprio Segar para

o jornal *New York Journal*, onde, antes de Popeye, surgiria sua futura amante Olive Oyl ou Olívia Palito, em 1919.

Apenas 4 anos após o surgimento do marinheiro em Quadrinhos, este já ganharia sua primeira adaptação à animação. Segundo o site oficial do personagem, *Popeye.com* (2020), a série animada *Popeye the Sailor* estreou em 1933 em preto e branco, e em 1942 à cores, e o consumo de espinafres enlatados aumentou em 33% nos Estados Unidos.



Figura 30. *The Thimble Theatre* (SEGAR, 1929)

Outras histórias em Quadrinhos popularmente consumidas pelo público infantil também ganharam espaço na televisão aberta. Como mencionado anteriormente, o personagem Tintin, criado por Hergé, também em 1929, ganhou sua série animada *Les Aventures de Tintin, d'après Hergé* em 1957. *Les Schtroumpfs*, também conhecidos como Os Smurfs, criados por Peyo em 1958, foram animados em 9 cliques um ano depois, mas só vieram a ganhar popularidade em 1981, quando produzidos pelo estúdio Hanna-Barbera Productions, nos Estados Unidos. Finalmente, Astro Boy, de Osamu Tezuka estrearia sua versão em *anime* no canal Fuji TV, 1963.

Ao contrário do cinema, quando autores e produtores têm a liberdade de buscar um público específico para a sua produção, a televisão é necessariamente exposta para as grandes massas e possui uma série de regras ditadas principalmente pela sociedade em que a produção em questão se insere. Por este motivo, é natural que Quadrinhos mais populares e amigáveis perante o público juvenil sejam ideias para adaptações à televisão.

2.4. Banda Desenhada Global

Com o advento do audiovisual e décadas depois as adaptações de quadrinhos para o cinema, foi possível constatar que obras de grande sucesso como Asterix e Cleopatra, Tintin e o Templo do Sol, Sin City, Akira, entre outras foram responsáveis por quebrar fronteiras internacionais ao aproveitar a força dessa mídia. A internacionalização dessas obras acelerou o compartilhamento de técnicas comuns a cada região. Neste caso, vale reconhecer essas características particulares aos Quadrinhos americanos, europeus ou japoneses, analisados a seguir.

2.4.1 Estilos

Independente da diversidade cultural, os Quadrinhos são um meio de expressão artística comum a todas as sociedades do planeta. McCloud (1994) explica que “o *cartoon* é um vácuo para o qual nossa identidade e percepção são sugados. Uma cápsula vazia em que habitamos e nos permite viajar para outro reino” (p.36). Por esse ponto de vista, o ser humano possui uma atração natural aos desenhos, sejam animados ou em Quadrinhos, atração esta que está além de qualquer barreira cultural. “Já que a identificação com a audiência é uma especialidade da elaboração de desenhos, estes têm tido uma vantagem histórica em penetrar a cultura popular mundial” (MCLOUD, 1994, p.42).

Entretanto, os Quadrinhos, apesar de comuns como meio artístico de expressão a todas as culturas, possuem diferenças particulares no que diz respeito ao estilo de ilustração, simbologia, tipografia, modo de leitura e o conteúdo de suas histórias. A análise dessas características é fundamental, já que a partir destas foi possível identificar a evolução de um tema recente, e fundamental para este estudo: a globalização cultural.

Dentro deste escopo, a internet cumpriu a função de fazer a informação circular em alta velocidade pelo planeta. Da mesma forma que grandes marcas se aproveitaram deste fenômeno para consolidar sua linguagem em torno do globo, o que Balaji Viswanathan (2017) chamou de homogeneização de forças, ao responder sobre os efeitos culturais da globalização na revista *Forbes*, pequenas empreitadas, sem qualquer chance de visibilidade através das mídias tradicionais, também aproveitaram a chance para criar seu “burburinho”. “As forças de homogeneização são tão fortes quanto as forças de heterogeneização. Em resumo, no mundo conectado globalmente, podemos não ser tão homogeneizados quanto supomos” (VISWANATHAN, 2017).

A globalização da cultura poderia indicar tendências para facilitar o imperialismo cultural, quando o lado fraco sempre perderia e seria engolido pelos mais fortes em escala global, criando assim um mundo unicultural. No entanto, a internet acabou por dar mais espaço à democracia cultural.

Em um mundo globalizado, tendemos a ver McDonalds e Starbucks em todo o mundo. Porém, a mesma globalização permite que cozinhas de várias nações sejam exploradas por pessoas em todo o mundo. Pense em todos os restaurantes tailandeses, chineses, indianos ou mexicanos de qualidade que brotam em todo o mundo nos últimos vinte anos (VISWANATHAN, 2017).

De facto, não só há restaurantes de culinárias globais espalhados pelo mundo hoje, mas cada vez mais restaurantes que oferecem misturas de técnicas culinárias, mistura esta conhecida como culinária contemporânea, quando diversos estilos culinários criam um novo estilo indefinido.

No campo dos Quadrinhos, este estudo destacou na seção 2.3.2.4, McCloud (1994) e a evolução no uso de linhas de movimento e perspectiva por autores de *mangá* nos anos 60, assim como a importação dessas técnicas por autores americanos nos anos 80, o que tornou o estilo comum aos Quadrinhos em geral e não mais uma característica pertencente ao *mangá*. Este é um exemplo de como técnicas e estilos podem viajar de Quadrinhos de um continente até ao outro lado do mundo e transformar o visual de dali em diante. É evidente que nos anos 60 ainda não havia a internet, e que o estilo foi lentamente transportado manualmente de um leitor a outro, até que um autor decidiu incorporá-lo e difundi-lo localmente, num processo que levou décadas. O advento da internet e o acelerado crescimento das redes sociais criou um verdadeiro arquivo de referências visuais que dificilmente seriam compartilhadas em escala sem a presença da internet. “Não estamos ficando uni-culturais. Estamos ficando multiculturais e lentamente compreendendo a diversidade da cultura humana” (VISWANATHAN, 2017).

McCloud (1994) explica outra técnica compartilhada mundialmente por autores de Quadrinhos e de desenhos animados para criar um elo de identificação entre a audiência e o personagem na história: o contraste de cenários realísticos com ilustrações simplificadas dos personagens que nele se encontram. “Através do realismo tradicional, o artista de Quadrinhos pode retratar o mundo exterior, enquanto através de desenhos simplificados, o mundo interior...ninguém espera que a audiência se identificará com uma parede de tijolos ou uma paisagem e de fato os planos de fundo tendem a ser mais realísticos” (p.41-42). McCloud separa as ilustrações entre aquela para ser admirada como objeto externo, no caso das ilustrações mais realísticas, e aquela com traços simples, a serem preenchidos pela identidade do leitor.

Enquanto Hergé desenhava cenários admiráveis para contrastar com a simplicidade dos traços do personagem Tintin, “artistas de Quadrinhos japoneses levaram a ideia um passo adiante. Logo alguns perceberam que...artes realísticas teriam outra utilidade. A maioria dos personagens seriam desenhados com simplicidade para favorecer a identificação com o leitor, enquanto outros seriam desenhados de forma realística para objetiva-los e enfatizar a não identificação com o leitor” (p.44). Logo essa técnica se estenderia para também destacar detalhes em objetos que não fazem parte do plano de fundo, mas que em determinada cena devem ser vistos como objetos separados do leitor-personagem, ou mesmo um objeto à mão, a ser observado.

Na figura abaixo retirada da série *Vagabond*, de Takehiko Inoue (1999), é possível visualizar o cuidado do autor para envolver o leitor com os tradicionais acessórios do japonês feudal. Detalhes como a corda que forra o cabo da *katana*, assim como a textura e até a estampa das roupas criam realismo a objetos tão desejados por leitores deste estilo de *mangá*. O rosto, no entanto é liso, sem texturas ou qualquer detalhamento. Este detalhamento será preenchido pela essência do leitor, que por sua vez, será vestido com os acessórios feudais.



Figura 31. *Vagabond* (INOUE, 1999)

Já Hergé (1946) ilustra as aventuras de Tintin com uma variação de quadros para interagir como parte integrante de história e alguns outros para observar, como mostra a página retirada de *Le Lotus Bleu*, na figura abaixo. Os painéis nos quais Tintin é o centro da atenção são menores e o plano de fundo possui pouco detalhamento ou objetos que não participam da cena. Ao centro da página, um enorme painel retira o leitor do interior da história para que este possa observar e se aclimatar com o novo cenário da sequência da história. Nota-se que neste painel Tintin é apenas mais um entre tantos personagens, de forma a direcionar o olhar do leitor para o todo. Após o registro dos detalhes do cenário, o autor volta a atrair a audiência, agora familiarizada ao novo ambiente, com painéis simplificados, e o leitor volta ativamente à história.

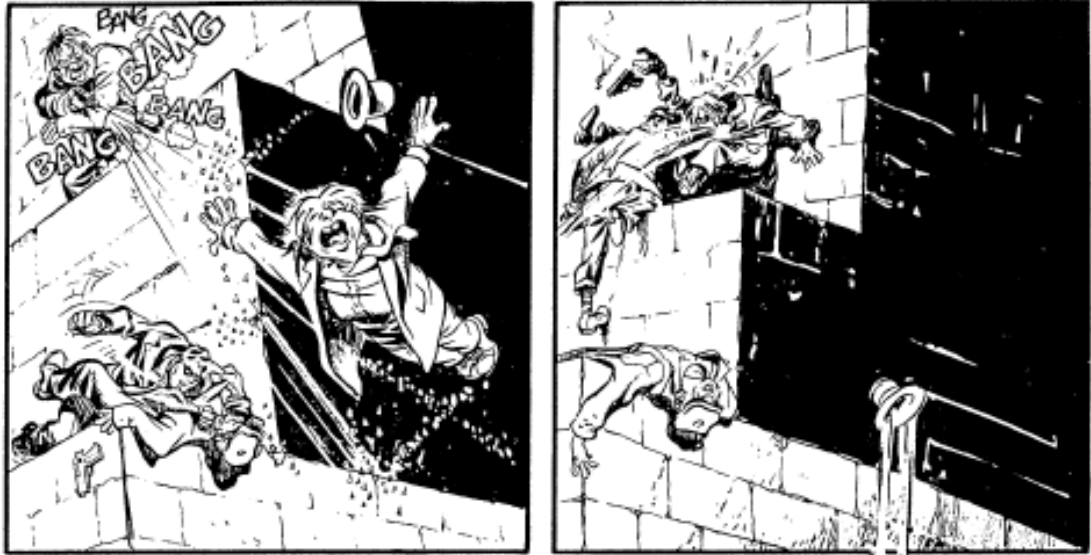
2.4.2. Modo de Leitura

Quanto ao ato de ler uma história em Quadrinhos, Eisner (1985) delinea a regra de leitura tradicional da seguinte forma:

O leitor (ocidental) é treinado para ler cada página independentemente da esquerda para a direita, de cima para baixo. Isso, idealmente, é o curso normal do olho do leitor. Na prática, no entanto, essa disciplina não é absoluta. O leitor irá frequentemente relancear ao último painel em primeiro lugar. Ainda assim, o leitor deve finalmente retornar à sequência tradicional (p.41).

Eisner destaca que essa regra vale para leitores ocidentais, já que o sentido horizontal dessa sequência é invertida no *mangá* japonês, lido da direita para esquerda, mas também de cima para baixo e cada página independentemente. No entanto, é interessante analisar como o *mangá* manteve-se fiel a sua ordem de leitura mesmo em versões adaptadas ao público ocidental, traduzidas para idiomas ocidentais. O *mangá* manteve os atributos que despertaram o interesse do ocidente em primeiro lugar, de forma a não eliminar a sensação de se estar a ler uma obra asiática. Um desses atributos, e talvez o principal, é o famoso livro *tankōbon* em formato B6 (12.8 cm x 18.2 cm), que formam longos blocos de coleções nas prateleiras, e são lidos da direita para a esquerda. É comum que o primeiro volume ainda inclua um guia para explicar o modo de leitura correto ao público ocidental.

Não obstante, no universo dos Quadrinhos as regras são frequentemente quebradas e, segundo Eisner (1985), o autor deve aproveitar as ferramentas disponíveis a esse modo de expressão para direcionar o olhar do leitor para além das regras de leitura, assim como na composição da história *Spirit*, na figura abaixo, quando Eisner liberta tanto palavras e ilustrações de suas bordas e guia o leitor verticalmente até ao fim da história.



AND SO... LIFELESS...
GERHARD SHNOBBLE FLUTTERED
EARTHWARD.

BUT DO NOT WEEP
FOR SHNOBBLE...

RATHER SHED A TEAR
FOR ALL MANKIND...

FOR NOT ONE PERSON IN THE
ENTIRE CROWD THAT WATCHED
HIS BODY BEING CARTED AWAY...KNEW
OR EVEN SUSPECTED THAT
ON THIS DAY GERHARD SHNOBBLE
HAD **FLOWN**.



Figura 33. *Spirit* (Eisner, 1985, p.9)

2.4.3. Lettering

Outro aspecto fundamental a ser preservado pelo *mangá* é o *lettering* japonês, sem o qual um *mangá* não seria um *mangá*. Mesmo que o público, em sua grande maioria, não seja capaz de compreender tal simbologia, esta faz parte do estilo artístico das ilustrações e ambientam o leitor na cena oriental. No entanto, esse *lettering* faz parte da história não só como elemento visual mas são também traduzidos de forma discreta, com traços semelhantes para formar pequenas letras romanas ao lado. “*Lettering*, tratado graficamente e a serviço da história, funciona como uma extensão da imagem. Nesse contexto, fornece o clima, uma ponte para a narrativa e a implicação do som” (EISNER, 1985, p.10).



Figura 34. *Vagabond* (INOUE, 1999)

Lupton (1963) considera que “a criação manual de letras permite aos artistas gráficos integrar imaginário e texto” (p.60). Eisner concorda ao exemplificar a infinidade de usos possíveis do *lettering* para criar um ambiente dentro da narrativa afim de imergir o leitor nesta, como letras “molhadas” durante uma tempestade, ou letras que sangram para denunciar um homicídio. O próprio *lettering* usado por Inoue, em *Vagabond* imita os traços do pincel que era a única forma de escrita no Japão feudal, e é capaz de transportar o leitor por centenas de anos ao passado. “A mistura de estilos de *lettering*...é desenhada para reforçar esta sensação” (EISNER, 1985, p.11).

2.4.4. Ritmo

Enquanto a diferença no modo de leitura se restringe principalmente entre Quadrinhos ocidentais e orientais, em termos de ritmo é possível notar grandes diferenças entre os *Comics* americanos, a banda desenhada europeia e o *mangá* japonês. McCloud volta a dar grande destaque ao *mangá* e seu ritmo silencioso e um estilo de transição de painéis “raramente vistos no oeste. Transições de aspecto a aspecto têm sido parte integral dos Quadrinhos japoneses *mainstream* quase desde o início” (p. 79). É comum do *mangá* exibir painéis que mostram diversos ângulos de um mesmo momento, criando largos intervalos entre momentos de ação dentro de uma narrativa. “A ideia de que elementos omitidos de uma obra são tão partes dessa obra quanto aqueles incluídos tem sido uma especialidade do oriente por séculos” (MCCLLOUD, 1994, p.82).

No entanto, há uma semelhança entre o *mangá* e os *Comics* americanos que os diferenciam da banda desenhada europeia. Enquanto o *tankōbon* é um livro com pouco mais de duzentas páginas, um *comic book* semanal dos heróis da Marvel ou DC Comics possuem cem páginas. No entanto, esses *comics* são interligados por um universo maior, que para ser compreendida em sua plenitude devem ser lidos tanto o *comic* do *Superman*, quanto o do *Batman*, levando o leitor a um número também superior às duzentas páginas por episódio. Ainda assim, esses Quadrinhos são consumidos em poucas dezenas de minutos, em média, devido à quantidade de textos reduzida inseridos nos balões de diálogo ou de páginas em sequência sem qualquer texto.

A página típica de um *comic* do homem morcego, Batman contabiliza seis balões de diálogo e 43 palavras. Se comparada à página na figura 30, de uma aventura de Tintin, mesmo que esta seja atípica por possuir uma transição de cena, com um largo painel a ser apenas observado, a página da banda desenhada ainda contabiliza 70 palavras, mesmo que em apenas cinco balões de diálogo legíveis. Uma página típica de Tintin contém normalmente não menos do que 200 palavras, assim como é comumente visto em outros álbuns de banda desenhada europeia, onde um único balão de diálogo pode conter mais de 30 ou 40 palavras. Este fato não só aumenta o tempo de leitura de um episódio, de geralmente 60 a 70 páginas, mas principalmente, aumenta consideravelmente o tempo em que as ilustrações permanecem expostas ao leitor, além do intervalo entre viradas de página, o que gera relevância ao último painel de um conjunto de páginas e à expectativa que este cria no leitor.

Portanto, o autor de Quadrinhos possui uma grande variedade de artifícios para atingir suas intenções ao elaborar uma narrativa em Quadrinhos, variedade esta alavancada pela globalização cultural onde elementos do *mangá* estão presentes em Quadrinhos ocidentais, e alguns autores de *mangá* e *anime* têm origem ocidental, e os romances gráficos, tipicamente europeus, estão por toda a parte. No entanto, a esta altura, as misturas de influências são cada vez menos identificáveis e obras originais estão a derrubar fronteiras e regras tradicionais dos Quadrinhos de cada região.



Figura 35. *Batman: Damned #2* (AZZARELLO & BERMEJO, 2019, p.21)



Figura 36. *Largo Winch* (VAN HAMME & FRANCCQ, 2010, p.33)

2.4.4. Referências no Capítulo 2

Burunova, A. (Director) (2019). *Enter the Anime*. [Film]. Burunova Productions.

Eisner, W. (1985). *Comics and Sequential Art*. Tamarac, FL: Poorhouse Press.

Heller, S. (2013). *Writing and Research for Graphic Designers: A Designer's Manual to Strategic Communication and Presentation*. Beverly, MA: Rockport Publishers.

Horay, P. (1980). *Histoire Mondiale de la Bande Dessinée*. Paris: 22 Bis.

Institut Lumière (1982). *Le Cinématographe Lumière*. Retrieved from <http://www.institutlumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/cinematographe.html>

Kromm, J. & Benforado, S. (2009). *A History of Visual Culture. Western Civilization from the 18th to the 21st Century*. London & New York: Berg.

Lagny, M. (1992). *De l'histoire du cinéma: méthode historique et histoire du cinéma*. Paris: A. Colin.

Lino, G. (2017, July 20). *Críticas e Notícias Sobre BD na Imprensa (XXXIII)* [Blog Post]. Retrieved from <http://divulgandobd.blogspot.com/2017/07/criticas-e-noticias-sobre-bd-na.html>

Lobb, R. & McCallum, R. (Director) (2017). *Powers of Grayskull*. [Film]. Definitive Film.

Louçã, F. (2017). *Corto Maltese, 50 anos depois*. Retrieved from <https://blogues.publico.pt/tudomenoseconomia/2017/07/18/corto-maltese-50-anos-depois/>

Lupton, E. (1963). *Pensar com Tipos* (2nd ed.). São Paulo: Cosac Naify.

McCarthy, H. (2014). *A Brief History of Manga*. Lewes, United Kingdom: Ilex Press.

McCloud, S. (1994). *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York, NY: Harper Collins & Kitchen Sink Press.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, NY: McGraw Hill.

MacPherson, K. (2020, February 27). *Don't be afraid to let children read graphic novels. They're real books*. *The Washington Post*. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/>

Miller, A. & Beaty, B. (2014). *The French Comics Theory Reader*. Leuven, Belgium: Leuven University Press.

Miller, F. & Rodriguez, R. (Directors) (2005). *Sin City: The Making Of*. [Film]. Troublemaker Studios & Dimension Films.

Mirzoeff, N. (1998). *The Visual Culture Reader*. London and New York: Routledge.

Ng, S. (2012). *A Brief History of Entertainment Technologies*, 100. Retrieved from <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=6182692>

Popeye.com (2020). *Timeline* Retrieved from <http://popeye.com/timeline/>

Pratt (1996). *Corto Maltese La Jeunesse* (2nd ed.). France: PPO Graphic.

Presbrey, F. (1929) *The History and Development of Advertising*. New York: Doubleday, Doran and Company.

Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual*. London: SAGE Publications Ltd.

Schwarzkopf, S. (2015). *The Subsiding Sizzle of Advertising History*, 3, pp. 528-548. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/17557501111183653>

Sutherland, I. (1965). *The Ultimate Display*, *Proceedings of IFIP Congress*, pp. 506-508. Retrieved from <http://worrydream.com/refs/Sutherland%20-%20The%20Ultimate%20Display.pdf>

The Numbers (1997-2020). <https://www.the-numbers.com/movie/>

Tikkanen, A. (2017). Encyclopaedia Britannica. Retrieved from <https://www.britannica.com/art/history-of-the-motion-picture/Edison-and-the-Lumiere-brothers>

Viswanathan, B. (2017, August 28). Is Globalization Creating A Single World Culture?. Forbes. Retrieved from <https://www.forbes.com>

Williams, A. (2017). History of Digital Games: Developments in Art, Design and Interaction . New York: Routledge.

3. ANÁLISES VISUAIS DOS QUADRINHOS

A seguir, o documento apresenta uma análise de Quadrinhos tradicionais de acordo com o contexto no qual aquele quadrinho foi criado e inserido de forma a exercer influência sobre a audiência. De acordo com Kromm e Benforado (2009), “a incorporação circunstancial e contextual dos objetos da cultura visual são componentes igualmente críticos dentro do campo de estudo” (p.6). Assim sendo, a análise abaixo apresenta Quadrinhos que não só acompanharam um determinado contexto social, mas também foram criados a partir deste.

3.1. Matriz de análise visual

Rose (2001) indica que, através do que é conhecido como *scopic regime*, não só o que a sociedade vê mas também como esta sociedade vê são culturalmente construídos, seja pelo mercado ou por seus governantes. “Uma imagem pode ter seus próprios efeitos visuais...mas estes efeitos sempre cruzam com o contexto social da sua visualização e os pontos de vista que seus espectadores levam à sua visualização” (p.15).

Através da matriz de análises visuais criada por Rose, é possível inserir uma imagem dentro de um contexto tecnológico, composicional ou social, e analisá-la do ponto de vista da imagem em si, da audiência à qual esta é exposta, além de investigar o discurso pretendido pelo criador da imagem, seja este tecnológico, sociopolítico ou socioeconômico. “São os processos econômicos nos quais a produção cultural está inserida que moldam as imagens visuais” (ROSE, 2001, p.20).

Apesar dos estigmas carregados pelos Quadrinhos, já mencionados anteriormente, vale ressaltar que se trata de um meio comunicação de massa de grande influência na opinião pública e, portanto, é também uma ferramenta de construção cultural, assim como o rádio e a televisão. Dentro deste escopo, e graças à matriz elaborada por Rose, este estudo realizou uma análise crítica do conteúdo visual dos Quadrinhos que exercem influências culturais em um contexto social maior. Esta análise também apontou a forma que autores também usaram deste artifício para diferenciar a sua obra do usual afim de adaptá-las à nova cultura visual.

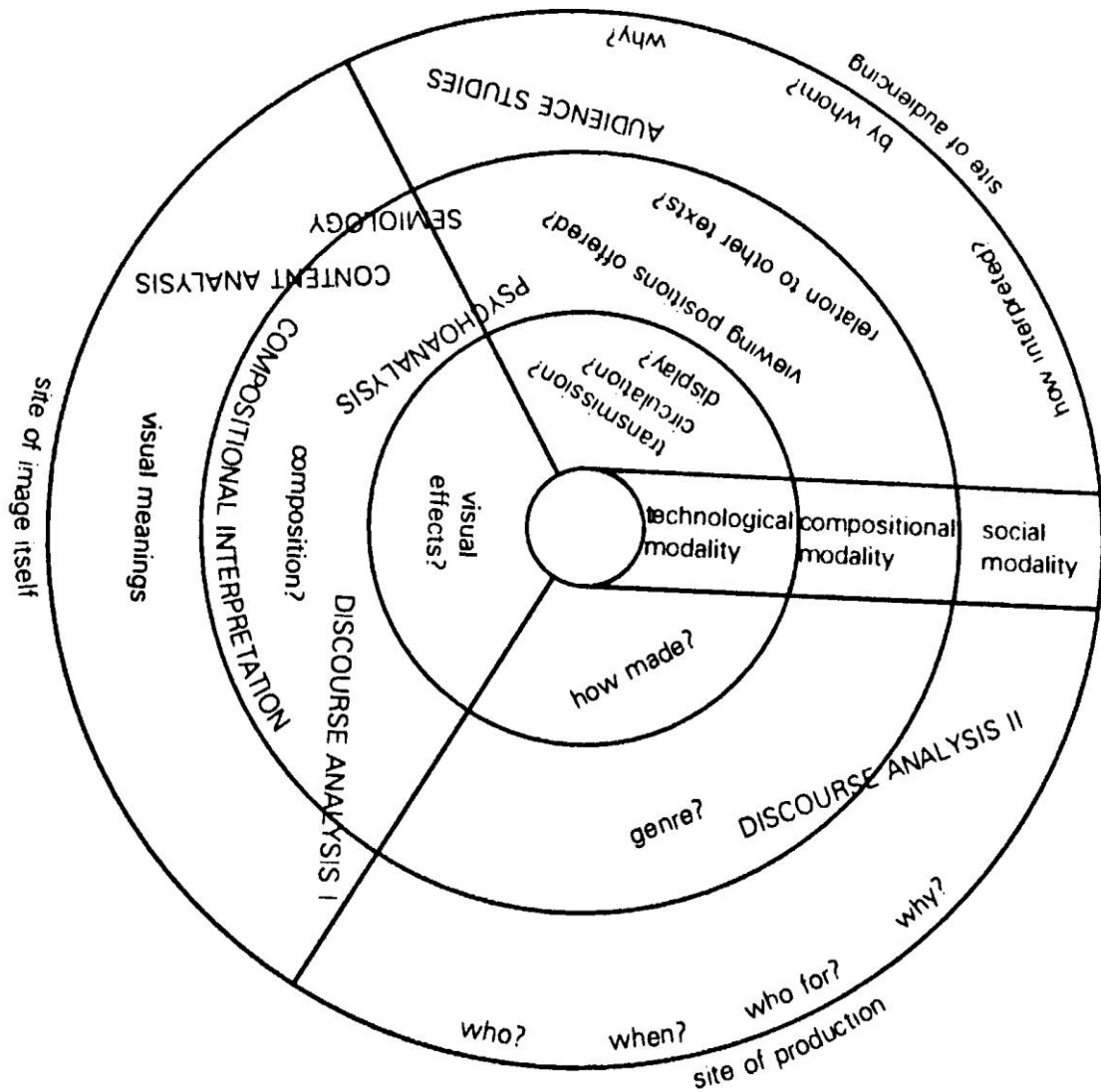


Figura 37. Sítios, modalidades e métodos de interpretação de materiais visuais (ROSE, 2001, p.30)

3.1.1. Análise de Composição

Ao abordar a composição de uma imagem, segundo a matriz de Rose, a análise é feita dentro do campo da imagem em si e os efeitos visuais e significado que esta possui. Como exemplo, foi utilizado o que talvez seja uma das capas de revistas em Quadrinhos mais politicamente marcantes: o lançamento do herói Capitão América pela então Timely Comics que se tornaria a Marvel Comics em 1960, e ilustrada por Jack Kirby (1941), na figura abaixo. Apesar de parecer uma mensagem direta desde o título, ainda há intenções ocultas a serem analisadas. O nome do herói, suas cores, a suástica nazista estampada no uniforme do inimigo e o bigode característico de Hitler, atingido com um soco pelo Capitão América, indicam a mensagem clara de que a América vai dar “uma surra” na Alemanha nazista. “Qual a melhor maneira de apresentar um herói vestido com a bandeira americana durante a Segunda Guerra Mundial do que exibindo-o enfeitando Hitler? Simples e eficaz” (Marvel, 2020).

No entanto, se considerarmos outros elementos, podemos perceber que a imagem não é tão simples quanto parece. Ao entrar na análise do discurso, na fatia *site of the production*, da matriz de Rose, é possível identificar que esta revista não propões apenas uma provocação barata. A edição é de março de 1941, mês seguinte ao discurso em que, segundo a *International Churchill Society*, Winston Churchill fez o discurso “Give Us the Tools” e implora para que os Estados Unidos forneça o equipamento necessário para a defesa da Grã-Bretanha e deixa claro que “Para ganhar a guerra, Hitler deve destruir a Grã-Bretanha...de certa forma, todo o mundo de língua inglesa estará em seu encalço, trazendo consigo as espadas da justiça” (CHURCHILL, 1941). Ao considerar este fato, notamos que os Estados Unidos ainda não estão ativamente presentes na guerra, mas na capa da edição 1 de Capitão América, as suásticas estão espalhadas não só nos uniformes do inimigo, mas nas paredes do cenário, o que sugere que a América iria até o inimigo, mas não sem motivo, já que os mapas rotulados U.S.A. na mesa de Hitler e imagem na televisão ao fundo sugerem que ele planeja invadir os Estados Unidos e destruir os monumentos nacionais.

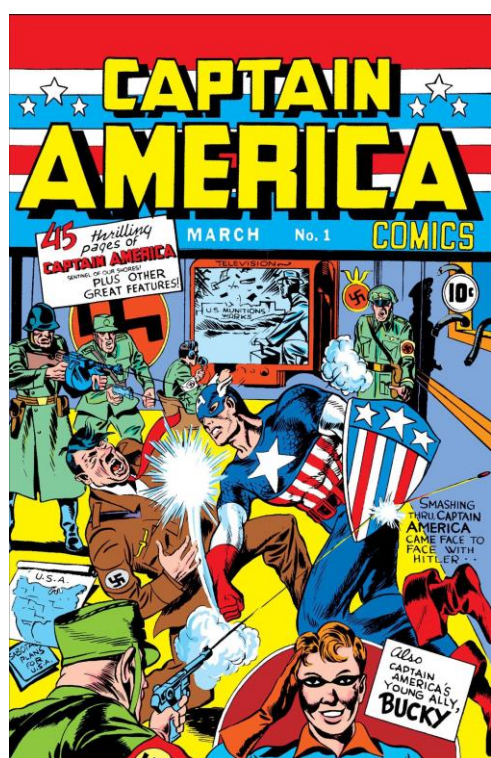


Figura 38. Captain America Comics #1 (KIRBY, 1941)



Figura 39. Uncle Sam (FLAGG, 1916)

Finalmente, a revista não só anuncia o lançamento do grande herói, a declaração da Marvel ignora a estreia conjunta do seu *sidekick* Bucky, um jovem de semblante próximo aos 18 anos de idade a exibir uma saudação militar. A revista parece um prenúncio de que os Estados Unidos entrariam na guerra em breve e precisariam de apoio. O Capitão América, como o nome já sugere, é um oficial veterano, mas uma guerra se ganha com soldados, ou vários “Buckys” sob o comando de um capitão. Assim sendo, a edição 1 de Capitão América parece mais uma forma sutil e bem menos impositiva do que a imagem “Uncle Sam”, utilizada na primeira guerra mundial, que segundo Kelly Knauer (2017) no portal *Time*,

apareceu pela primeira vez como capa de outra revista de massa ilustrada: o *Frank Leslie's Illustrated Newspaper*, de 1916. “Uncle Sam aponta um dedo acusador de responsabilidade moral em um cartaz de recrutamento para as forças americanas durante a Primeira Guerra Mundial” (KNAUER, 2017).

Dessa vez, a Marvel fez uso de artifícios psicológicos para que não fosse imposto um sentimento de culpa que obrigasse americanos a participarem da guerra, mas para que tenham a oportunidade de vestir um uniforme e se juntar ao Capitão América para derrotar o inimigo.

3.1.2. Análise Semiológica

Através de uma análise de conteúdo foi possível identificar algumas motivações para a distribuição de ícones conhecidos, como as cores e estrelas da bandeira norte-americana, a suástica nazista, o bigode de Hitler, entre outros elementos que compõem a imagem. No entanto, o estudo foi além e investigou aspectos ideológicos e símbolos latentes presentes na imagem através de uma análise semiológica.

Segundo Rose (2001), o entendimento de uma análise semiológica consiste na identificação do processo de criação de significado de símbolos utilizados por um meio de expressão, como, por exemplo, a publicidade. No entanto, este processo também pode ser aproveitado para transmitir ideologias para defender os interesses de classes dominantes. Rose aproveita o sistema de análise sugerido por Ferdinand de Saussure, onde este divide o processo entre referência (o objeto em análise), seu significado (uma descrição literal do mesmo) e a sua nomenclatura (nome pelo qual o objeto-referência é conhecido). Desta forma, foi criada uma análise semiológica da capa da edição 1 do Capitão América da seguinte forma:

Referência 1: Estados Unidos da América (país)

Significado: Única potência militar capaz de salvar o mundo da Alemanha nazista

Nomenclatura: Capitão América

Porém, como apontado na análise anterior, a capa da revista não se trata de uma provocação barata aos alemães, afinal, a revista foi feita para uma audiência norte-americana e busca engajá-la para uma guerra iminente. Para tanto, foi criado o personagem Bucky e sua imagem de soldado preparado para a guerra:

Referência 2: Jovem cidadão norte-americano

Significado: Indivíduo que tem a oportunidade de se juntar à força militar norte-americana e salvar o mundo

Nomenclatura: Bucky

Referência 3: Alemanha nazista (governo de um país)

Significado: Inimigo que quer destruir o mundo

Nomenclatura: Hitler

Por esse ângulo é possível ir além da primeira análise, que identificou a intensão de convocar jovens norte-americanos para a guerra, e enxergar que a capa da revista tem dimensões intercontinentais, muito maiores do que uma luta entre Hitler e o Capitão América. Rose (2001) ainda menciona a função do texto misturado à uma imagem complexa, como a que está em análise neste caso, como uma âncora que “permite ao leitor escolher entre o que poderia ser um número confuso de possíveis significados... O texto nos anúncios publicitários geralmente funciona como âncora” (p.81). Nesta capa, a âncora de peso maior, que atrai o leitor ao objeto-referência principal é bastante clara: *America*. Vale notar que o título *Captain* que compõe o nome do herói fica em segundo plano.

Através das análises de conteúdo e semiológica é possível verificar o elevado grau de sofisticação em que uma mensagem transmitida através de imagens é capaz de atingir, assim como a gama de possibilidades que uma mensagem pode conter ao juntar o significado de símbolos reconhecidos.

3.1.3. Análise Psicanalítica

Entretanto, existem formas de se transmitir uma mensagem de uma forma menos direta do que toda a simbologia analisada anteriormente, mas de atingir o psicológico da audiência sem que esta perceba ou permita.

Ao se tratar de cultura visual os costumes de uma sociedade entram decisivamente na equação, e por mais que as intensões de uma imagem sejam identificadas através de uma análise semiológica, isso não significa que a audiência-alvo irá reagir como tal. Para tanto, é também recomendada uma análise visual psicanalítica que “foca nos efeitos emocionais de imagens visuais” (ROSE, 2001, p. 103). Rose (2001) introduz seu capítulo sobre o tema resumindo a abordagem de uma análise deste gênero aos campos da “cultura visual, prazer visual, perturbação visual”, e considera que “a psicanálise consiste de uma gama de teorias que lida mais centralmente com subjetividade humana, sexualidade e o inconsciente” (p.100).

O estudo abordou algumas dessas teorias ao analisar como estas moldaram os Quadrinhos para se enquadrar ao discurso vigente. Na definição de Rose (2001), “discurso é um determinado conhecimento sobre o mundo que molda a compreensão do mundo e como as coisas devem ser feitas nele” (p.136), e os Quadrinhos como media de massa são criados sob essas diretrizes. Mas também como autores usaram dessas diretrizes para criar “perturbação visual” e, aos poucos, moldar a audiência a uma nova compreensão do mundo.

3.1.3.1. Falocentrismo

Como consequência da teoria do complexo de castração de Sigmund Freud “elaborada para explicar a diferenciação de bebês em meninos e meninas” (ROSE, 2001, p.106), vem o termo falocentrismo, que Rose explica da seguinte forma:

A importância dada ao falo (ausente) nesse tipo de questão muitas vezes leva ao uso do termo falocentrismo em vez de patriarcado para descrever a forma como o significado cultural é estruturado em torno de termos masculinos (ROSE, 2001, p.108).

Os Quadrinhos não são excessão a essa estrutura cultural, principalmente nas obras *mainstream*, como o todo poderoso Superman, da DC Comics, lançado em 1938 pela então Detective Comics. Superman é o homem (na verdade um alienígena) mais poderoso do mundo e reúne uma enorme lista de poderes no mesmo herói. No entanto, não tardou para que a DC lançasse o seu equivalente em versão feminina, a Wonder Woman ou Mulher Maravilha, em 1941, na revista em Quadrinhos All Star Comics #8. No aspecto semiológico, a criação da Wonder Woman, vestida com estrelas sobre o azul da bandeira norte-americana, não difere muito do propósito do Capitão América, ambos lançados no mesmo ano como heróis que ajudariam a América a vencer a guerra. Um ano depois, com a guerra para os Estados Unidos já em curso, Wonder Woman receberia sua própria revista em Quadrinhos, onde é retratada a liderar a cavalaria norte-americana no campo de batalha contra os nazistas. Não há uso descarado da suástica, porém o capacete utilizado pelos soldados revelam ainda assim a origem do inimigo.

Annette McDermott (2018), em *How World War II Empowered Women*, comenta que “Uma vez que os Estados Unidos entraram na Segunda Guerra Mundial os homens foram para a guerra aos milhões e as mulheres assumiram os empregos civis e militares que deixaram para trás”. Para tanto, campanhas publicitárias foram exibidas para incentivar mulheres a acreditarem que podem ocupar posições que antes pertenciam apenas a homens. A imagem da bela Naomi Parker a trabalhar com sapatos de salto alto numa base naval durante a guerra ganhou fama e foi aproveitada para a criação da personagem que se tornaria ícone da força feminina: Rosie the Riveter, sob a chamada “*We Can Do It!*”.

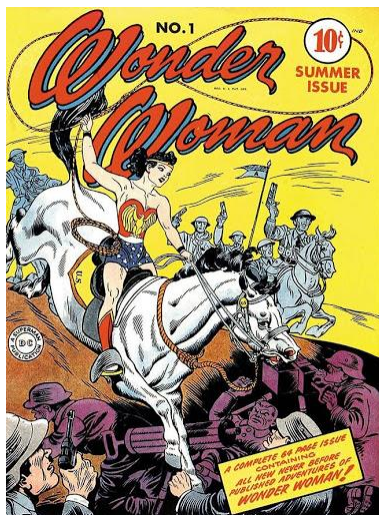


Figura 40. Mulher Maravilha #8 (PETER, 1942)



Figura 41. Naomi Parker trabalhando de salto na estação Alameda Naval Air durante a segunda guerra mundial. (1942)



Figura 42. We can do it! (MILLER, 1942)

Pelo ângulo psicanalítico, a Mulher Maravilha pode ser interpretada como um feminismo disfarçado por parte da DC Comics para contrastar com as aventuras de outros heróis, nas quais a personagem feminina era quase sempre um objeto a ser admirado e resgatado do perigo pelo herói, como Jane, nos Quadrinhos de Tarzan, Mary Jane, de Spiderman, Lois Lane, do próprio Superman, entre outras. A Mulher Maravilha pode ser vista como um incentivo para a audiência feminina acreditar na força das mulheres, sem deixar de obedecer a estrutura de uma sociedade patriarcal, já que ela fica em segundo lugar na lista de heróis mais poderosos do universo criado pela DC Comics, apenas atrás do Superman. “Com o objetivo de inspirar o patriotismo, a imagem de Rosie, the Riveter, foi uma maneira nova e diferente de retratar as mulheres, e muitos historiadores a citam como uma inspiração para a libertação feminina...os papéis femininos continuaram a se expandir na era pós-guerra” (McDermott, 2018). A Mulher Maravilha, assim como Rosie, desperta esse mesmo sentimento de libertação entre a audiência *pop* feminina.

O falocentrismo estrutural da sociedade norte-americana também é presente na banda desenhada europeia. Se listarmos 10 dos mais populares personagens da banda desenhada, serão praticamente todos masculinos, como: Tintin, Corto Maltese, Asterix, Lucky Luke, Spirou e Fantasio, Gaston Lagaffe, Blueberry, Blake e Mortimer, Largo Wynch, e os Smurfs. Nos Smurfs, ainda há a Smurfette entre os personagens principais, mas nova mente um elemento feminino a ser desejado por tantos outros masculinos. Uma das raras exceções a essa estrutura é a personagem Yoko Tsuno, criada pelo belga Roger Leloup em 1970, descrita por, Etienne Quesnay (2017), na revista *Neon*, da seguinte forma:

Ela tem uma rua com o seu nome na Bélgica e suas aventuras fascinaram muitos leitores. Uma das primeiras séries feministas, narra as aventuras de um gênio eletrônico que adora dirigir cupês esportivos.

No entanto, para atingir tal status, desejado por muitos homens belgas, Yoko Tsuno teria que vir do Japão, um lugar tão distante e desconhecido para a maioria da audiência, de forma a possibilitar a aceitação das diferenças da personagem.

Enquanto isso, ao transportar esta análise até o *mangá* japonês, é possível encontrar um número maior de obras em que a personagem principal é uma figura feminina, como a série *Ghost in a Shell* de Masamune Shirow, e *Inu-Yasha* de Rumiko Takahashi. Vale ressaltar que não se tratam de títulos criados especificamente para o público feminino, como é o caso da obra *Sailor Moon*, de Naoko Takeuchi, e também não entram na categoria de obras para todas as audiências, como acontece com as principais personagens femininas de Quadrinhos ocidentais, que são na verdade crianças, como por exemplo *Little Lulu*, de Marjorie Lyman Henderson, *Mafalda*, de Quino, *Lucy van Pelt*, de Charles Schulz, e a *Mônica*, de Maurício de Souza.

Entretanto, em diversas situações, mesmo quando há um personagem masculino como principal dentro de um *mangá*, há com alguma frequência um contraposto feminino que o complementa, como acontece na cultuada série *Evangelion*, criada por Yoshiyuki Sadamoto, em 1994. Na figura abaixo se vê o personagem principal, Shinji, ao centro, um menino que por motivos místicos é o único capaz de pilotar a única máquina capaz de salvar o mundo, no entanto, não possui técnica, coragem ou equilíbrio emocional. À direita, Asuka é a mais qualificada no combate, destemida, mas também desequilibrada emocionalmente e, finalmente, à esquerda Rei pilota a máquina mais frágil, porém nunca se exalta ou desobedece um comando da liderança. Dentro da história, o trio divide o posto de personagem principal, e o elemento masculino é o elo entre os três personagens. As personagens femininas preenchem as lacunas técnicas e emocionais do personagem masculino.



Figura 43. *Evangelion* #13 (Sadamoto, 1994)

Essa divisão cristalina de funções de cada personagens de Evangelion para criar um grupo completo reflete a importância dada pelos japoneses à sua cultura organizacional, onde cada elemento é dividido de acordo com os seus atributos, da culinária às posições sociais. Segundo Takashi Koyama (1961), em *The Changing Social Position of Women in Japan*, essa disciplinada organização social remonta ao shogunato de Tokugawa Ieyasu, entre 1603 a 1868.

Foi dentro desse sistema feudal totalmente desenvolvido que aqueles padrões de vida peculiares à era Tokugawa, o *hōken bunka*, se cristalizaram completamente e passaram a moldar todos os aspectos da vida - econômica, política, social e religiosa - das pessoas. Assim, foi nesta era da história da nação japonesa que um sistema de classes rígido e inflexível foi estabelecido ... embora a separação na prática real nem sempre fosse clara, cada classe desenvolveu sua própria forma mais ou menos distinta de vida, e refletia um modo particular de vida. Consequentemente, como se esperava que as pessoas comuns em certa medida padronizassem suas vidas de acordo com a cultura *samurai*, as normas centradas no *samurai* - particularmente aquela que diz respeito à conduta de homens e mulheres - passaram a governar ... a conduta de todas as pessoas na sociedade ... os plebeus não estavam apenas dispostos a aceitá-las; eles estavam ansiosos para segui-las em suas vidas diárias (KOYAMA, 1961, p.9).

A disciplina organizacional *samurai*, ainda que patriarcal, fez com que cada cidadão japonês soubesse exatamente a sua função e a sua posição dentro da sociedade. Em relação às mulheres, estas ocupavam funções domésticas para a família e jamais exerciam funções de homens e vice versa, de forma a manter o equilíbrio social, sem ocupações sobrepostas.

Koyama explica que a nova constituição japonesa transformou a posição das mulheres nessa sociedade, principalmente graças ao artigo 14, que diz:

Todas as pessoas são iguais perante a lei e não deve haver discriminação nas relações políticas, econômicas ou sociais por causa de raça, credo, sexo, condição social ou origem familiar - De acordo com este artigo, todas as mulheres japonesas devem ser tratadas sem discriminação por homens em todos os aspectos da vida - política, econômica e social (KOYAMA, 1961, p.16).

Em termos de lei, esta também se assemelha ao disposto em constituições ocidentais e, segundo Koyama, foram até inspiradas nas mesmas. No entanto, a rígida herança disciplinar *samurai* fez do povo japonês, um povo organizado, atento a valores sociais e mais disposto a cumprir as regras vigentes, ao contrário da mentalidade libertina comum ao ocidente.

À medida que a participação das mulheres cresceu fora do lar, respaldadas pela lei, estas começaram a ocupar posições antes exercidas por homens. Yuriko Koike, por exemplo, ocupou a posição de ministra da defesa do país antes de ser eleita a primeira mulher a governar Tóquio (LANDERS, 2016, July 31), posições que refletem a aceitação da sociedade perante uma liderança feminina. Os Estados Unidos, por outro lado, jamais teve uma mulher à frente do seu ministério da defesa, segundo a *Historical Office*, ou à frente do governo de Maryland, que abriga a capital, Washington D.C.

Logo, a naturalidade em receber uma liderança feminina por parte de uma sociedade à frente de posições altamente estratégicas em situações extremas como uma guerra, por exemplo, reflete a mesma aceitação em outros campos sociais, como nos negócios, meios de comunicação e também, mesmo que ainda de forma tímida, nos *mangá*. Vale igualmente ressaltar que na série de *mangá Vagabond*, de Takehiko Inoue, que retrata a época feudal japonesa com fidelidade, não há uma personagem feminina com participação constante na história, o que espelha a rigidez patriarcal dos *samurai*.

3.1.3.2. Voyeurismo

Através dessa análise psicanalítica sob a ótica do falocentrismo foi possível constatar que os *Comics* americanos e a banda desenhada Europeia não oferecem uma quantidade significativa de obras *mainstream* lideradas pelo sexo feminino, sem que esta tenha sido criada para atender aos anseios e interesses de uma instituição ou audiência masculina. “Parece que a visão das mulheres como não-homens castrados nos filmes não seriam muito atraentes para o frequentador de cinemas” (ROSE, 2001, p.110). A análise de Rose da produção cinematográfica patriarcal de modo geral pode ser aproveitada para explicar a ausência de heroínas em séries de Quadrinhos, se considerarmos que não existe diferença na elaboração de uma narrativa para Quadrinhos ou filmes. Laura Mulvey (1989) citada em Rose (2001) descreve o fenômeno como voyeurismo “uma forma de ver ativa que distancia e objetiva o que é olhado. É controlador e até sádico. É um olhar dado apenas a homens pelos filmes (tanto aos personagens no filme ou para a sua audiência). Ele lida com a ansiedade de castração ao investigar a mulher e coloca-la em perigo para então puni-la ou salva-la” (p.110).

Os filmes em geral, assim como os Quadrinhos, são criados dentro de estruturas patriarcais para audiências masculinas. No entanto, essa divisão não é clara. Ao contrário das narrativas que são elaboradas para todos (incluindo crianças) ou para a audiência feminina, aquelas elaboradas para a audiência masculina não são definidas como tal, e abrangem todas as outras que não se encaixam nas duas primeiras categorias.

Porém, além do ponto de vista masculino proporcionado por narrativas, ou seja, o voyeurismo tradicional, existem outros tipos de voyeurismo, como a escopofilia fetichista “quando a figura feminina é representada simplesmente como um belo objeto de exibição (a objetificação dela mostra como o voyeurismo e esse tipo de fetichismo podem se sobrepor)” (ROSE, 2001, p.110-111). A partir do princípio que, salvo as exceções, os Quadrinhos são elaborados à audiência masculina, as personagens femininas dentro destes são desenhadas de forma a atenderem ao fetichismo de um público masculino heterossexual, com os atributos que esta determinada audiência gostaria de ver em uma mulher e não necessariamente que uma mulher gostaria de ver em si própria, desde personagens *cult* de Quadrinhos adultos como Druuna, da série *Morbus Gravis*, criada por Paolo Serpieri, em 1986, à personagens tão comerciais quanto a Mulher Maravilha.

No entanto, o voyeurismo não se limita à figura feminina diante do ponto de vista masculino. O voyeurismo está presente no dia a dia do ser humano em sua forma mais elementar: a simples curiosidade de observar a vida alheia. Na novela gráfica *Primavera-Verão 2020*, composta pela trilogia

La Maison Radieuse, L'Étoile Mystérieuse, e Le Domaine des Dieux, de Eduardo Côrte-Real (2020), elaborada durante a pandemia de covid-19 em Lisboa, o autor oferece ao leitor o seu olhar cotidiano dentro de uma realidade de quarentena, restrições sociais e férias de verão. O autor não só oferece o olhar ao elaborar ilustrações a partir da sua própria visão, seja na rua ou dentro de casa, mas também seus pensamentos diante de situações reais, convidando o leitor a pegar uma carona na sua mente durante a narrativa.



Figura 44. *La Maison Radieuse* (Real, 2020)

3.1.3.3. Fase do Espelho de Lacan

Apesar de parecer bastante evidente que grande parte das narrativas são criadas dentro de uma estrutura patriarcal heterossexual, principalmente nos Quadrinhos, quando o autor pode exibir exatamente aquilo que deseja através dos seus desenhos, sobressai vale notar que a audiência não é composta inteiramente por homens. Portanto, o sucesso de narrativas elaboradas para agradar ao olhar masculino entre a audiência feminina também diz respeito ao olhar feminino em relação aos homens e às mulheres dentro de uma sociedade.

Segundo Lacan, os bebês passam pelo estágio do espelho quando reconhecer uma imagem em um espelho como seu eu. No entanto, como acontece com o bebê 'reconhecimento' da castração da mãe, esse outro reconhecimento acontece através de uma visualidade particular, e também através de uma construção particular de espacialidade. Por um lado, a imagem no espelho e o corpo aparentemente simplesmente os reflexos são vistos pelo bebê como completos e inteiros. Isto é fascinante e sedutor...Este é o momento fundador, portanto, do imaginário, que é o campo das inter-relações entre o sujeito e outras pessoas ou objetos. Por outro lado, a imagem no espelho também envolve um reconhecimento incorreto, uma vez que o bebê sabe que a imagem não é ela mesma. (ROSE, 2001, p.113).

A teoria da fase do espelho de Lacan permite a compreensão do olhar de uma sociedade como um todo. Como homens gostariam de ser, o que estes gostariam de ter, o que as mulheres esperam de homens e de si próprias, entre outros ideais repetidos incessantemente em narrativas elaboradas para mídias desde jogos eletrônicos aos Quadrinhos. Esse argumento, no entanto, foca seus esforços na estrutura patriarcal que diminui a mulher em relação aos homens, enquanto a marginalização ideológica de outros grupos dentro de uma sociedade são construídos da mesma forma.

Por isso, o estudo aproveitou o conceito de reflexo da sociedade oferecido pelo espelho de Lacan para identificar transições de estruturas ideológicas ultrapassadas aos novos ideais da sociedade contemporânea, através de uma nova geração de Quadrinhos. Para tanto, serão analisadas as obras de autores que perceberam essa transição de ideais para adaptar suas obras a uma nova realidade.

A premiada obra *Nódoa Negra* de 2018, composta por 12 autoras: Bárbara Lopes, Cecília Silveira, Dileydi Florez, Hetamoé, Inês Caria, Inês Córias, Marta Monteiro, Mosi, Patrícia Guimarães, Sara Figueiredo Costa, Sílvia Rodrigues e Susa Monteiro, tem como tema as dores físicas e emocionais que as mulheres sofrem sozinhas durante suas vidas, como o gravidez e parto, períodos menstruais, assim como a solidão de sustentar essas dores exclusivas às mulheres dentro de uma sociedade patriarcal. A obra é composta por 12 mulheres, onde cada uma pôde dividir sua experiência pessoal, e apresenta um estilo artístico livre dos conceitos estéticos de anatomia humana comumente utilizados nos Quadrinhos. Estes atributos refletem uma sociedade que não está limitada por estruturas ideológicas antiquadas. Além da premiação, segundo a Bedeteca de Beja (2019) suas autoras foram reconhecidas com um convite para participar do 15ª edição do Festival Internacional de Banda Desenhada de Beja.



Figura 45. Nódoa Negra (RIBEIRO, 2018)

Outra obra premiada, *Pílulas Azuis* ou *Pilules Bleues*, de Frederik Peeters (2001) dirige a audiência a uma temática igualmente marginalizada, principalmente entre os anos 80 e 90, mas que a agora recebe um olhar mais natural da sociedade, a síndrome da imunodeficiência adquirida. A narrativa também exhibe desenhos livres de predeterminações estruturais e seus personagens principais são portadores de do vírus HIV. *Pílulas Azuis*, segundo a editora Atrabile (2020) “foi traduzido para uma dúzia de idiomas e é cortejado pelo cinema”. Peeters, por sua vez, foi convidado de honra do Festival de Bande Dessinée Lausanne, segundo a BDFIL (2020). A tradução da obra para tantos idiomas refletem o importante indício de que uma diversidade cultural considerável está disposta a dirigir o seu olhar a essa questão.



Figura 46. Pílulas Azuis (PEETERS, 2001, p.5)

Por outro lado, culturas também são marginalizadas de forma a construir uma imagem com efeito geográfico sobre um grupo de pessoas, tornando-as em alienígenas, e o local em este grupo habita em

algo similar a um planeta extraterrestre. Porém, alguns autores criaram obras para desvendar e desmistificar essas culturas “extraterrestres” à audiências alienadas, que, por sua vez, mostraram-se interessadas em conhecer o desconhecido, interesse este impulsionado pela curiosidade natural ao ser humano.

A obra *Morro da Favela*, de André Diniz (2011), conta a história de um fotógrafo morador do Morro da Providência, um dos locais mais violentos da cidade do Rio de Janeiro. Este morro é localizado no centro da cidade e grande parte dos transeuntes que passam ao seu entorno no dia a dia, jamais pousaram os pés em seu interior. “Morro da Favela é uma narrativa necessária para se entender o dia a dia das favelas cariocas pelo ponto de vista de um morador, que buscou na fotografia sua identidade e acabou fazendo um registo que entrou para a história da cultura carioca” (DINIZ, 2018). Diniz ilustra seus personagens através de formas incomuns onde o olho é destacado como uma forma, ou talvez uma crítica, aos anseios da audiência em querer visualizar aquilo que ignorado diariamente.

Dentro do segmento cultural, vale também destacar as obras: *Persepolis*, de Marjane Satrapi (2000-2003), *Almas Públicas*, de Marcello Quintanilha (1999), e *Tren de Ficción*, de Carlos Lavida (2012). No aspecto de marginalização de grupos sociais, como por exemplo os homossexuais, sobressai a premiada obra de Julie Maroh (2010), *Le bleu est une couleur chaude*. Muitas outras obras, que surgiram principalmente no início do século XXI, merecem igual reconhecimento ao atrair a audiência a temas ignorados pelos meios de expressão décadas antes.

No *mainstream*, com o intuito de se adequar à nova realidade, a Marvel e DC Comics também se esforçaram, talvez esdruxulamente, para incluir grupos sociais marginalizados em suas histórias em Quadrinhos. A DC aproveitou o fato de existir várias versões do herói Lanterna Verde para destacar John Stewart, o lanterna verde de origem afro-americana, lançado em 2011 para substituir o original Hal Jordan, criado em 1959. Em Hollywood no mesmo ano de 2011, os cinemas lançaram o primeiro filme do herói, porém na versão branca, marcando o breve retorno de Hal Jordan, o que dá abertura para avaliar as estratégias comerciais da DC como no mínimo questionáveis. Finalmente, apenas um ano depois, na edição 2 da revista *Earth 2*, outro lanterna verde de pele branca, Alan Scott, volta a ser destacado, porém, como herói homossexual. O autor da história John Robinson (2012) reconhece a transformação social ao considerar que “é um retrato realístico da sociedade. Você tem que acompanhar as mudanças com o tempo” (2012, June 1). Ao considerarmos os títulos mencionados anteriormente, as declarações de Robinson parecem atrasadas em ao menos meia década, além do fato da DC suprimir o lanterna verde afro-americano para lançar a versão gay, aparentemente numa consideração de que um herói homossexual e de descendência africana seria demais para o *mainstream*.



Figura 47. Morro da Favela (DINIZ, 2011)



Figura 48. Earth 2 #2 (ROBINSON, 2012)

O designer da série jogos eletrônicos de futebol americano Madden, da Electronic Arts, Gordon Bellamy, reconhece essa dificuldade de aceitação por parte da sociedade ao relatar, em *High Score*:

Eu tenho paixão pela narrativa do esporte. Eu sou negro e sou gay, e quando crescemos como afro-americanos gays, temos que viver com regras diferentes. Para mim, os jogos eram um sítio onde as regras eram iguais...Esperei toda a minha vida para ver jogadores negros, um reflexo de mim mesmo, dentro dos jogos. Então em 1995 pusemos jogadores negros nos jogos, e foi provocador, porque as pessoas nunca tinham visto pessoas negras na embalagem de jogos de esporte. Era algo novo...Para as pessoas marginalizadas, muita energia é dedicada a justificar a nossa presença em locais. Por isso quando nos colocam por predefinição, tem grande significado (COSTREL, 2020, 00:25:15 – 00:28:28).

3.1.3.4. A Queda da *Mascarade*

Dessa forma, foi constatado que o início do século XXI foi um marco para o surgimento de uma nova vertente de autores que apresentaram novos estilos artísticos e abordaram temas antes ignorados ou marginalizados pela sociedade. Foi igualmente constatável que esta abertura se deu através do reflexo de uma sociedade agora disposta não só a abordar essas questões, mas também apoiar aqueles que nelas estão inseridos.

Rose (2001) cita o estudo de Joan Riviere em que esta considera que o comportamento sugerido às mulheres, para que esta seja considerada feminina “não é natural, mas construído...A feminilidade pode ser vista como uma máscara, uma *mascarade*, realizada através da imitação do que ser uma mulher significa. A feminilidade pode ser pensada como ‘uma camada decorativa que oculta uma não-identidade’” (p. 117). Não é preciso investigar muito além para concluir que as regras a serem seguidas por afro-americanos gays, mencionadas por Gordon Bellamy acima, também fazem parte desse carnaval de máscaras, junto a outros conjuntos de regras elaboradas para cada segmento dentro de uma sociedade, de forma a categorizar e controlar o comportamento de cada um.

No entanto, o século XXI mostra, inclusive nos Quadrinhos, que as pessoas estão fartas de regras e injustiças arbitrárias. As máscaras estão a cair, e as pessoas cansadas de fingir aquilo que não são. Os diversos modos de liberdade estão em alta no pensamento popular contemporâneo e este fato fica claramente refletido nas obras de Quadrinhos, e de outros modos de narrativa, lançados na primeira década deste século.

3.1.3.5. Referências no Capítulo 3

BDFIL (2020). Frederik Peeters. Retrieved from <http://www.bdfil.ch>

Bedeteca de Beja (2019). Autores das exposições presentes em Beja de 31 de maio a 2 de junho. Retrieved from <http://bejabd.com/autores.html>

Costrel, F. (Creator) (2020). High Score. [Film]. Great Big Story.

Churchill, W. (1941). Give us the tools. [Radio Broadcast]. London. Retrieved from <https://winstonchurchill.org/>

Diniz, A. (2018). Morro da Favela. Retrieved from <http://andrediniz.net/>

Gregorian, D. (2012, June 1). DC Comics Green Lantern relaunched as gay superhero. New York Post. Retrieved from <https://nypost.com/>

Knauer, K. (2017). I Want You: The Story Behind the Iconic Recruitment Poster. Retrieved from <https://time.com/4725856/uncle-sam-poster-history/>

Koyama, T. (1961). The changing social position of women in Japan. Switzerland: La Tribune de Genève.

Kromm, J. & Benforado, S. (2009). A History of Visual Culture. Western Civilization from the 18th to the 21st Century. London & New York: Berg.

Landers, P. (2016, July 31). Yuriko Koike Elected Governor of Tokyo, First Woman in Post. Retrieved from <https://www.wsj.com/>

Marvel (2020). Captain America Comics (1941) #1. Retrieved from https://www.marvel.com/comics/issue/7849/captain_america_comics_1941_1

McDermott, A. (2018, October 10). How World War II Empowered Women. Retrieved from <https://www.history.com/>

Quesnay, E. (2017). Le top 20 des BD les plus cultes de notre enfance. Retrieved from <https://www.neonmag.fr/>

Rose, G. (2001). Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual. London: SAGE Publications Ltd.

PARTE II

4. A VISUALIDADE MULTISSENSORIAL

A 'queda das máscaras' e o fim das regras arbitrárias marcam um recomeço aos anseios de uma audiência com características cada vez mais individuais. Todos querem ser e agir de acordo com aquilo que são, assim como são intolerantes a qualquer recriminação em relação a isso. Ao mesmo tempo que este fato vira a página em temas ultrapassados (mas que lamentavelmente ainda estão por aí) como o patriarcalismo, discriminações sociais, étno-culturais e religiosas, a individualidade de cada indivíduo gera um outro tipo de fenômeno social: a incompatibilidade individual.

No Coreia do Sul, emerge a já bem difundida cultura *Honjok*, ou a 'tribo solitária', uma geração que abraça a solidão e a independência, refletindo o número crescente de famílias com uma única pessoa no país e a mudança de atitudes em relação ao romance, casamento e família" (STELLA, 2018, July 11). No entanto, esse modo de vida não influencia apenas a vida no lar, os adeptos preferem a solidão em todos os aspectos, da casa aos bares e restaurantes, alheios aos olhares e julgamentos de terceiros, o que resultou no surgimento de *one person restaurants*, específicos para adeptos dessa cultura. Michael Breen conduz um estudo sobre o fenômeno e explica, em *The rise of South Korea's 'loner' culture*, que "é uma consequência natural da democracia e do desenvolvimento econômico... quanto mais você viver com a democracia, mais seus valores se tornarão individualistas sobre os coletivos" (STELLA, 2018, July 11).

A fotógrafa Nina Ahn descreve a cultura como "uma sensação de desistência... Vivemos em uma geração em que simplesmente trabalhar duro por um futuro brilhante não garante felicidade, então por que não investir no tempo 'para mim'?" (STELLA, 2018, July 11). Esta sensação de desistência é análoga ao que Milton Glaser (2004), em *Ambiguity and Truth*, considerou como descrença epidêmica nas instituições, que transforma a sociedade em uma audiência cínica. "O cinismo gera apatia e uma sensação de impotência que faz com que as pessoas se retirem da vida pública" (GLASER, 2004). Nina Ahn relata que a situação se desvenda da seguinte forma:

Na geração de nossos pais, as pessoas sabiam que depois de trabalhar muito e economizar por certo número de anos, poderiam comprar uma casa para a família. Mas chegamos à conclusão de que nunca seremos capazes de possuir algo assim, mesmo que trabalhemos por toda a nossa vida. Meus colegas sabem que não existe um *happily-ever-after*, e eles estão respondendo à vida de uma maneira mais sábia. Nossas prioridades na vida mudaram (STELLA, 2018, June 11).



Figura 49. Dokgojin restaurante de uma pessoa (2020)

A cultura *Honjok* talvez preveja a extremidade de uma tendência individualista emergente no ser humano. No entanto, é preciso reconhecer que os motivos relatados por Nina Ahn também fazem parte da realidade dos jovens em boa parte das sociedades do planeta, principalmente nos grandes centros populacionais, onde todo o conteúdo analisado neste estudo foi criado. Ainda que noutras sociedades as reações ou novas ‘tribos’ geradas a partir deste cenário tenham características diferentes às do *Honjok*, a sensação de descrença e apatia é generalizada. Aliada à liberdade e independência individualistas, essa sensação pode gerar uma audiência dormente a impulsos e, até certo grau, desencorajada a procurar divertimento em obras tradicionais. “O papel mais profundo da arte é de criar uma realidade alternativa, algo que o mundo precisa desesperadamente neste momento” (GLASER, 2003, June 29).

4.1. A Cultura dos Sentidos

Apesar do cenário socioeconômico desalentador enfrentado por jovens em todo o mundo, Glaser (2003), em *Dark and Light - The Strange Case of the Decline of Illustration*, sugere um motivo adicional, subconsciente e biológico, ao desinteresse generalizado por parte da audiência, que foge do controle da mesma:

Se você ligar a TV e desviar o olhar para a parede próxima, descobrirá que os reflexos produzidos pela luz da TV variam constantemente em contraste e intensidade. Esses contrastes são paralelos aos sons emitidos pela mesma fonte. Ocorreu-me que mudanças abruptas na intensidade da luz eram indicações de perigo para o qual nosso

sistema neurológico evoluiu. Que efeitos pode produzir uma vida inteira de exposição a esse ataque? Cada célula do nosso corpo foi programada para responder à luz. É óbvio que a intensidade do contraste visual e de áudio aumentou ao longo dos anos. Presumo que a resposta de nosso cérebro a esse ataque contínuo seja um amortecimento protetor para nossos receptores neurais (GLASER, 2003, June 29).

O efeito sanfona neurológico criado por contrastes comuns aos meios de comunicação, e evidenciado por Glaser, prejudica a resposta do ser humano a novos impulsos ao longo do tempo, de forma semelhante a por exemplo, os efeitos de uma droga sobre seu usuário. Ao primeiro contato, o usuário reage de forma aguda à substância, reação essa criada de forma exagerada pelas defesas do corpo como alerta de intoxicação. Ao longo do tempo, o usuário constante recebe um efeito amortizado, a partir do momento em que o corpo entende que a substância será constantemente ingerida, independente dos alertas. O corpo aprende a conviver com a substância tóxica. “Estou convencido de que a passividade e indiferença do público americano para com suas próprias vidas e interesses, está de alguma forma relacionada a este fenômeno” (Glaser, 2003, June 29). Vale estender a declaração de Glaser a públicos originários de outras localizações geográficas.

Ao considerar que esta dormência, psíquica e biológica é uma possibilidade real, autores de narrativas são impelidos a criarem um novo formato, capaz de despertar os nervos da audiência, afim de injetar novo interesse na mesma, seja no cinema, nos jogos eletrônicos ou nos Quadrinhos. “O que é necessário em nosso campo (artístico), mais do que qualquer outra coisa, é a transgressão contínua” (GLASER, 2003, June 29).

4.2. Neuromarketing

A visualidade, porém, permanece o principal sentido a ser explorado por peças de comunicação em geral, assim como autores de narrativas e obras artísticas. Consequentemente, a visão é o sentido mais desgastado em termos biológicos, aliado ao som no caso de obras audiovisuais. Diante disso, o mercado decidiu partir para a exploração dos outros sentidos remanescentes, praticamente intactos pelo bombardeio de contrastes comunicativos: tato, olfato e paladar, assim como o som para meios de expressão que tradicionalmente não são audiovisuais, como a arte sequencial.

Martin Lindstrom (2009), em *A Lógica do Consumo*, joga luz sobre a crescente compreensão da biologia humana para explicar atitudes de grupos sociais que não são necessariamente resultantes de um determinado cenário socioeconômico, mas por reações químicas subconscientes desencadeadas pelo relacionamento entre os sentidos humanos e o ambiente. “O neuromarketing é a chave para...os pensamentos, sentimentos e desejos subconscientes que impulsionam as decisões de compras que tomamos em todos os dias das nossas vidas” (p. 13). Entretanto, o estudo de Lindstrom visou também a desvendar o que torna um determinado tipo de comunicação memorável entre a volumosa exposição publicitária à qual a audiência é submetida diariamente. “O que determina qual informação chega até a nossa consciência, e o que vai parar no depósito de lixo industrial do nosso cérebro?” (p. 11).

Dentro de uma sociedade visualmente desgastada por estímulos contínuos ao longo de décadas, é pouco provável que uma obra visual tradicional seja capaz de atingir a consciência da audiência de forma relevante e ali permanecer a longo prazo.

Descobri que a maioria das marcas que existem hoje equivale a chaves de quartos de hotel. Se você me perguntasse se deixei a chave do meu quarto em cima da cama, na cômoda, no banheiro ou em baixo do controle remoto da televisão, eu não teria a menor ideia, pelo menos não conscientemente. O mesmo se aplica à razão pela qual comprei aquele iPod Nano, um relógio Casio, um chá com leite no Starbucks ou um jeans Diesel. Não faço a menor ideia. Simplesmente comprei” (LINDSTROM, 2009, p.12).

Lindstrom então, lista alguns exemplos de marcas que aliam a sua identidade visual com outros sentidos de forma a criar um marco na consciência do indivíduo, como a rede de *fast-food* Subway, que possui um odor característico que os clientes acreditam ser da comida que é ali servida, mas na verdade se trata de um perfume que é jogado no ar. Esse odor peculiar remete aos restaurantes Subway, que levará o entusiasta da marca a levantar o olhar para localizar o letreiro, tão conhecido quanto o odor.

No Brasil, a renomada marca de calçados de borracha, Melissa, aplica um perfume que lembra goma de mascar aos seus produtos e lojas. Não é raro constatar clientes que relatam o quanto adoram o cheiro da borracha da qual são feitos os calçados, quando na verdade o cheiro não vêm da borracha.

O Metro do Rio de Janeiro aproveita a audição para gerar uma sensação de tranquilidade nos seus usuários, antes que este tenha que enfrentar os vagões lotados de gente. Ao entrar nos largos corredores da estação uma flauta soa uma melodia com passarinhos ao fundo. Esta melodia, que remete a uma caminhada num bosque florido, é igual em todas as estações e faz parte da cultura da cidade. O paladar é outra forma comumente utilizada para engrandecer a experiência da marca como, por exemplo, quando um café *espresso* é servido acompanhado de um doce particular a um determinado restaurante. O doce único será também associado à marca do restaurante.

Finalmente, o tato é o último dos 5 sentidos biológicos comuns ao ser humano a ser explorado por estratégias de marketing, ao incentivar o manuseio particular de um produto, ou uma textura única ao toque do consumidor. Um exemplo desse tipo de estratégia é o tênis *Pump* da marca Reebok, lançado nos anos 90, e talvez o mais icônico entre os tênis da marca lançados até hoje. O *Pump* convidava o usuário a apertar uma pequena bola de borracha presente na lingueta de forma a bombear ar na mesma, para que o tênis ficasse mais firme nos pés. Nessa época, o astro de basquete Michael Jordan solicitou que fosse reduzido o cumprimento do cano alto da sua marca de tênis pessoal, mais conforto e estilo em troca de um maior risco de torção de tornozelo. A eficiência do ar para a firmeza do tênis *Pump*, no entanto, não era comprovada e o mais comum era deixar o tênis sem ar enquanto este era utilizado apenas como tênis tradicional. O usuário então apertava um pequeno botão de plástico para esvaziar a lingueta com um efeito sonoro de descompressão de ar. Essa mecânica incentivava o manuseio do produto de uma forma que nenhum outro tênis era manuseado e, por este motivo, o *Pump* se tornou um grande sucesso de mercado, e cultuado até aos dias atuais.

Assim, pode-se considerar que essas marcas não possuem apenas uma identidade visual e sim uma identidade visual multissensorial. No entanto, nossa consciência não está aberta apenas a memórias com fins comerciais. A visualidade multissensorial ganhou espaço nos mercados já analisados neste

estudo: Cinema, jogos eletrônicos e a arte sequencial, e criaram igualmente um novo gênero de artista conhecidos como artistas multimídia.

4.3 Entretenimento Multissensorial

Kromm e Benforado já antecipavam a importância dos demais sentidos à visualidade ao considerar que “uma outra questão polêmica se refere à inclusividade do campo da Cultura Visual, estendendo essa gama para abranger modos sensoriais adicionais” (p.5). Portanto, foram analisadas obras e tecnologias elaboradas dentro deste contexto social transitivo, para satisfazer ao novo olhar e à nova percepção em relação à arte e à tecnologia. Walter Benjamin, citado em Kromm e Benforado (2009) conclui que “durante longos períodos da história, o modo de percepção dos sentidos humanos muda com todo o modo de existência da humanidade” (p.7).

4.3.1. Cinema

A exemplo do que foi exposto no início deste estudo, o cinema segue como principal meio artístico de expressão e costuma liderar as alterações socioculturais no campo do entretenimento. A tecnologia de exibição 3D aliada ao áudio *surround* 5.1 e posteriormente 7.1, buscou o objetivo de imergir a audiência para que esta se sinta como parte do filme. Com a nova audiência de sentidos amortizados, as salas de cinema buscaram proporcionar uma experiência ainda mais sensorial: o Cinema 4DX. O executivo de uma das maiores empresas de espetáculos do mundo Shelby Russel considera que “no cinema, para se manter competitivo e relevante no negócio do cinema, você tem que evoluir constantemente” (BLOOMBERG, 2014, 00:00:43).

A declaração de Russel vai ao encontro da consideração de John Robinson, autor da DC Comics de que os tempos de fato mudaram e uma nova proposta deve ser posta no mercado para encantar o público. A tecnologia 4DX proporciona “efeitos que envolvem 4 dos 5 sentidos” (BLOOMBERG, 2014, 00:01:05).

No entanto, os efeitos sensoriais sugeridos pelas salas 4DX aproximam a experiência de assistir um filme à de uma atração de parque de diversões, e retiram qualquer possibilidade de abstração da audiência, a partir do momento que estes efeitos transferem a atenção do espectador do filme para a sala de cinema como ambientes separados. Outro aspecto contrário à abstração é o fato de que esses efeitos sugerem a mesma reação para indivíduos diferentes, como quando o ator no filme entra num café, um jato de aroma de café é jogado na audiência. Este aroma único para toda a audiência pode não gerar uma resposta positiva de todos, afinal nem todos gostam do mesmo tipo de café e ainda há aqueles que sequer gostam de café. Ou seja, enquanto o odor for abstrato, demonstrado apenas pelo ator em sua encenação, a audiência é livre para imaginar o ambiente do seu café favorito, ou de não sentir qualquer odor pelo fato de não gostar de café. “Pode-se argumentar que perdemos a capacidade de pensamento abstrato. Quando lemos ou ouvimos rádio, a mente forma imagens em resposta à sugestão. O mesmo pode ser dito que ocorre quando uma ilustração provoca o observador por sua

relação simbólica com a realidade. A abstração encoraja a mente a fazer a ponte entre a sugestão e a realidade” (GLASER, 2003, June 29).

O estudo de neuromarketing de Lindstrom (2009), porém, não indica apenas que o uso literal dos demais sentidos biológicos do ser humano resultaria numa experiência marcante na consciência. Essas reações subconscientes também são desencadeadas a impulsos como a exposição de determinada cor, ou forma, como o número 9 que ao final do preço de um produto nos impele à compra mais que o número 5, mesmo que este seja mais barato. Portanto, existem outras formas de despertar sentimentos subconscientes sem a necessidade de jogar água na audiência enquanto chove no filme.

A obra *O Artista*, de Michel Hazanavicius (2011), exhibe sua narrativa em forma de filme mudo, em preto e branco, em pleno século XXI. A obra vencedora de dezenas de prêmios, incluindo 5 Oscars, não deixa de provocar as produções que, segundo Glaser, não permitem que a mente do espectador crie a ponte entre sugestão e realidade. Ao analisar a obra segundo a matriz de Rose, fica evidente que o filme foi criado como uma homenagem às obras do início do século XX, e que gera um sentimento de nostalgia na audiência que cresceu a assistir estas obras. “O prazer obtido ao fantasiar sobre objetos perdidos se chama desejo” (ROSE, 2001, p.125). Para fins deste estudo, dentro da visualidade multissensorial, o sentimento de nostalgia é considerado um sentido intelectual despertados graças a experiências anteriores de cada indivíduo, ao contrário dos sentidos físicos explorados pelo cinema 4DX.

O local mais importante no qual o significado de uma imagem é feito não é seu autor, ou mesmo sua produção ou a imagem em si, mas seu público, que traz seus próprios modos de ver e outros conhecimentos para apoiar na imagem e, no processo, fazem os seus significados disso (ROSE, 2001, p.23).

4.3.2. Jogos Eletrônicos

Individualidade e democracia, que segundo Michael Breen, levaram os coreanos a criarem a cultura *Honjok*, ou a escolha de viver só, é tratado pela indústria de games com um atributo indispensável à nova forma de interação digital em plataformas para multijogadores na rede, também conhecidas como comunidades: a customização. Para lançar uma partida em um jogo atual, o jogador deve quase sempre criar uma conta, sua identidade, perante o estúdio que desenvolve determinado jogo. Dentro do jogo, o indivíduo pode alterar a aparência e gênero do seu personagem com uma infinidade de opções, de acordo com o seu desejo. Essa aparência aliada ao pseudônimo do jogador criam uma realidade paralela na qual o jogador desanimado com sua vida real tenha uma oportunidade de ter sucesso em sua realidade virtual e, dentro de um cenário mais extremo, prefira interações sociais sob sua identidade virtual. Um único jogo pode criar uma rede social em torno de si com milhões de jogadores. Esse estilo de jogo se renova a cada ano sob o mesmo título e caso não ofereça funções de customização, onde o jogador pode criar uma *persona* alternativa, este cairá em desuso enquanto rede social.

Um exemplo da importância da customização na indústria de *games* é o jogo *Fortnite*, que segundo o portal *BusinessofApps.com* (2019) é uma rede de mais de 250 milhões de jogadores, disponível para diversas plataformas gratuitamente. O jogo oferece a mesma competitividade para aqueles que o jogam sempre gratuitamente e aqueles que fazem compras integradas ao jogo. O jogador que não gasta um

centavo, porém, tem sempre a mesma aparência *default* e é privado do único conteúdo pago dentro do jogo: a possibilidade de customização.

Dentro do campo visual da indústria, a guerra comercial entre empresas concorrentes de jogos eletrônicos se resumiu principalmente à capacidade de reprodução gráfica dos seus consoles, do Atari 2600, lançado em 1977, ao Playstation 4 Pro, lançado em 2016, capaz de reproduzir gráficos tão realístico a ponto de serem confundidos com a realidade. Em contrapartida, o realismo oferecido pelos games limita a capacidade de evolução, já que não existe realidade além daquilo que os olhos humanos são capazes de enxergar. Portanto, a exemplo de obras de cinema, como *O Artista*, autores de jogos, com o objetivo de oferecer algo diferente e que despertasse os sentidos do público, se libertaram de diretrizes gráficas para recapitular estilos artísticos temporariamente postos de lado, como a ilustração.

O diretor Arnt Jensen (2010) levou o conceito de abstração destacado anteriormente por Glaser ao extremo, através do jogo eletrônico *Limbo*, disponível para diversas plataformas. *Limbo*, em plena era de realismo gráfico na indústria de games, oferece um jogo ilustrado e que abusa de contrastes entre luz e sombra onde pouco se pode enxergar além de silhuetas sombreadas ou o que Rose (2001) considera como “ausências visuais que o espectador é convidado a preencher” (p.94). *Limbo* não só desperta o sentido intelectual da curiosidade humana, como os gráficos e modo de jogar remetem aos jogos eletrônicos das décadas de 80 e 90, despertando igualmente o sentimento de nostalgia. Além do prêmio de “Excelência em Artes Visuais”, recebido no *Independent Games Festival*, *Limbo* levou o prêmio de *Best Downloadable Game* na E3 2010, principal evento da indústria.



Figura 50. *Limbo* (Jensen, 2010)

Pouco antes, Kyle Gabler (2008) lançou *World of Goo*, um jogo com gráficos e jogabilidade igualmente intrigantes, que envolvia construir estruturas com bolas gosmentas vivas, para que as mesmas pudessem passar de um lado ao outro do cenário. O jogo passou longe de usar a capacidade gráfica das

plataformas nas quais foi lançado, mas ainda assim recebeu o prêmio de jogo do ano por diversas entidades. Aliados à uma trilha sonora, efeitos psicadélicos, formas e texturas incomuns, os intrigantes quebra-cabeças levam a função primordial do cérebro ao extremo. “Em nosso mundo, a realidade tem sido substituída por formas de entretenimento que exigem pouca atividade mental, que incentivam apatia e indiferença” (GLASER, 2003, June 29). Engajar o cérebro humano de tal forma, entre uma audiência que vem sendo pouco estimulada neste sentido, é outra maneira de acionar sentidos intelectuais, igualmente capaz de desperta-los da sua dormência.

Exemplos de jogos como *Limbo* e *World of Goo* maximizam a distância entre aquilo que é sugerido e aquilo que é real, afim de exercitar a abstração dos seus jogadores no maior grau possível. Estas obras procuram também explorar uma característica insaciável do ser humano, imune a regras ou adversidades socioeconômicas assim como ao desgaste neurológico: a curiosidade, uma devoradora de ideias que apesar de insaciável tem fome de inovação constante, como descreve Marina Warner (2013) em *Art and Pleasure of the Knowing*, “Objetos de curiosidade não são familiares: indagação, investigação, experimentação, amostragem ou outros métodos de desvendar o conhecimento levam à surpresa, e os resultados curiosos. Mas os efeitos não duram para sempre. O inesperado pode se tornar esperado” (p.30).

4.4. Banda Desenhada e a Visualidade Multissensorial

No caso de obras audiovisuais, que ainda possuem equipamentos tecnológicos para apoiar a sua visualização, como no caso de salas de cinema, computadores e consoles para jogos eletrônicos, é possível adicionar acessórios à aparelhagem afim de acrescentar um novo efeito multissensorial. Porém, como autores de arte sequencial e Quadrinhos adaptaram suas obras à visualidade multissensorial para despertar sentidos adormecidos e a curiosidade da sua audiência?

O estudo analisou a obra de autores conhecidos como artistas multimídia, artistas que exibem suas narrativas através de uma mistura de mídias, com foco na arte sequencial dentro de uma experiência multissensorial, a começar por Miloš Tomić (2018), autor da obra *Musical Traumas*.

Em *Musical Traumas*, Tomić exhibe quadros ilustrados em movimento para narrar “histórias verdadeiras de estudantes de música frustrados” (Tomić, 2018). O filme ainda usa recortes fotográficos para criar memórias vivas, narradas por estes estudantes de música que relatam suas próprias histórias, comuns a todos que foram de alguma maneira obrigados pelos pais a aprender a tocar algum instrumento clássico na infância.

Musical Traumas oferece ao público uma proposta visual livre de qualquer padrão comercial ou técnico, além do grande valor nostálgico entre estudantes e ex-estudantes de música clássica, que tiveram que enfrentar, quase sem exceção, o rigor dos seus mestres.

Shaun Tan (2006), por outro lado, desafia ainda mais as diretrizes comuns aos Quadrinhos, em sua obra *The Arrival*. A novela gráfica oferece uma narrativa em quadros que não possuem palavras, o que representa uma revolução na área dos Quadrinhos, até para Rose (2001) que avalia que nos Quadrinhos “desenhos não possuem significado sem o texto que os acompanha” (p.31). Eisner (1985), em contrapartida, já considerava que “é possível contar uma história apenas com imagens, sem a ajuda de

palavras” (p.16) e ainda soma a esse tipo de narrativa o fato de que “imagens sem palavras, enquanto parecem representar uma forma mais primitiva da narrativa gráfica, elas realmente requerem alguma sofisticação por parte do leitor. Experiência comum e um histórico de observação são necessários para interpretar os sentimentos mais profundos do personagem” (p.24).

Tan exibe quadros maiores do que o usual e um estilo artístico elaborado a ponto de proporcionar a sensação de que a narrativa é desvendada através de uma sequência de obras de arte. O autor também cria um mundo com criaturas fictícias que possuem um elo com criaturas reais, o que mantém a ponte entre a realidade sugerida pela narrativa e o histórico de observação do leitor.



Figura 51. *Musical Traumas* (TOMIĆ, 2018, 00:05:38)

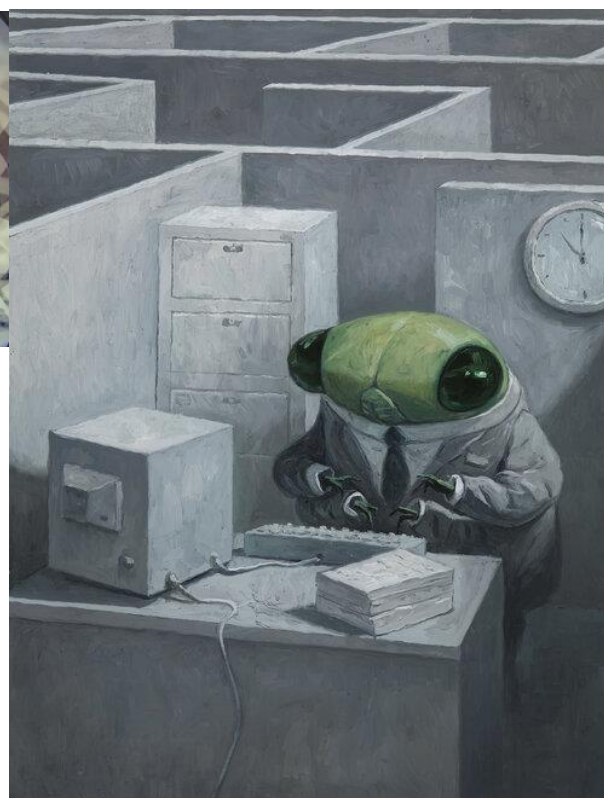


Figura 52. *The Arrival* (TAN, 2006)

Seguindo a linha da exibição de arte sequencial sem palavras, artistas como AKA Corleone e António Jorge Gonçalves fazem de suas ilustrações uma experiência multissensorial única, exigindo ainda mais contribuição da mente dos seus espectadores. AKA Corleone é um *street artist* que expõe narrativas sob forma de ilustrações coloridas que requerem um certo grau de observação até serem compreendidas em murais espalhados pelo mundo, sem ou com pouco uso de palavras. Afim de criar uma experiência multissensorial, Corleone levou suas ilustrações para o festival NOS Alive, em Lisboa, para uma exibição de música eletrônica. Enquanto o DJ compõe o som, Corleone ilustra e projeta as ilustrações no palco, em sintonia com a música.



Figura 53. NOS Alive (CORLEONE, 2018)



Figura 54. A minha casa não tem dentro. (GONÇALVES, 2017)

António Jorge Gonçalves (2018), em *Desenhos Efêmeros*, revela que “o desenho é uma atividade extremamente solitária. Essa foi a razão porque me movimetei na direção dos palcos”. Autor de Quadrinhos que exigem sentidos apurados do leitor, como *A minha casa não tem dentro*, que intercala páginas de Quadrinhos sem palavras com páginas que contêm apenas palavras, sem ilustrações, Gonçalves decidiu levar suas narrativas aos palcos, para interagir em tempo real com orquestras, atores e a audiência.

Gonçalves então passou a desenhar espetáculos e não livros, através de projeções acompanhadas por música ou como parte de uma história narrada pela união de ilustrações e atores. Essa forma de exibição de uma história em Quadrinhos, evidencia a ausência de limites existentes na arte, onde qualquer elemento pode ser acrescido para realçar a experiência, além de manter a insaciável curiosidade humana viva, tanto para o leitor como para o autor. “O desenhos faz-se no caminhar. O que há sempre é uma vontade, uma atmosfera, qualquer coisa que quer irromper” (GONÇALVES, 2018).

Espectáculos e exibições multimídia possibilitam experiências multissensoriais à audiência com o auxílio de tecnologias emergentes. O tato, porém, sempre foi um sentido fundamental à experiência do leitor de Quadrinhos, além da visão. Apesar do uso crescente de dispositivos de leitura em telas, os álbuns físicos e revistas em Quadrinhos estão longe de serem completamente substituídos. Chris Ware em entrevista para Olivia Gesbert (2018) da *France Culture*, afirma que “podia-se dizer alguns anos atrás que os livros estavam ameaçados, mas hoje as pessoas entenderam que o livro tem um papel a cumprir” (00:24:50). O ato de agarrar e folhear uma narrativa em Quadrinhos segue como elemento integrante para entusiastas deste meio de expressão. A media não limita a possibilidade de criação em qualquer aspecto, como pôde ser constatado nos livros de Shaun Tan e António Jorge Gonçalves, que apesar de serem apresentados em livros que seguem o formato tradicional, apresentam experiências estéticas com elevado grau de abstração entre sugestão e realidade. Nelson Goodman (1968) em *Languages of the Art*, explica a relação estética entre abstração e o envolvimento da audiência da seguinte forma:

Uma experiência é exemplificativa no que diz respeito às propriedades exemplificadas ou expressas...por um símbolo, não apenas coisas que o símbolo denota. Considerar tal exemplificacionalidade como estética pode

parecer uma concessão à tradição que associa o estético ao imediato...e assim insiste em que o objeto estético seja tomado pelo que é em si mesmo, e não como significando qualquer outra coisa. Mas a exemplificação, como a denotação, relaciona um símbolo a um referente e a distância de um símbolo ao que ele se aplica ou denota. À medida que a inefabilidade na análise se transforma em densidade em vez de mistério, o imediatismo se torna uma questão de exemplificação em vez de intimidade (p. 253).

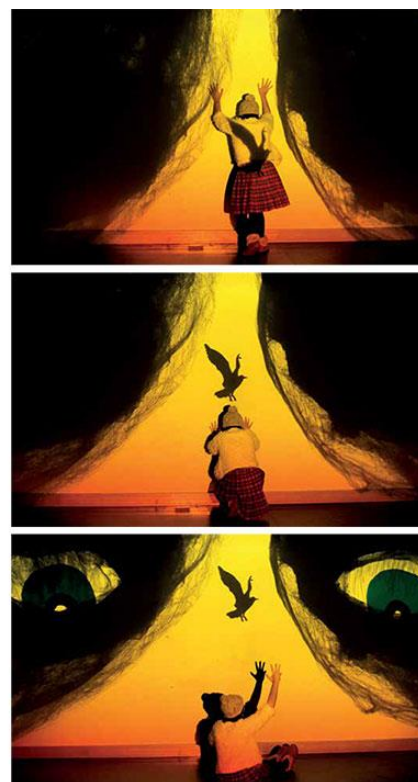
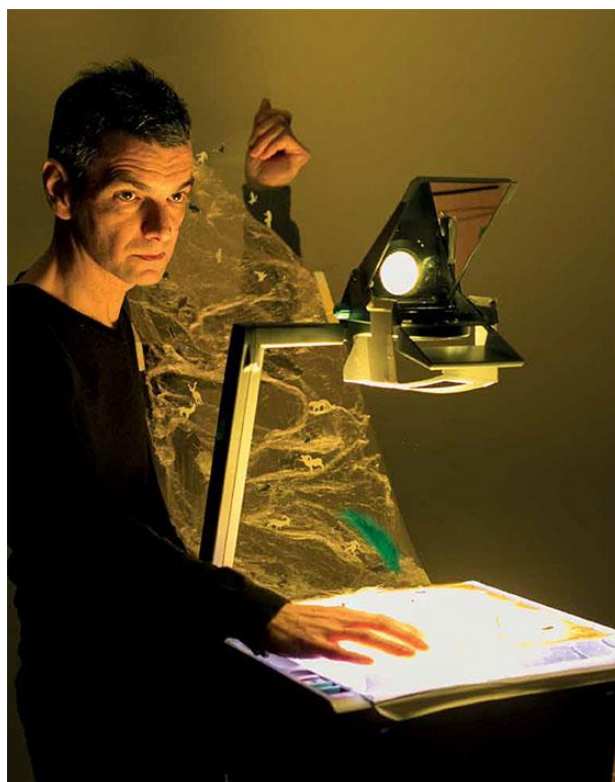


Figura 55. Desenhos Efêmeros. (GONÇALVES, 2018)

A exemplo de autores que exploram a ausência de limites dos Quadrinhos como meio artístico para gerar envolvimento da audiência, Chris Ware e sua obra *Building Stories*, aborda a demanda de personalização da nova audiência, além de oferecer ilustrações únicas, características do autor. Nesta obra, Ware propõe 14 narrativas em Quadrinhos, nos diversos formatos de impressos tradicionais (álbum de capa dura, tira, jornal, revista, poster, entre outros) a serem lidas na ordem escolhida pela audiência. Dentro destas 14 histórias, ainda há a possibilidade de encontrar histórias paralelas ocultas, que ligam uma narrativa à outra, cujo elo é elaborado pelo leitor. “Combinações inesperadas, dando origem a fenômenos não classificados, atraem a atenção da mente curiosa” (WARNER, 2013, p.35).



Figura 56. *Building Stories*. (WARE, 2012)

Quadrinhos contemporâneos elaborados com características multissensoriais pertencem a uma categoria totalmente distinta a dos Quadrinhos tradicionais. Narrativas em Quadrinhos tradicionais se desenrolam desde sua autoria até a sua leitura de forma semelhante: o autor elabora a história e a narra através de livros, revistas ou tiras. O leitor, por sua vez, consome a narrativa passivamente numa leitura que segue uma sequência semelhante à da leitura de textos, de acordo com a origem ocidental ou oriental do quadrinho em questão, como demonstra Eisner (1985) na figura 57.

Vale levar em consideração que a liberdade de exibição de narrativas em Quadrinhos proporciona sua adaptabilidade a outros meios, mas adaptações não necessariamente consistem em obras multissensoriais, que estão mais relacionadas ao conteúdo da narrativa em si do que da tecnologia utilizada em sua exibição. Esse é o caso dos Quadrinhos Digitais, ou Webcomics, que, apesar da popularidade angariada através do uso massivo de dispositivos portáteis por indivíduos ao redor do mundo, o conteúdo da narrativa pode aproximar-se mais de Quadrinhos tradicionais do que da Visualidade Multissensorial. “Identificar mudanças significativas na linguagem visual e design implica uma fase de grande relevância no desenvolvimento dessa forma de expressão visual tão popular e difundida entre diversas culturas” (PRESSER, BRAVIANO, CÔRTE-REAL, 2019, p.7).

Por outro lado, artes sequenciais e Quadrinhos multissensoriais tem por característica primordial o despertar de sentidos intelectuais e biológicos ao exigir a participação ativa do leitor para desvendar a história, conduzido pela inevitável curiosidade até que se atinja a revelação. O mistério, sugerido através de experiências estéticas inefáveis, ao ter sua realidade revelada transforma-se numa relação de intimidade entre leitor, narrativa e autor. Então, o autor ao elaborar tal obra revela aspectos subconscientes àqueles que investigam com profundidade suficiente para concluir a ponte entre sugestão e realidade.

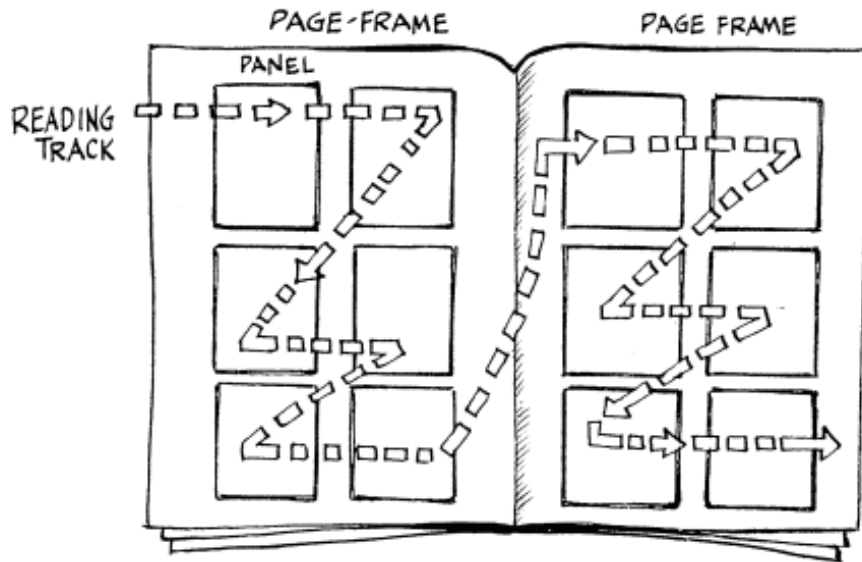


Figura 57. (EISNER, 1985, p.41)

4.5. Referências no Capítulo 4

Bloomberg Quicktake (2014). 4D Movie Theaters with Smell-o-Vision. [Film]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=NMtEAYmugZc>

Business of Apps (2020). Fortnite Usage and Revenue Statistics. Retrieved from <https://www.businessofapps.com/data/fortnite-statistics>

Kromm, J. & Benforado, S. (2009). A History of Visual Culture. Western Civilization from the 18th to the 21st Century. London & New York: Berg.

Gesbert, O. (2018, January 5). Chris Ware sort de sa boulle. [Radio Broadcast]. France Culture. Retrieved from <http://www.9emearth.fr/post/news/comics/>

Glaser, M. (2003, June 29). Dark and Light - The Strange Case of the Decline of Illustration . Retrieved from <https://www.miltonglaser.com/>

Glaser, M. (2004, June 21). Ambiguity and Truth. Retrieved from <https://www.miltonglaser.com/>

Gonçalves, A. (2018). Booktrailer [Film]. Retrieved from <https://vimeo.com/253421789>

Goodman, N. (1968). Languages of Art. United States of America: The Bobbs-Merrill Company.

Lindstrom, M. (2009). A Lógica do Consumo. Brasil: Nova Fronteira.

Presser, A. Braviano, G. Côrte-Real, E. (2019) Mobile Comics: Comics' Design features focusing on small screen devices. Convergências - Revista de Invesgação e Ensino das Artes, VOL XII (24) Retrieved from journal URL: [hp://convergencias.ipcb.pt](http://convergencias.ipcb.pt)

Stella, K. (2018, July 11). Photographers capture the rise of South Korea's 'loner' culture. CNN. Retrieved from <https://edition.cnn.com/>

Tomić , M. (Director) (2018). Musical Traumas. [Film]. Dribbling Pictures.

Warner, M. (2013). Curiosity: Art and the Pleasure of Knowing. London: Hayward Publishing.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos elementos expostos no documento até este ponto, chega-se à conclusão de que a individualidade de cada um somada à liberdade democrática proporcionam um indivíduo mais autêntico e logo menos disposto a seguir uma comunicação orientada às massas. No campo da Cultura Visual e da arte, autor e leitor devem ser compreendidos individualmente, além de proporcionar o espaço necessário para o desabrochar dessa individualidade. Ao considerar estes pontos, o estudo apresenta a seguir aspectos primordiais para a compreensão desse aspecto humano, além da opinião de autores que já perceberam essa mudança de olhar e percepção ou fazem parte dela.

5.1. A Sociedade Multissensorial

O fenômeno social que emerge como fruto de um novo cenário socioeconômico e sociocultural levou indivíduos à individualidade e, em certos casos, ao isolamento social, principalmente nos grandes centros comerciais do planeta. O avanço tecnológico constante e acelerado transformou o modo dos seres humanos de agir e interagir. A evolução no campo de edição de imagens e criação de ambientes virtuais, como o passeio virtual do *Empire State Building* evidenciado por Mirzoeff, e discursos publicitários que ocultam a verdade e defendem apenas o interesse das empresas, destacados por Glaser, levaram a audiência a um estado de descrença naquilo que se vê em fotografias ou vídeos, antes tidos como necessariamente verdade. Finalmente, a exposição a contrastes justapostos ao longo de décadas, sejam estes audiovisuais, através da variação extrema de cores, luminosidade e efeitos sonoros, ou ideológicos, como o noticiário que anuncia uma tragédia e em seguida exhibe os melhores momentos de um evento esportivo, resultaram em apatia e dormência neurológica a novos impulsos.

Autores de narrativas, evidentemente incluídos entre o público afetado por este cenário, enxergaram uma saída dessa redoma anestésica através de obras multissensoriais, que transcendem as barreiras da consciência para atingir o subconsciente e explorar a subjetividade particular de cada indivíduo e criar em elo entre estas e suas próprias subjetividades. Obras multissensoriais incidem em significados e experiências diferentes para cada um, já que a abstração é preenchida de forma única por cada integrante da audiência. “A subjetividade envolve o reconhecimento de que os indivíduos são de fato subjetivos: que damos sentido a nós mesmos e aos nossos mundos por meio de toda uma gama de formas complexas e muitas vezes não racionais de compreensão...podemos reagir às coisas de maneiras que vão além das palavras” (ROSE, 2001, p.103). O compartilhamento de subjetividades entre autor e leitor através de obras multissensoriais pode ser visto como a relação de amizade entre duas pessoas, que nunca é igual mesmo dentro de um mesmo grupo de amigos. A partir do momento que o ser humano se inclina ao isolamento, como pôde ser constatado na cultura *Honjok*, reforçado ainda por cenários de pandemia, relações interpessoais se dão por meio de realidades paralelas fictícias, como a troca de pseudônimos em jogos eletrônicos *online*, ou o oposto disto: a troca de realidades ocultadas na profundidade do subconsciente, que o próprio indivíduo possivelmente não tenha conhecimento, através do intercâmbio de subjetividades. Chris Ware descarta qualquer dispositivo eletrônico para proporcionar tal experiência ao elucidar que “você não precisa conectar um livro a nada. Ele não envolve outra

tecnologia além da inteligência do leitor e do autor, é a tecnologia mais interativa já inventada” (GESBERT, 2018, 24:25).

5.2. Inconsciente

Segundo Rose (2001), “sujeitos humanos são produzidos através do discurso” e o “discurso produz o mundo o mundo assim como o compreende” (p.137), no entanto, como produzir um discurso para uma audiência que já não responde mais aos impulsos tradicionais de comunicação? Como produzir um mundo baseado naquilo que não se compreende, como o subconsciente? “O inconsciente é uma zona proibida...porque o consciente não consegue acessá-la. E é proibida porque é cheia de impulsos fora da lei, energias e lógicas...As vezes a fronteira entre o consciente e o inconsciente vazam e o inconsciente encontra expressões indiretas em coisas como gestos” (ROSE, 2001, p.103).

Reações ocasionadas por impulsos inconscientes, como o arrepio dos poros da pele durante a sensação de medo, ou o salivar ao ter o apetite provocado, ou mesmo a rigidez muscular e o tricar da arcada dentária ao experimentar tensão, entre outras reações subconscientes comprovam a presença de sentidos imersos nas profundezas da mente humana, onde impulsos e instintos naturais reprimidos por regras e valores culturais são armazenados e esquecidos.

Um dos desafios da narrativa multissensorial é o de provocar a interação do inconsciente no consciente. Rose (2001) cita Stuart Hall (1999:311) ao concordar que o impacto de uma imagem pode ser imediato e poderoso, mesmo quando seu significado preciso permanece, por assim dizer, vago, suspenso, numinoso” (p.103). O indivíduo sente prazer quando o inconsciente vaza para a mente consciente e quando nossa consciência é momentaneamente desligada, por meio de situações como a resolução de um quebra-cabeças, sonhos, a administração de alucinogénios, a prática da meditação, o contemplar de paisagens sublimes, a apreciação de obras de arte e de imagens com significados sobrenaturais, para além da nossa autoconsciência.

É com esse intuito, e esse entendimento da subjetividade humana, que obras de autores de Quadrinhos como Shaun Tan, António Jorge Gonçalves e Chris Ware, procuram trazer à tona instintos subconscientes adormecidos ao plano consciente, proporcionando assim uma experiência natural, livre de repressões vividas anteriormente. Esse tipo de experiência, a qual Glaser considerou que a humanidade necessita desesperadamente, move tanto autores como audiência em direção ao olhar para dentro, para o inesperado, em resposta ao desinteresse por todos os discursos construídos sobre o mundo externo e já, há muito, desgastado.

5.3. Entrevistas com Autores

O estudo procurou abordar autores considerados inovadores para que estes pudessem relatar suas motivações ao criar Quadrinhos ou ilustrações que possuem algum grau de narrativa. Devido à pouca

adesão, a investigação também procurou respostas em entrevistas dadas por outros autores afim de legitimar suas conclusões:

Rob Bowyer, em resposta ao autor do estudo:

Nunca tive a intenção de fazer Quadrinhos. Eu só queria fazer arte e gostava de imagens que tivessem uma narrativa. Isso me ajudou a criar personagens se eu criasse algum contexto para eles, mas eu adoro Quadrinhos e tenho certeza que eles influenciaram meu estilo. Escrever e desenhar sua própria narrativa dá mais liberdade criativa e eu sinto que é menos diluída por outros. Eu acho que qualquer obra de arte pode ser considerada uma história em Quadrinhos, mas isso é porque eu os tenho em alta conta e gosto de explorar o meio.

Josan Gonzalez, em resposta ao autor do estudo:

No meu caso, não sei se minha intenção era criar novas formas de Quadrinhos, mas tentei empurrar as coisas que você pode fazer com a narrativa e ilustração, maneiras de contar uma história que pareça linear e compreensível sem sempre voltar à fórmula de dividir uma página em painéis e enchendo-o de diálogo. Afinal, não sou uma artista de Quadrinhos, então me sinto mais confortável quando tento coisas que parecem um híbrido de diferentes abordagens já estabelecidas. Não o que o futuro trará, mas definitivamente acho que precisamos de mais experimentação para continuar a empurrar o meio. Eu sinto que 98% dos Quadrinhos e novelas gráficas, embora possam ter grandes histórias ou arte, não têm absolutamente interesse em evoluir ou quebrar as fórmulas de alguma forma.

Acho que a orientação básica para um quadrinho seria que precisa ser sequencial, não necessariamente com painéis, mas deve haver uma noção de tempo, e precisa haver uma narrativa, geralmente relacionada a uma história de qualquer tipo. Um livro de ilustração ainda poderia atender a esses critérios e não ser geralmente considerado uma história em Quadrinhos, por algum motivo. Como as obras de Shaun Tan são consideradas livros de arte ou livros de ilustração ou mesmo receber prêmios como livros infantis, enquanto eu sinto que eles estão mais próximos da zona das histórias em Quadrinhos / novelas gráficas mais do que qualquer outra coisa.

Liana Finck, em entrevista para a New York Magazine:

Quando estou tendo ideias...pego um trem para o oceano e depois ando ao redor do oceano por algumas horas e depois ando de trem novamente por algumas horas. Meu trabalho é como um diário que envolve encontros, estranhos na rua, estranhos na internet, planos...Acredito que estes sentimentos de medo são comuns a transeuntes da cidade. Eu desenho essas interações como uma terapia para mim, tentando descobrir por que elas me assustam tanto.

As pessoas estão preparadas para ficar com raiva e isso é uma coisa muito interessante que acontece na internet e eu gosto...de ver o desenrolar e pensar sobre isso e fazer desenhos sobre isso. Eu adoraria ser invisível...não estar no caminho e apenas assistir a cada interação que acontece e olhar para as pessoas (ROWLEY, 2020).

Chris Ware, em entrevista para Olivia Gesbert:

Chicago se tornou o alicerce de tudo que escrevo. Neva 6 meses aqui, então é bom para o cartoonista ficar isolado. Todos os escritores pegam elementos de sua experiência e os reúnem de uma forma muito específica para sua própria experiência. Os cartoonistas têm a chance de reunir esses elementos e vê-los em uma página na frente deles enquanto escrevem. Eu não escrevi minhas histórias antes de desenhá-las, eu as escrevo enquanto desenho, e é assim que eu descubro a estrutura das minhas memórias e permito que essa estrutura determine a estrutura da história.

Não vejo melancolia em Chicago ou minha histórias. Acredito que somos felizes apenas por cerca de 1% de nossa vida e no resto do tempo ficamos em um estado mais ou menos plano. É uma ideia muito americana que você tem que ser feliz o tempo todo, mas não acho que seja uma ideia muito sensata. Acho que é resultado da crise dos alucinogênicos, e do uso de todos esses medicamentos que alteram nossos sentimentos. Eu tento encapsular a existência humana em minha histórias.

Fundamentalmente, com todas essas memórias que deixamos para trás, podemos ver que estamos realmente vivendo uma ficção e por isso gostamos de ler ficção. Sentimos algo que é reconhecido por nossa própria experiência e nossa própria história. A maneira de lembrar as coisas é reduzi-las à sua forma ideal, como na linguagem, e ter um equivalente visual em nossa mente. Nós categorizamos objetos de acordo com nosso conceito deles, e isso afeta nossa percepção da realidade e memória da realidade. De certa forma, os Quadrinhos refletem essa estrutura da realidade dentro da nossa alma. É também uma forma de construir no papel os diferentes níveis de consciência que vivemos em cada momento.

No que diz respeito à reinvenção, simplesmente tento ter uma noção da minha experiência e do que entendo como consciência humana. Procuro acima de tudo compreender os outros e essa é a única forma de reinvenção que me interessa. Estou interessado nas experiências das pessoas de uma forma específica e texturizada (GESBERT, 2018).

A partir dessas entrevistas o estudo constatou a importância da experiência de vida dos autores, assim como o interesse e entendimento em outras pessoas no dia a dia para a criação de suas obras. Fica transparente a importância para o autor em compartilhar a obra com o leitor e gerar esse envolvimento de experiências que refletem a vida social do ser humano. Ao elaborar uma obra multisensorial, este aspecto é fundamental a partir do momento em que o leitor é convidado a contribuir com suas próprias experiências a fim de preencher as abstrações presentes na obra e criar uma troca de experiências reais entre autor e leitor.

5.4. Curiosidade.

A busca pelo inesperado, por respostas sobre o desconhecido, seguidas de investigações alimentadas pela curiosidade, até que resultem no encantamento da revelação, remonta às origens da humanidade. Da Alegoria da Caverna de Platão aos descobrimentos do Novo Mundo, do primeiro passo na lua à busca de vida extraterrestre, e assim por diante. A arte sequencial, por sua vez, sempre lá esteve a narrar e retratar aquilo que a audiência não pôde presenciar, ou como registo para futuras gerações. “Como curiosidade, *Wonder* é uma palavra que oscila entre sujeito e objeto: significa maravilhar-se com algo maravilhoso e indagar; ela muda entre o estado de indagação e a fonte dessa maravilha” (WARNER, 2013, p.29).

A descrição da palavra *wonder* em inglês se resume ao sentimento de curiosidade que nos impele a investigar uma imagem cujo significado está suspenso. Esse sentimento é o mesmo que devolve interesse a narrativas de autores inovadores, que reponderam ao apelo de Glaser aos artistas: de criar uma realidade alternativa. A partir do momento em que essa realidade alternativa dá indícios de mover-se em rota para o comum, uma nova realidade deve ser criada.

“A curiosidade, sendo insaciável, tem que repetir a experiência, tem que retornar à cena. Uma segunda vez, a experiência será diferente: uma terceira vez, ainda mais” (WARNER, 2013, p.37). Apenas obras com elevado grau de abstração possuem a capacidade de atrair a audiência para revisita-las e ainda oferecer uma nova experiência através do mesmo conteúdo. Esse fenômeno se dá desde que a obra convide a participação da audiência, e que este preencha as lacunas deixadas pela abstração com sua realidade transitória: o indivíduo hoje não será o mesmo que o de amanhã.

“O instinto da curiosidade é amplamente endossado como o princípio da vitalidade intelectual para indivíduos e a sociedade como um todo” (WARNER, 2013, p.29).

5.5. Referências no Capítulo 5

Gesbert, O. (2018, January 5). Chris Ware sort de sa boulle. [Radio Broadcast]. France Culture. Retrieved from <http://www.9emearth.fr/post/news/comics/>

Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual*. London: SAGE Publications Ltd.

Rowley, L. (2020). How New Yorker Illustrator Liana Finck Gets It Done. [Film] New York Magazine. Retrieved from <https://www.thecut.com/>

Warner, M. (2013). *Curiosity: Art and the Pleasure of Knowing*. London: Hayward Publishing.

6. CONCLUSÕES

Em vista dos argumentos apresentados, conclui-se que o sítio de produção de discursos mudou-se das grandes instituições ao indivíduo, através de ferramentas democráticas como principalmente a internet. Além de o discursos destinados às massas, com critérios construídos de civilidade, já não recebem a credibilidade de outrora por parte da audiência. Essa crise de confiança, somada ao bombardeio de contrastes visuais possibilitado pela evolução da tecnologia audiovisual, gerou uma sociedade apática e introvertida, onde valores individuais se tornaram prioridade. Dentro de um cenário como este, no que diz respeito ao entretenimento, a personalização de narrativas e o despertar de sentidos amortizados tornou-se requisito para manter o interesse do espectador. No campo dos Quadrinhos, autores encontraram uma forma de expor sua própria individualidade através da arte afim de interagir com seus leitores, dando início ao que esse estudo nomeou Visualidade Multissensorial.

A Visualidade Multissensorial consiste principalmente no despertar de sentidos particulares à subjetividade de cada indivíduo. Esses sentidos são conectados a marcas deixadas pela experiência de vida de cada um e armazenadas, ou esquecidas, na memória. Ao serem despertadas, as memórias recriam na mente a sensação vivida no passado, provocando naturalmente reações físicas, como o arrepiar dos poros da pele, o lacrimejar dos olhos, entre outras respostas emocionais do corpo. Esse tipo de experiência não deve ser confundido com experiências que provocam os sentidos biológicos comuns ao ser humano, através de tecnologias intrusivas como o cinema 4DX, onde o espectador assiste passivamente ao espetáculo e as sensações provocadas se limitam ao campo físico, além de serem iguais para todos os presentes na audiência, sem qualquer consideração pela subjetividade humana.

Outra característica de obras multissensoriais resulta exatamente dessa busca pela subjetividade e se traduz em forma de estilos visuais abstratos, interpretados individualmente pela audiência. O fenômeno que dissemina estilos abstratos de visualização, antes comumente restritos à galerias de arte contemporânea mas agora presentes noutras mídias, como os Quadrinhos, pode ser considerado uma “virada visual”. Isso se dá a partir do momento em que a evolução da tecnologia audiovisual se aproxima do seu ápice em possibilitar a exibição de tudo o que a audiência é capaz de ver e ouvir, e já não existe mais interesse por parte da audiência em enxergar além. O próximo objetivo, portanto, é exhibir aquilo que o indivíduo não é capaz de enxergar.

Através dessa forma de exposição, o autor oferece o combustível fundamental para manter foco e interesse da audiência: a curiosidade. Movida por esta, a audiência explora as lacunas deixadas pelo autor e as preenche da sua maneira, de acordo com a sua experiência e cultivo cultural. O autor, por sua vez, preenche o seu lado da narrativa com suas próprias experiências e sentimentos, codificados dentro de uma narrativa suspensa e estilo artístico singular, a ser decodificado pelo espectador, criando assim uma conversa espiritual entre autor e leitor.

Portanto, pode-se observar que a complexidade das conclusões expostas neste documento sugerem grandes inventos tecnológicos, assim interpretados por uma diversidade de mercados, como o cinema 4DX, a console Playstation VR ou o passeio virtual de Nova Iorque, mas que não passam de más interpretações da Visualidade Multissensorial que está a emergir. De certa forma, a Visualidade

Multissensorial pode ser interpretada como uma volta às origens, um retorno àquilo que o ser humano foi arquitetado para ser, ou seja, um ser pensante, capaz de abstrair e tirar suas próprias conclusões daquilo que lhe é exposto. Um ser capaz de criar o seu próprio País das Maravilhas a cores, sem a necessidade de uma paleta para lhe ditar quais são essas cores. Principalmente, o ser humano é um ser curioso que não é só apto para explorar o desconhecido, mas está sempre ávido a fazê-lo.

Finalmente, podemos igualmente observar que os Quadrinhos como meio de expressão conseguem se mover na direção da Visualidade Multissensorial sem obstruções, graças à liberdade e versatilidade de exibição que o meio oferece. Além disto, a possibilidade de criar uma obra individualmente ou com a participação de um número reduzido de pessoas, sem a interferência ou conflito de interesses entre instituições envolvidas no projeto, proporciona terreno fértil para a elaboração do conteúdo artístico com a profundidade necessária para o intercâmbio imaterial entre autor e leitor. Narrativas que não oferecem tal sofisticação emocional e espaço para interação da sua audiência fazem parte de um passado mais recente do que distante.



Figura 58. A Gioconda (DA VINCI, 1519)

7. LISTA DE IMAGENS

Figura 1. Eisner, W. (1985). Comics and Sequential Art. Tamarac, FL: Poorhouse Press.

Figura 2. Lumière, L. (1895). Vue n°91 Sortie d'Usine I. Retrieved from <http://www.institut-lumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/films-lumiere.html>

Figura 3. (1453). Bíblia Gigante de Mainz. Retrieved from <https://www.loc.gov/rr/rarebook/guide/ra036001.jpg>

Figura 4. Gutenberg, J. (1455). Bíblia de Gutenberg. Retrieved from <http://www.hrc.utexas.edu/exhibitions/permanent/gutenberg/>

Figura 5. Coca-Cola (1951). Taxi Driver Machine. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/coke-ads-1950s>

Figura 6. Coca-Cola (1954). Soda Preferred. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/coke-ads-1950s>

Figura 7. Coca-Cola (1955). Red White Sun Umbrella Family Table. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/coke-ads-1950s>

Figura 8. Coca-Cola (1955). Everyone Appreciates. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/coke-ads-1950s>

Figura 9. Coca-Cola (1959). Glass Cup T. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/coke-ads-1950s>

Figura 10. Coca-Cola (1965). Things Go Better With Coke. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/coke-ads-1960s>

Figura 11. Coca-Cola (1961). Coke Santa and Terrier. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/coke-ads-1960s>

Figura 12. Norton (1972). Rideability. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/transportation-ads-1970s/2>

Figura 13. Ideal Toy Corp (1977). Evel Knievel Miniatures. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/toys-ads-1970s>

Figura 14. Kodak (1920). Kodak as you go. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/photography-ads-1920s>

Figura 15. Hasselblad (1951). The New Swedish Reflex Camera. Retrieved from <http://www.vintageadbrowser.com/photography-ads-1950s>

Figura 16. (Sony, 2019). Playstation VR. Retrieved from <https://www.playstation.com/pt-pt/explore/playstation-vr/>

Figura 17. (Século XI). La Tapisserie de Bayeux. Retrieved from <https://www.bayeuxmuseum.com/la-tapisserie-de-bayeux/>

Figura 18. Horay, P. (1980). Histoire Mondiale de la Bande Dessinée. Paris: 22 Bis.

- Figura 19. Eisner, W. (1985). *Comics and Sequential Art*. Tamarac, FL: Poorhouse Press.
- Figura 20. Strigel, B. (1505-1510). *The Annunciation to Saint Anne*. Retrieved from <https://www.museothyssen.org/en/collection/artists/strigel-bernhard/annunciation-saint-anne>
- Figura 21. Pratt, H. (1996). *Corto Maltese La Jeunesse* (2nd ed.). France: PPO Graphic.
- Figura 22. Lobb, R. & McCallum, R. (Director) (2017). *Powers of Grayskull*. [Film]. Definitive Film.
- Figura 23. Scheimer, L. (Executive Producer) (1983). *He-Man and the Masters of the Universe* [TV Series]. Group W Productions.
- Figura 24. Potterton, G. (Director) (1981). *Heavy Metal*. [Film]. Columbia Pictures.
- Figura 25. Uderzo, A. & Goscinny, R. (Directors) (1968). *Asterix e Cleopatra*. Retrieved from <https://quinlan.it/2020/04/25/asterix-e-cleopatra/>
- Figura 26. Dutillet, J. (Director) (1969). *Tintin e o Templo do Sol*. Retrieved from <http://clashdohertycult.canalblog.com/archives/2009/10/01/15271800.html>
- Figura 27. McCloud, S. (1994). *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York, NY: Harper Collins & Kitchen Sink Press.
- Figura 28. Miller, F. (2005). *Sin City Volume 4: That Yellow Bastard* (3rd ed.). Milwaukie, OR: Dark Horse Books.
- Figura 29. Miller, F. & Rodriguez, R. (Directors) (2005). *Sin City*. [Film]. Troublemaker Studios & Dimension Films.
- Figura 30. Segar, E. (1929). *Thimble Theatre*. Retrieved from <http://popeye.com/timeline/>
- Figura 31. Inoue, T. (1999). *Vagabond: Volume 21*. Japan: Kodansha Ltd.
- Figura 32. Hergé. (1999). *Le Lotus Bleu*. Paris: Casterman (Educa Books).
- Figura 33. Eisner, W. (1985). *Comics and Sequential Art*. Tamarac, FL: Poorhouse Press.
- Figura 34. Inoue, T. (1999). *Vagabond: Volume 21*. Japan: Kodansha Ltd.
- Figura 35. Azzarello, B. & Bermejo, L. (2019). *Batman: Damned #2*. Germany: Panini Verlags GmbH.
- Figura 36. Van Hamme, J. & Francq, P. (2010). *Largo Winch Diptyque 9/10*. Retrieved from <https://www.planetebd.com/>
- Figura 37. Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual*. London: SAGE Publications Ltd.
- Figura 38. Kirby, J. & Simon, J. (1941). *Captain America Comics #1*. Retrieved from <https://www.marvel.com/>
- Figura 39. Knauer, K. (2017). *I Want You: The Story Behind the Iconic Recruitment Poster*. Retrieved from <https://time.com/4725856/uncle-sam-poster-history/>
- Figura 40. Peter, H. G. & Simon, J. (1942). *Wonder Woman #1*. Retrieved from [http://www.guiadosQuadrinhos.com/edicao-estrangeira/wonder-woman-\(1942\)-n-1/2457/25713](http://www.guiadosQuadrinhos.com/edicao-estrangeira/wonder-woman-(1942)-n-1/2457/25713)
- Figura 41. (1942). *Naomi Parker working in heels at the Alameda Naval Air station during WWII*. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-42787869>

Figura 42. Miller, J. H. (1943). We Can Do It!. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/Rosie-the-Riveter>

Figura 43. Sadamoto, Y. (1994). Evangelion #13. Retrieved from <https://www.planetebd.com/>

Figura 44. Real, E. (2020). *La Maison Radieuse*. Retrieved from <https://www.publico.pt/p3/interactivo/primavera-verao-2020-1>

Figura 45. Ribeiro, A. (2018). Nódoa Negra. Retrieved from <https://www.publico.pt/>

Figura 46. Peeters, F. (2001). Pilules Bleues. Retrieved from <https://atrabile.org>

Figura 47. Diniz, A. (2011). Morro da Favela. Retrieved from <https://www.revistaogrito.com/>

Figura 48. Robinson, J. (2012). Earth 2 #2. Retrieved from <https://nypost.com/>

Figura 49. (2020). *Dok gojin one person restaurant*. Retrieved from <http://honjok.me/>

Figura 50. Jensen, A. (2010). Limbo. Retrieved from <https://playdead.com/games/limbo>

Figura 51. Tomić, M. (2010). *Musical Traumas*. Retrieved from <https://aeon.co/videos>

Figura 52. Tan, S. (2006). *The Arrival*. Retrieved from <https://playdead.com/games/limbo>

Figura 53. Corleone, A. (2018). *NOS Alive*. Retrieved from <https://www.instagram.com/akacorleone/>

Figura 54. Gonçalves, A. (2017). A minha casa não tem dentro. Retrieved from <http://www.antoniojorgegoncalves.com/>

Figura 55. Gonçalves, A. (2018). Desenhos Efêmeros. Retrieved from <http://www.antoniojorgegoncalves.com/>

Figura 56. Ware, C. (2012). *Building Stories*. Retrieved from <http://shawncorner.com/>

Figura 57. Eisner, W. (1985). *Comics and Sequential Art*. Tamarac, FL: Poorhouse Press.

Figura 58. Da Vinci, L. (1519). A Gioconda. Retrieved from <https://www.louvre.fr>

8. BIBLIOGRAFIA

Atrabile (2020). *Pilules bleues (nouvelle édition)*. Retrieved from <https://atrabile.org/>

Audin, M. (1972). *Histoire de l'imprimerie. Radioscopie d'une ère : de Gutenberg à l'informatique*. Paris: Picard.

BDFIL (2020). *Frederik Peeters*. Retrieved from <http://www.bdfil.ch>

Bedeteca de Beja (2019). *Autores das exposições presentes em Beja de 31 de maio a 2 de junho*. Retrieved from <http://bejabd.com/autores.html>

Bloomberg Quicktake (2014). *4D Movie Theaters with Smell-o-Vision*. [Film]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=NMtEAYmugZc>

Burunova, A. (Director) (2019). *Enter the Anime*. [Film]. Burunova Productions.

Business of Apps (2020). *Fortnite Usage and Revenue Statistics*. Retrieved from <https://www.businessofapps.com/data/fortnite-statistics>

Churchill, W. (1941). *Give us the tools*. [Radio Broadcast]. London. Retrieved from <https://winstonchurchill.org/>

Costrel, F. (Creator) (2020). *High Score*. [Film]. Great Big Story.

Diniz, A. (2018). *Morro da Favela*. Retrieved from <http://andrediniz.net/>

Eisner, W. (1985). *Comics and Sequential Art*. Tamarac, FL: Poorhouse Press.

Gesbert, O. (2018, January 5). *Chris Ware sort de sa bouille*. [Radio Broadcast]. France Culture. Retrieved from <http://www.9emearth.fr/post/news/comics/>

Glaser, M. (2003, June 29). *Dark and Light - The Strange Case of the Decline of Illustration*. Retrieved from <https://www.miltonglaser.com/>

Glaser, M. (2004, June 21). *Ambiguity and Truth*. Retrieved from <https://www.miltonglaser.com/>

Gonçalves, A. (2018). *Booktrailer* [Film]. Retrieved from <https://vimeo.com/253421789>

Goodman, N. (1968). *Languages of Art*. United States of America: The Bobbs-Merrill Company.

Gregorian, D. (2012, June 1). *DC Comics Green Lantern relaunched as gay superhero*. *New York Post*. Retrieved from <https://nypost.com/>

Horay, P. (1980). *Histoire Mondiale de la Bande Dessinée*. Paris: 22 Bis.

Heller, S. (2013). *Writing and Research for Graphic Designers: A Designer's Manual to Strategic Communication and Presentation*. Beverly, MA: Rockport Publishers.

Historical Office (2020). *Office of the Secretary of Defense*. Retrieved from <https://history.defense.gov/DOD-History/Secretaries-of-Defense/>

Institut Lumière (1982). *Le Cinématographe Lumière*. Retrieved from <http://www.institut-lumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/cinematographe.html>

Knauer, K. (2017). *I Want You: The Story Behind the Iconic Recruitment Poster*. Retrieved from <https://time.com/4725856/uncle-sam-poster-history/>

Koyama, T. (1961). *The changing social position of women in Japan*. Switzerland: La Tribune de Genève.

Kromm, J. & Benforado, S. (2009). *A History of Visual Culture. Western Civilization from the 18th to the 21st Century*. London & New York: Berg.

Landers, P. (2016, July 31). *Yuriko Koike Elected Governor of Tokyo, First Woman in Post*. Retrieved from <https://www.wsj.com/>

Lagny, M. (1992). *De l'histoire du cinéma: méthode historique et histoire du cinéma*. Paris: A. Colin.

Lindstrom, M. (2009). *A Lógica do Consumo*. Brasil: Nova Fronteira.

Lino, G. (2017, July 20). *Críticas e Notícias Sobre BD na Imprensa (XXXIII)* [Blog Post]. Retrieved from <http://divulgandobd.blogspot.com/2017/07/criticas-e-noticias-sobre-bd-na.html>

Lobb, R. & McCallum, R. (Directors) (2017). *Powers of Grayskull*. [Film]. Definitive Film.

Louçã, F. (2017). *Corto Maltese, 50 anos depois*. Retrieved from <https://blogues.publico.pt/tudomenoseconomia/2017/07/18/corto-maltese-50-anos-depois/>

Lupton, E. (1963). *Pensar com Tipos (2nd ed.)*. São Paulo: Cosac Naify.

Marvel (2020). *Captain America Comics (1941) #1*. Retrieved from https://www.marvel.com/comics/issue/7849/captain_america_comics_1941_1

McCarthy, H. (2014). *A Brief History of Manga*. Lewes, United Kingdom: Ilex Press.

McDermott, A. (2018, October 10). *How World War II Empowered Women*. Retrieved from <https://www.history.com/>

McCloud, S. (1994). *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York, NY: Harper Collins & Kitchen Sink Press.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, NY: McGraw Hill.

MacPherson, K. (2020, February 27). Don't be afraid to let children read graphic novels. They're real books. *The Washington Post*. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/>

Miller, A. & Beaty, B. (2014). *The French Comics Theory Reader*. Leuven, Belgium: Leuven University Press.

Miller, F. & Rodriguez, R. (Directors) (2005). *Sin City: The Making Of*. [Film]. Troublemaker Studios & Dimension Films.

Mirzoeff, N. (1998). *The Visual Culture Reader*. London and New York: Routledge.

Moebius.fr (2020). *Le Monde d'Arzak* Retrieved from <https://www.moebius.fr/Arzak.html>

Ng, S. (2012). *A Brief History of Entertainment Technologies, 100*. Retrieved from <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=6182692>

Popeye.com (2020). *Timeline* Retrieved from <http://popeye.com/timeline/>

Pratt (1996). *Corto Maltese La Jeunesse (2nd ed.)*. France: PPO Graphic.

Presbrey, F. (1929) *The History and Development of Advertising*. New York: Doubleday, Doran and Company.

Quesnay, E. (2017). *Le top 20 des BD les plus cultes de notre enfance*. Retrieved from <https://www.neonmag.fr/>

Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual*. London: SAGE Publications Ltd.

Rowley, L. (2020). *How New Yorker Illustrator Liana Finck Gets It Done*. [Film] New York Magazine. Retrieved from <https://www.thecut.com/>

Stella, K. (2018, July 11). Photographers capture the rise of South Korea's 'loner' culture. *CNN*. Retrieved from <https://edition.cnn.com/>

Sutherland, I. (1965). *The Ultimate Display, Proceedings of IFIP Congress, pp. 506-508*. Retrieved from <http://worrydream.com/refs/Sutherland%20-%20The%20Ultimate%20Display.pdf>

Schwarzkopf, S. (2015). *The Subsiding Sizzle of Advertising History*, 3, pp. 528-548. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/17557501111183653>

The Numbers (1997-2020). <https://www.the-numbers.com/movie/>

Tikkanen, A. (2017). *Encyclopaedia Britannica*. Retrieved from <https://www.britannica.com/art/history-of-the-motion-picture/Edison-and-the-Lumiere-brothers>

Tomić, M. (Director) (2018). *Musical Traumas*. [Film]. Dribbling Pictures.

Viswanathan, B. (2017, August 28). *Is Globalization Creating A Single World Culture?*. *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com>

Warner, M. (2013). *Curiosity: Art and the Pleasure of Knowing*. London: Hayward Publishing.

Williams, A. (2017). *History of Digital Games: Developments in Art, Design and Interaction*. New York: Routledge.

