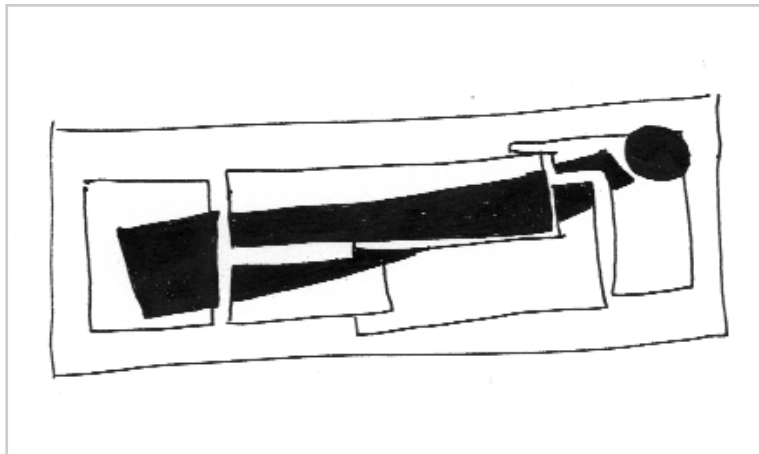


AS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS E SUAS TRIBOS



Gazy Andraus

Doutorando em Ciências da Informação e Documentação – ECA-USP; Mestre em Artes Visuais – UNESP; Bolsista do CNPQ

Valéria Aparecida Bari

Mestre em Ciências da Comunicação – ECA-USP; Secretária do Núcleo de Pesquisas de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP

Roberto Elísio dos Santos

Doutor em Ciências da Comunicação – ECA-USP; Jornalista e professor do Centro Universitário Municipal de São Caetano do Sul

Waldomiro Vergueiro

Doutor, Mestre e Livre-Docente em Ciências da Comunicação – ECA-USP; Coordenador do Núcleo de Pesquisas de Histórias em Quadrinhos na ECA-USP



Introdução

Ao alcançar seu maior desenvolvimento sob o influxo da indústria de comunicação de massa, sobretudo a norte-americana, as histórias em quadrinhos, principalmente a partir do aparecimento das revistas periódicas – os *comic books* ou gibis, como são conhecidos no Brasil –, foram tradicionalmente encaradas como um produto voltado ao público infanto-juvenil. Para a sociedade em geral, os quadrinhos são direcionados à população infantil, veiculando mensagens que devem adequar-se às características dessa clientela [quando, por um motivo ou outro, fugiram disso, ocorreram reações por parte da sociedade, visando colocá-los novamente nos devidos trilhos...]. Mesmo hoje, com um século de disseminação global das histórias em quadrinhos, grande parte da sociedade, inclusive no âmbito acadêmico, ainda os vê dessa forma.

Nada, no entanto, estaria mais longe da verdade, atualmente, do que a visão estereotipada das histórias em quadrinhos como direcionadas exclusivamente para o público infanto-juvenil. As últimas décadas presenciaram diversas inovações no mercado produtor e consumidor desse tipo de literatura, fazendo com que hoje exista uma segmentação antes impensável, por ambos. Aos poucos, os componentes desses segmentos foram-se constituindo em grupos diferenciados, com características distintas, que podem aproximá-los do moderno conceito de tribos. Este trabalho, realizado coletivamente por membros do Núcleo de Pesquisas de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP, busca analisar alguns desses segmentos, apresentando suas principais características, correlacionando-os com os demais existentes e tentando interpretar sua visão de mundo.

As histórias em quadrinhos e seus leitores

Ainda que se possa afirmar ser o público leitor de histórias em quadrinhos majoritariamente composto de jovens – da pré-adolescência ao início da idade adulta, entre 11 e 25 anos –, também é possível afirmar que outros leitores, talvez em número menos expressivo, os cultuam de forma especial. Tanto os primeiros como os últimos representam categorias especiais de leitores, muitos deles influentes no mercado produtor e que devem ser encarados por sua especificidade. Resumidamente, distribuem-se nas seguintes categorias básicas:

eventuais: usufruem as histórias em quadrinhos da mesma forma como utilizam todas as outras modalidades de leitura, sem qualquer predileção especial por esse meio de comunicação específico, por autores ou títulos, tendendo a se concentrar naqueles de maior popularidade. Não buscam nada além da satisfação momentânea de suas necessidades de leitura de entretenimento, sendo guiados muito mais por motivos circunstanciais do que por qualquer ato consciente de escolha, ou seja, lêem aquelas histórias em quadrinhos que, por acaso, lhes caem nas mãos. Provavelmente, representam a maior parte do público leitor de histórias em quadrinhos;

exaustivos: lêem apenas histórias em quadrinhos, mas não fazem qualquer tipo de seleção, consumindo à exaustão tudo o que for produzido. Em termos etários, tendem a se concentrar nas camadas mais jovens da população. É possível supor que o número desses leitores diminui

proporcionalmente ao seu envelhecimento: quanto mais velhos ficam, menor a probabilidade da leitura exclusiva de histórias em quadrinhos, já que surgem outros interesses a dividir sua atenção. No entanto, essa regra não é assim tão rígida. Algumas vezes, leitores exaustivos são também grandes colecionadores;

seletivos: têm predileção apenas por determinados gêneros, personagens ou autores, lêem tudo o que é publicado em sua área de interesse e buscam fazer a correlação com os outros meios de comunicação de massa. Podem ser pernósticos ou arrogantes em relação àqueles que lêem outros tipos de histórias em quadrinhos. Também costumam colecionar os materiais ou autores que admiram, ainda que o façam com alguma moderação;

fanáticos: mais ou menos semelhantes aos anteriores. No entanto, levam sua predileção a extremos. Não apenas lêem as histórias de suas personagens e títulos prediletos, como também procuram saber o máximo possível sobre eles, conhecendo minúcias de produção, características específicas de cada desenhista ou roteirista, evolução histórica do protagonista e coadjuvantes. São também ávidos colecionadores de tudo que diga respeito à sua predileção, englobando publicações de todos os tipos e em qualquer veículo, filmes, RPGs, trilhas sonoras, autógrafos e artes originais dos quadrinhistas. Não falam de outro assunto e tendem a defender seus pontos de vista com unhas e dentes, parecendo não entender porque estes não são compartilhados pelo restante da população. Quando

encontram outros com preocupações semelhantes, costumam criar clubes de fãs ou associações;

estudiosos / pesquisadores: nem sempre são leitores tão ávidos, mas resolvem debruçar-se sobre as histórias em quadrinhos para estudar suas características e relações com outros meios de comunicação, com outros aspectos da vida social ou sob o ponto de vista de sua aplicação em determinadas ciências ou atividades. Muitas vezes, a predileção pelo estudo das histórias em quadrinhos ocorre em virtude de contingências acadêmicas específicas, como a elaboração de uma tese ou trabalho de conclusão de curso de graduação, deixando de existir tão logo elas terminem. Outras vezes, esse estudo inicial funciona como um despertar para essas publicações, persistindo, posteriormente, durante toda a vida intelectual do indivíduo, que continua a lê-las e a estudá-las muito tempo após o término da atividade acadêmica que gerou o interesse original. Passa a fazer parte, então, de um grupo mais exigente de leitores, procurando por materiais de maior nível de qualidade, que tenham condições de lhes trazer benefícios intelectuais inquestionáveis;

coleccionadores: além de ler histórias em quadrinhos, gostam de possuir as revistas e álbuns, criando um acervo particular que responde às características de sua personalidade ou preferências pessoais. Existem aqueles que colecionam apenas um tipo ou gênero de histórias em quadrinhos [como, por exemplo, as revistas de super-heróis ou os quadrinhos Disney], enquanto outros as

colecionam de forma indiscriminada, almejando o máximo que possam acumular. Normalmente, os colecionadores são assíduos freqüentadores de sebos e feiras de quadrinhos e podem pagar somas exorbitantes por revistas que permitem completar coleções. Alguns também comercializam os quadrinhos.

Esse panorama do público leitor, ainda que possa soar artificial, na medida em que os tipos puros de cada um deles sejam talvez bem menos comuns do que mesclas de dois ou mais tipos, evidencia que o público interessado pelas histórias em quadrinhos não representa um bloco monolítico, como se pode erroneamente imaginar. À exceção do primeiro, que não guarda uma relação mais íntima com as histórias em quadrinhos, os demais podem constituir grupos específicos semelhantes ao que modernamente se convencionou denominar como tribos, que o sociólogo francês Michel Maffesoli (2000, p. 8-9) considera como “o vaivém constante que se estabelece entre a massificação crescente e o desenvolvimento dos microgrupos” no âmbito da sociedade pós-moderna. Nesse sentido, para esse autor, a massa, ou o povo, diferentemente de proletariado ou de outras classes sociais, não se apóia numa lógica de identidade. A metáfora da tribo, por sua vez, permite dar conta do processo de desindividualização, da saturação da função que lhe é inerente e da valorização do papel que cada pessoa [*persona*] é chamada a representar dentro dela. Claro está que, como as massas em permanente agitação, as tribos que nelas se cristalizam tampouco são estáveis. As pessoas que compõem essas tribos podem evoluir de uma para a outra (id.ib.).

As diversas tribos dos quadrinhos, considerando suas diferenças e semelhanças, podem ser unificadas em uma cultura bastante singular, denominada, segundo Matthew J. Pustz (1999), cultura dos quadrinhos [*comic book culture*]. Trata-se de uma forma particular de relacionamento com o fenômeno representado pelas histórias em quadrinhos, que se encontra em diferentes estágios de desenvolvimento nos diversos países, com sua maior complexidade no ambiente dos leitores norte-americanos.¹

Essa ‘cultura dos quadrinhos’ foi paulatinamente construída pela diversificação e segmentação do mercado de quadrinhos. A explosão das *comic shops*, durante a década de 80, com a constituição de um espaço exclusivo, onde leitores e entusiastas do meio podiam reunir-se e trocar experiências, possibilitou as condições ideais para o florescimento das diversas tribos dos quadrinhos.

No Brasil, embora o aparecimento das *comic shops* – ou, numa adaptação um pouco forçada, gibiterias –, seja muito mais recente, aquelas poucas lojas existentes contribuíram e continuam a contribuir em grande medida para maior solidificação dessa cultura, inclusive com o incentivo a publicações de quadrinhos que as têm como canal exclusivo de distribuição, genericamente denominado *Comic Book Club*.

No entanto, na realidade brasileira, talvez fosse importante assinalar que o aparecimento e disseminação das gibitecas, bibliotecas com acervos especializados em histórias em quadrinhos (VERGUEIRO, 1999), tenha representado um elemento incentivador de aproximação dos diversos leitores de

1 Um exemplo dessa manifestação particular de cultura pós-moderna pode ser encontrado no filme *Corpo fechado* [*Unbreakable* sob a direção de M. Nighth Shyamalan], em que o universo dos aficionados das histórias em quadrinhos é retratado por um dos personagens.

quadrinhos até mesmo mais forte que as *comic shops*, na medida em que proporcionaram oportunidades para realização de eventos, encontros entre leitores, trocas de experiências e conversas informais, não apenas sobre histórias em quadrinhos tradicionais, mas também em áreas correlatas, como os RPGs, *animes*, *mangás*² etc.

Com algumas exceções, a maior parte das diversas tribos dos quadrinhos vai florescer no ambiente das *comic shops* e gibitecas ou será fortemente influenciada por ele. É o que se verá a seguir, na descrição de algumas das diversas tribos dos quadrinhos que se pode identificar no universo dos leitores brasileiros.

2 *Animes* são os desenhos animados produzidos no Japão, muitos deles derivados de histórias em quadrinhos; fazem grande sucesso de público. *Mangás* são as histórias em quadrinhos de origem japonesa; têm um estilo próprio e dinâmico, sendo editadas em grandes quantidades e enormes tiragens.

A tribo dos fanzineiros

O panorama de leitores das histórias em quadrinhos é muito versátil. Entre as muitas tribos existentes, há uma em especial que, em realidade, talvez não pudesse ser assim classificada – a dos fanzineiros –, pois, de acordo com o engenheiro, pesquisador, colecionador e editor alternativo de histórias em quadrinhos Edgard Guimarães:³

3 Entrevista concedida eletronicamente, em 25 fev. 2003.

mesmo desconsiderando o tom depreciativo que tem, o termo ‘tribo’ é mais apropriado para designar grupos de pessoas que têm um conjunto de comportamentos facilmente identificáveis [tipos de roupas, gírias, locais de reunião etc.]. Não é o caso dos fanzineiros. O que têm em comum é somente o gosto por determinadas formas de expressão. Não se

fala em tribo de leitores de literatura, ou tribo de ouvintes de música clássica, ou de cinéfilos.

Ainda assim, o fanzine, veículo criado em 1930, como publicação alternativa norte-americana de ficção científica (MAGALHÃES, 1993), só veio a ser reconhecido uma década depois, batizado com a contração de duas palavras inglesas: *fanatic* + *magazine*, que desde então tem sido avaliado, paradoxalmente, como um elemento cultural popular, mas também direcionado a um público específico. Daí a possibilidade do uso do conceito tribo, apesar da declaração lúcida de Guimarães, que também assevera, na mesma entrevista, que

entre os fanzineiros, as preferências são muito vastas e os contatos entre os vários grupos são pequenos. Há, sim, mas em muito menor escala do que entre os membros de cada grupo. Mesmo grupos aparentemente afins como os de música e poesia não mantêm forte intercâmbio.

No Brasil, os fanzines surgiram em outubro de 1965, com os boletins de histórias em quadrinhos. Naquela época, começaram a circular, entre os fãs, as pequenas publicações amadoras com as críticas e comentários sobre essa arte. Segundo Magalhães (1993), por fanzine entendem-se as publicações amadoras reflexivas e críticas produzidas por fãs e dirigidas aos apreciadores de determinada arte ou *hobby*. O autor também distingue fanzines de revistas alternativas, explicando que, nos primeiros, exploram-se assuntos pertinentes a determinados temas, com artigos, textos, resenhas críticas sobre vários assuntos [como, por exemplo, cinema, quadrinhos, música], enquanto as revistas

alternativas destinam suas páginas a trabalhos artísticos como histórias em quadrinhos, ilustrações e poesias, além de outras criações. No entanto, essa classificação pode por vezes não ser possível, pois há materiais publicados que misturam tanto textos críticos e histórias em quadrinhos quanto os zines de Rock, que exploram temas e matérias de primeira mão, com ilustrações, e até quadrinhos e entrevistas com autores alternativos brasileiros.

Guimarães aponta ainda, na entrevista citada, que

o grupo de quadrinhos continua sendo o mais ativo, mas os de poesia, música, ficção & terror também são muito ativos. Dentro dos quadrinhos, também há subgrupos. O de *mangá* cresceu bastante nos últimos anos e muitos ficam restritos a contatos entre si.

É importante frisar que os leitores de fanzines, em geral, são também produtores e criadores [autores] de tais objetos. No entanto, mesmo entre os autores de quadrinhos, variam os estilos e gêneros, tendo o autor e pesquisador Edgar Franco (1997, p.54) feito a seguinte classificação de estilos:

- a poético-filosófica: autores de histórias em quadrinhos experimentais e de questionamentos existenciais;
- a expressionista: autores que fazem histórias com estética de traços nervosos e temas depressivos;
- a visceral-macabra: autores influenciados por filmes de Horror;
- as tradicionais: autores que criam histórias baseadas em humor, aventura, super-heróis etc.

Por essas e outras ramificações, torna-se difícil classificar os zineiros como elementos de uma tribo específica, porém, caso se tenha em mente as motivações e o empenho em seus trabalhos, principalmente dos que divulgam, criam e

analisam as histórias em quadrinhos, pode-se chegar talvez a um denominador comum: a esses expoentes está reservado o ideário de, independentemente do mercado oficial de quadrinhos, estruturar anarquicamente seu universo paralelo de publicações, universo este que traz experimentos, desde os mais comuns [fanzines que publicam tiras em quadrinhos, paródias de humor, tentativas de imitação do universo dos super-heróis, eróticos etc.] até os de vanguarda, próximos de uma linha mais autoral [européia], indo ao encontro das concepções dos álbuns alternativos.

Na verdade, os fanzineiros são pessoas que também podem iniciar-se na produção de publicações próprias ainda na infância, sendo mais comum se motivarem na adolescência e, chegando à idade madura, continuarem participando do universo independente das histórias em quadrinhos, criando e co-criando edições independentes, estrelando em suas páginas obras tanto de autores ainda imaturos quanto de autores 'consagrados' no meio quadrinhístico brasileiro.

Um dos principais aspectos que talvez façam existir o sentimento de união 'tribal' dos fanzineiros, sobretudo dos que trabalham com histórias em quadrinhos, é a identificação ideológica que os diferencia e geralmente os separa dos autores *mainstream* brasileiros de histórias em quadrinhos, principalmente dos que trabalham com o mercado oficial norte-americano de super-heróis: enquanto estes publicam seus trabalhos oficialmente, participando de oficinas e atividades afins, aqueles se reúnem em eventos de fanzines e se envolvem com discussões em âmbitos mais instigadores e totalmente diferentes dos objetivos dos segundos. Isso não impede, por vezes, a ocorrência de encontros de ambas as

tribos em eventuais acontecimentos, sem que haja maior interação entre eles, justamente pelas diferenças conceituais.

Muitos não se tornaram fanzineiros por opção, mas, sim, pela não-existência sólida de editoração de quadrinhos no mercado brasileiro. Dessa forma, os elementos desta tribo acabam criando conceitos e se comunicando, inclusive internacionalmente, como pode ser visto no catálogo produzido na Espanha, que reúne as produções do universo fanzinístico mundial (XORNADAS, 2003). Muitos autores embarcam numa formação artística e acadêmica, tornando-se professores, mestres e doutores em áreas afins às histórias em quadrinhos.

Como se vê, essa é uma tribo realmente ímpar, na qual os fanzineiros, numa primeira análise, talvez possam ser enquadrados de forma simplória, pois eles podem ter profissões distintas ou atividades em paralelo, de dentistas, engenheiros, mestres, doutores, autores e pesquisadores a simples amantes desta arte – a história em quadrinhos –, aparentemente tão simples em essência, mas paradoxalmente riquíssima em conteúdo.

A tribo do RPG

Entre os vários *hobbies* ligados à leitura e à escrita, existe um que agrega características sociais diferenciadas entre seus aficionados: o *Roleplaying Game*, conhecido normalmente pelas iniciais RPG.

As origens do RPG são comuns às dos jogos de tabuleiro e *wargames*, assim como às práticas do Psicodrama, idealizadas por Jacob Levy Moreno. Desse modo, é natural que aqueles que praticam o *hobby* sejam levados a conhecer a

história mundial, bem como a lidar continuamente com as suas emoções pessoais e formas de representação social. Também desenvolvem habilidades ligadas à arte e à arquitetura, por meio dos trabalhos manuais relacionados à representação gráfica de situações e personagens, composição de dioramas, projeto e pintura de miniaturas que representam personagens, veículos, animais e edificações.

Os jogadores de RPG, em geral, apreciam o desenho e a literatura, são leitores assíduos de ficção e de quadrinhos e também cinéfilos em sua quase totalidade. Num país como o Brasil, para agregar todas essas características, um indivíduo precisa ter um bom padrão de vida, ou muito tempo livre, geralmente residindo nas grandes capitais. Ao ingressarem nessa tribo, os iniciantes serão quase sempre auxiliados em suas dificuldades pelos demais praticantes dos RPGs. Quanto à questão da presença feminina, certamente é representativa, em torno de 30% no Brasil, o que pode ser percebido nas convenções de RPG.

Com o advento da Internet, as possibilidades renovadas do uso dos suportes digitais também desenvolvem habilidades específicas entre os praticantes do RPG. Provavelmente, os RPGs compõem os assuntos que existem em maior volume na *Word Wide Web*, na atualidade, o que demonstra serem os participantes adultos da chamada 'tribo do RPG' profissionais de nível superior com bom poder aquisitivo, dispendo de tempo para desfrutar da leitura de histórias em quadrinhos, muito apreciadas por todos. Da mesma forma, os adolescentes são sempre incentivados a estudar e, muitas vezes, auxiliados pelos participantes adultos da tribo, num gesto natural de solidariedade aos problemas do grupo.

Não é por acaso, então, que um dos maiores importadores de histórias em quadrinhos de São Paulo, a *Livraria e Editora Devir*, tenha caminhado para se transformar também em editora de RPGs das mais conceituadas no mercado brasileiro. Essa empresa é tradicionalmente ligada à edição e tradução dos RPGs, e à edição de álbuns de quadrinhos brasileiros da melhor qualidade, em geral consumidos pelo mesmo público.

Os praticantes do RPG também freqüentam as *comic shops*, onde chegam a estabelecer pontos de encontro para uma posterior partida de suas 'campanhas'. São compradores seletivos e críticos, que consomem os chamados produtos *mainstream*, assim como os quadrinhos alternativos. Alguns se comportam como colecionadores.

Além de leitores seletivos e colecionadores, os componentes dessa tribo também costumam ser, com menor freqüência, leitores estudiosos, autores de quadrinhos e até fanáticos. Estes poucos integrantes, contudo, apreciam uma linha comercial específica, composta de revistas que incorporam as linguagens das mídias e incrementam hábitos de consumo, como a revista *Dragão Brasil*, que normalmente aproveita o sucesso de personagens de quadrinhos, filmes e *trading cards*, utilizando as personagens preferidas do público em aventuras de RPG, nas quais o fã pode 'tornar-se' realmente seu próprio herói.

Assim, os componentes da tribo do RPG são pessoas cujo *hobby* agrega características sociais, pois sua intelectualização diminui seu círculo de amizades, mesmo que de maneira não-proposital. Além de serem leitores por prazer, têm contribuído economicamente para o sustento das publicações brasileiras de quadrinhos, alavancando-as, inclusive, para a divulgação no mercado internacional.

As gibiterias e seus freqüentadores

Embora mais recentes que suas similares norteamericanas, as lojas especializadas em quadrinhos instalaram-se no Brasil desde o fim da década de 70, a exemplo da *Livraria Muito Prazer*, localizada na região central da cidade de São Paulo. Ao longo do tempo, as gibiterias tornaram-se ponto de referência para os leitores de quadrinhos ávidos por novidades na área. Como o consumo é uma das características marcantes desse grupo, as lojas oferecem, ao lado das revistas e álbuns de quadrinhos nacionais e estrangeiros, livros que tratam do assunto, jogos, bonecos, fitas de vídeo, DVD e outros produtos afins.

No entanto, adquirir publicações de quadrinhos ou produtos congêneres é apenas uma das motivações que leva o público a freqüentar as gibiterias. Nesses locais, o leitor encontra outros aficionados com os quais se identifica [apesar dos diferentes tipos] e se comunica, debatendo a qualidade artística narrativa ou de impressão dos lançamentos. Fãs de uma determinada personagem ou de um artista em particular trocam informações a respeito da cronologia das histórias ou dos futuros trabalhos já anunciados em revistas especializadas ou em *sites* da Internet.

Pustz (1999, p. 66) faz uma descrição do comportamento do freqüentador das gibiterias nos Estados Unidos, a qual guarda muita semelhança com o que se verifica no Brasil:

claro que alguns visitantes apenas passam os olhos – para verificar quanto que as revistam que liam quando crianças estão valendo, para lembrar de antigas edições de *World's Finest Comics* da DC ou *Tales from the Crypt* da EC, ou para folhear a última edição de *Gen-13* ou *Optic Nerve*. Mas a maior parte

se torna um comprador assíduo. Estes consumidores variam bastante, de garotos de 10 anos que berram quando encontram os quadrinhos mais violentos e sanguinários, a homens de meia-idade de terno e gravata que procuram preencher as lacunas nas suas coleções de quadrinhos de Robert Crumb. Leitores de quadrinhos podem não ser o grupo mais demograficamente diverso de pessoas – [...] em sua maioria são jovens do sexo masculino – mas a variedade neste segmento de público da cultura popular é importante, ajudando a fazer da cultura dos quadrinhos um importante ponto para o estudo das audiências e das culturas que se cria em torno desse público e de seus textos prediletos.

Essa diversidade de público e de comportamento apontada por Pustz se repete no Brasil. Na já citada *Livraria Muito Prazer*, os freqüentadores vão em busca de materiais bem diferenciados. Os mais velhos, por exemplo, vasculham as pilhas da revista *Epopéia*, publicada pela EBAL na década de 50, que os remetem de volta à infância, a um prazer ingênuo que a vida adulta quase apagou. Já o público jovem encomenda revistas norte-americanas de heróis, de forma a estarem sempre atualizados na leitura de seu gênero predileto de histórias em quadrinhos. Segundo o proprietário, Valter da Silva Fernandes,⁴ há também, entre o público assíduo, os artistas [uma vez que, perto da gibiteria, encontram-se lojas de material de pintura e desenho] que procuram material de referência.

4 Informação verbal. Entrevista concedida em 7 mar. 2003.

Não obstante, a gibiteria que mais se aproxima das *comic shops* norte-americanas é a *Comix Book Shop Livraria*, localizada no bairro dos Jardins, também na cidade de São Paulo. Há 10

anos com esse nome [antes era chamada *Tiragem Limitada*], a loja conta com clientes fixos que para lá se dirigem pelo menos uma vez por semana para adquirir as novidades lançadas por editoras brasileiras e comprar títulos importados [há publicações norte-americanas, européias e japonesas], além de outros produtos, de bonecos a livros e jogos de RPG.

O público desta gibiteria tem um padrão de consumo sofisticado e elevado, o que permite à loja ter em exposição álbuns de quadrinhos brasileiros com capa dura, tiragens baixas [mil exemplares, autografados pelos autores] e preço alto. Mas o hábito de consumo, de acordo com o proprietário, Ricardo Jorge Freitas Rodrigues,⁵ depende da faixa etária e do sexo do freqüentador: os adolescentes

5 Informação verbal. Entrevista concedida em 7 mar. 2003.

preferem os *mangás*, enquanto os compradores na faixa dos 20 anos procuram revistas de heróis, e os leitores mais velhos compram publicações voltadas para o público adulto ou com personagens clássicas [*Príncipe Valente*, *Popeye*, *Fantasma*, *Mandrake*]. Já as mulheres representam uma parcela mínima do público da loja, freqüentando-a apenas como acompanhantes do namorado ou marido, esses, sim, clientes habituais. Em geral, o público feminino opta pelos *mangás*, por quadrinhos da linha *Vertigo* [como *Sandman*] – provavelmente, devido ao conteúdo ‘mágico’ dos enredos –, além de quadrinhos de humor brasileiros, compilados em álbuns de luxo [a exemplo das publicações das personagens *Rê Bordosa* e *Aline*].

A diversidade de consumo também é fomentada pela variedade de oferta. No últimos anos, as editoras brasileiras têm lançado publicações de quadrinhos para atender aos mais diversos gostos. Assim, o freqüentador da gibiteria encontra

nas estantes os mais diferentes títulos, formatos, gêneros, estilos gráficos, personagens e autores. Segundo o proprietário da loja, apesar da grande oferta de outros produtos [chaveiros, bonecos, filmes etc.], 70 % das vendas estão ligadas às publicações de quadrinhos.⁶

6 Informação verbal. Entrevista concedida em 7 mar. 2003.

É nesse ambiente, portanto, que se realiza uma das formas de identificação desta tribo, o ritual de aquisição do objeto desejado, ou seja, a publicação de quadrinhos. A outra forma diz respeito ao intercâmbio de opiniões e informações sobre o assunto. De maneira análoga à dos torcedores de futebol que se encontram nos estádios – identificando-se por meio de camisetas, bandeiras e gritos de guerra e interagindo a partir de comentários sobre a escalação dos times e as táticas empregadas pelos técnicos –, é nas gibiterias que os apreciadores dos quadrinhos encontram pessoas que comungam do mesmo gosto e cumprem seu ritual de consumo e de interação, analisando as publicações recentes, tomando conhecimento dos lançamentos futuros e avaliando a obra de artistas conhecidos. Eventos como a *Festicomix* – similares às convenções de quadrinhos norte-americanas, porém com estrutura mais modesta –, realizados em locais amplos, costumam reunir os diferentes grupos de leitores de quadrinhos [artistas, jogadores de RPG, colecionadores, fãs, jovens vestidos como as personagens de *mangá*] para aproveitar as promoções e os lançamentos, conseguir autógrafos dos quadrinhistas convidados, mexer nas pilhas de revistas à venda e participar de entrega de prêmios e de palestras sobre quadrinhos e RPG.

Considerações finais

Como se pode ver pela descrição das diversas tribos, a realidade dos consumidores e apreciadores de histórias em quadrinhos é simultaneamente instigante e complexa. Grupos diversos navegam em torno de uma paixão comum. Irmanados por preferências e gostos pessoais, eles se aproximam e passam a comungar de uma mesma visão de mundo, no qual outros elementos da sociedade muitas vezes têm dificuldade para penetrar. No entanto, ao mesmo tempo que colabora para que os apreciadores das histórias em quadrinhos se firmem como grupo social, essa constituição em tribos também pode funcionar como uma barreira à participação de novos integrantes, podendo ser entendida, externamente, como uma forma de discriminação. Sem dúvida, existe o risco de que as tribos dos quadrinhos, mais que fortalecê-los, enquanto manifestação artística legítima, possam fragilizá-los sob o ponto de vista de sua contribuição para a sociedade. E isso, pelo menos como estratégia de relações públicas, pode revelar-se uma alternativa suicida para as histórias em quadrinhos e seus apreciadores.

Referências

FRANCO, Edgar. Panorama dos quadrinhos subterrâneos no Brasil. In: CALAZANS, Flavio (Org.). *As histórias em quadrinhos no Brasil: teoria e prática*. São Paulo: Intercom, UNESP, 1997.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

MAGALHÃES, Henrique. *O que é fanzine*. São Paulo: Brasiliense, 1993.

PUSTZ, Matthew J. *Comic book culture: fanboys and true believers*. Jackson: University of Mississippi, 1999.

VERGUEIRO, Waldomiro. Histórias em quadrinhos. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CALDEIRA, Paulo da Terra; MACEDO, Vera Amália Amarante. *Formas e expressões do conhecimento: introdução às fontes de informação*. Belo Horizonte: Escola de Biblioteconomia da UFMG, 1998. p. 115-149.

XORNADAS DE OURENSE. Disponível em: <<http://www.xornadas-bd.go.to/>> . Acesso em: 21 mar. 2003.

