

## As histórias em quadrinhos e suas tribos

Gazy Andraus<sup>1</sup>  
Valéria Aparecida Bari<sup>2</sup>  
Roberto Elísio dos Santos<sup>3</sup>  
Rodrigo Arco e Flexa<sup>4</sup>  
Waldomiro Vergueiro<sup>5</sup>

### Resumo

Discute as histórias em quadrinhos e as características do público com elas envolvido, identificando-os como representativos do moderno conceito de tribos urbanas. Analisa especificamente os fanzineiros, os jogadores de RPG, os frequentadores de gibiterias e os colecionadores. Conclui que, ao mesmo tempo em que colabora para que os apreciadores das histórias em quadrinhos se firmem enquanto grupo social, a constituição em tribos também pode funcionar como uma barreira para a participação de novos membros, podendo ser vista, pelo público externo, como uma forma de discriminação e afastamento.

### Palavras-chave

Histórias em Quadrinhos – Tribos

### Introdução

Alcançando seu maior desenvolvimento sob o âmbito da indústria de comunicação de massa, principalmente 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

---

<sup>1</sup> Mestre em Artes Visuais pela UNESP, doutorando em Ciências da Informação e Documentação pela ECA-USP, Bolsista do CNPQ, integrante do Núcleo de Pesquisas de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP.

<sup>2</sup> Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP, secretária do Núcleo de Pesquisas de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP.

<sup>3</sup> Jornalista, Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, professor do IMES (Centro Universitário Municipal de São Caetano do Sul), autor do livro “Para reler os quadrinhos Disney – linguagem, evolução e análise de HQs” e vice-coordenador do Núcleo de Pesquisas de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP.

<sup>4</sup> Jornalista, mestrando em Ciências da Comunicação pela ECA-USP (linha de pesquisa Jornalismo e Linguagem), integrante do Núcleo de Pesquisa de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP.

<sup>5</sup> Mestre, Doutor e Livre-Docente em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da USP; Coordenador do Núcleo de Pesquisas de Histórias em Quadrinhos da ECA-USP.

público infanto-juvenil. Para a sociedade em geral, os quadrinhos são direcionados para a grande 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 de histórias em quadrinhos, fazendo com que hoje exista uma segmentação antes impensável, tanto no lado dos produtores como daqueles que consomem os produtos por eles elaborados. Aos poucos, os componentes desses segmentos foram se constituindo em grupos diferenciados, com características especiais distintivas, 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, buscará analisar alguns desses segmentos, apresentando suas principais características, correlacionando-o 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 por jovens – da pré-adolescência ao início da idade adulta (ou seja, entre 11/12 e 25 anos) – também é possível mencionar 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, que merecem ser encarados por sua especificidade. Resumidamente, eles se distribuem nas seguintes categorias básicas:

- a) **eventuais**: usufruem das 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. Com muita probabilidade, representam a maior parte do público leitor de histórias em quadrinhos;

- b) **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 concentrar-se nas camadas mais jovens da população. É possível supor que o número desses leitores diminui em proporção com o 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;
- c) **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, algumas vezes, colecionar os materiais ou autores que admiram, ainda que o façam com alguma moderação;
- d) **fanáticos**: mais ou menos semelhantes aos anteriores. No entanto, levam sua predileção a extremos. Não apenas lêem as histórias de seus 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. Constantemente, são também ávidos colecionadores de tudo que diga respeito a 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;
- e) **estudiosos/pesquisadores**: nem sempre são leitores tão ávidos, mas resolveram se debruçar 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 função 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 esse tipo de publicação, persistindo, posteriormente, durante toda a vida intelectual do indivíduo, que os continua a ler e a estudar muito tempo após o término da atividade acadêmica que originalmente o levou a eles. 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.

- f) **Colecionadores:** além de ler histórias em quadrinhos, gostam também 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 colecionadores também comercializam os quadrinhos.

Este panorama do público leitor, ainda que possa soar de maneira artificial, na medida em que os tipos puros de cada um deles sejam talvez bem menos comuns do que mesclas de dois ou mais, 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. Neste 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.

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 diferente estágio de desenvolvimento nos diversos países, encontrando sua maior complexidade no ambiente dos leitores norte-americanos de revistas de quadrinhos<sup>6</sup>.

Esta *cultura dos quadrinhos* foi paulatinamente construída pela diversificação e segmentação do mercado de quadrinhos. A “explosão” das comic shops durante a década de 1980, com a constituição de um espaço exclusivo onde leitores e entusiastas do meio podiam se reunir 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 como *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 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

---

<sup>6</sup> Um exemplo dessa manifestação particular de cultura pós-moderna pode ser encontrado no filme *Corpo Fechado* (Unbreakable; Direção: M. Night Shyamalan), em que o universo dos aficionados das histórias em quadrinhos é retratado por um dos personagens.

exclusivamente sobre histórias em quadrinhos tradicionais, mas, também, em áreas correlatas, como os RPGs, animes, mangás etc.

Com algumas exceções, a maior parte das diversas tribos dos quadrinhos vai florescer no ambiente das *comic shops* e *gibitecas* ou ser fortemente influenciado 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.

## **Os fanzineiros**

O panorama de leitores das histórias em quadrinhos é muito versátil. Dentre as muitas *tribos* existentes, há uma em especial que em realidade talvez não pudesse assim ser classificada, que é a dos fanzineiros, pois, de acordo com o engenheiro, pesquisador, colecionador e editor alternativo de HQs, Edgard Guimarães<sup>7</sup>:

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 assim reconhecido uma década depois, sendo batizada com a contração de duas palavras inglesas Fanatic + magazine, que desde então se tem sustentado, paradoxalmente, como um elemento cultural popular, mas também direcionado a um público específico. Daí a possibilidade do uso do conceito de "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

---

<sup>7</sup> Comunicação pessoal. Entrevista concedida por e-mail em 25 de fevereiro de 2003.

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 esta arte. Segundo Magalhães (1993), por fanzine entendem-se as publicações amadoras reflexivas e críticas produzidas por fãs e dirigida 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, esta classificação pode por vezes não ser possível, pois há materiais publicados que misturam tanto textos críticos e histórias em quadrinhos, como 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 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 sub-grupos. 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, já tendo o autor e pesquisador Edgar Franco (1997, p. 54) feito uma classificação deles, apresentando as seguintes linhas, como segue:

- 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 e
- as tradicionais: autores que criam histórias baseadas em humor, aventura, super-heróis etc.

Por essa e outras ramificações, torna-se difícil classificar os zineiros como elementos de uma tribo em específico; porém, caso se tenha em mente as motivações e empenhos em seus trabalhos, principalmente os que divulgam, criam e analisam as histórias em quadrinhos, pode-se chegar talvez a um denominador comum: a estes expoentes está reservado o ideário de, independentes do mercado oficial de quadrinhos, estruturar anarquicamente seu próprio 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 a concepções de álbuns alternativos.

Na verdade, os fanzineiros são pessoas que também podem se iniciar 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 como de autores “consagrados” no meio quadrinhístico brasileiro.

Um dos principais aspectos que talvez faça existir o sentimento de união “tribal” dos fanzineiros, principalmente os que trabalham com histórias em quadrinhos, é a identificação ideária, que os diferencia e geralmente os separa dos autores *mainstream* brasileiros de histórias em quadrinhos, principalmente os que trabalham com o mercado oficial norte-americano de super-heróis: enquanto estes publicam seus trabalhos oficialmente, participando de oficinas e afins, os primeiros 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 uma maior interação entre eles, justamente pelas diferenças conceituais.

Muitos fanzineiros não se tornaram assim por uma opção escolhida, mas, sim por uma não existência sólida de editoração de quadrinhos no mercado brasileiro. Desta forma, os elementos desta *tribo* acabam criando conceitos, e se comunicando, geralmente via correio (e atualmente mais por e-mails), 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 e se reitera, esta é uma “tribo” realmente ímpar, a qual os fanzineiros talvez possam ser enquadrados de forma simplória apenas se colocarmos em pauta, como uma primeira análise, pois deve ser lembrado que estes elementos constituintes de tal tribo, podem ter distintas profissões ou atividades em paralelo, indo desde dentistas, engenheiros, mestres, doutores e autores, bem como pesquisadores, a simples amantes desta arte – a história em quadrinhos –, aparentemente tão simplória em essência, mas paradoxalmente riquíssima em conteúdo.

### **Os jogadores de RPG**

Entre vários *hobbies* ligados à leitura e à escrita, existe um que agrega características sociais diferenciadas a 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, introduzidas por Jacob Levy Moreno. Assim, é natural que aqueles que desenvolvem o *hobby* sejam naturalmente levados a conhecer a História Mundial, assim como a lidar continuamente com as suas emoções pessoais e formas de representação social. Também desenvolvem habilidades especificamente 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 quase sua totalidade. Claramente, todas estas características pessoais agregadas em um indivíduo, em um país como o Brasil, significam que este terá de ser necessariamente uma pessoa com bom poder aquisitivo ou com muito tempo livre, residindo normalmente nas grandes capitais.

Ingressando nesta tribo, os iniciantes serão quase sempre auxiliados em suas dificuldades pelos demais praticantes dos RPGs. Quanto à questão da presença feminina,

certamente é representativa e fica em torno de 30% no Brasil, o que pode ser percebido nas convenções de RPG.

As possibilidades renovadas do uso dos suportes digitais, com o advento da Internet, também desenvolvem habilidades especialmente valiosas entre os praticantes do RPGs. Provavelmente, os RPGs compõem os assuntos que existem em maior volume na *Word Wide Web*, na atualidade.

Assim, os membros adultos da chamada "Tribo do RPG" são, necessariamente, profissionais de nível superior com bom poder aquisitivo, que, dessa forma, têm tempo e oportunidades excelentes 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 são auxiliados pelos membros adultos da tribo, num gesto natural de solidariedade aos problemas do grupo.

Não é incidental, então, o fato de que o negócio de um dos maiores importadores de histórias em quadrinhos de São Paulo, a *Livraria e Editora Devir*, tenha se caminhado para se transformar, também, em uma editora de RPGs das mais conceituadas no mercado brasileiro. Esta empresa é tradicionalmente ligada à edição e tradução dos RPGs, assim como à edição de álbuns de quadrinhos brasileiros da melhor qualidade, que são consumidos praticamente 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. E alguns se comportam como colecionadores.

Além de leitores seletivos e colecionadores, os membros desta 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 por revistas que transmigram 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*, convertendo as personagens preferidas do público para uso em aventuras de RPG, onde o fã pode "tornar-se" realmente seu próprio herói.

Assim sendo, os membros da "Tribo do RPG" são pessoas cujo *hobby* agrega características sociais, pois a sua intelectualização diferenciada do cidadão médio brasileiro acaba por diminuir seu círculo de amizades, mesmo que de maneira não proposital. Além de serem leitores por prazer, têm contribuído economicamente para o sustento das publicações de quadrinhos brasileiras, alavancando-as, inclusive, para a divulgação no mercado internacional.

### **Os freqüentadores de *Gibiterias***

Embora mais recentes que suas similares norte-americanas, as lojas especializadas em quadrinhos já se encontram instaladas no Brasil desde o final da década de 1970, a exemplo da *Livraria Muito Prazer*, localizada na região central da cidade de São Paulo. Ao longo do tempo, as *gibiterias* (ou *comic shops*, como são chamadas nos Estados Unidos) tornaram-se ponto de referência para os leitores de quadrinhos ávidos por novidades na área. Como o consumo é uma das características marcantes deste 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 ligados aos quadrinhos.

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 com eles, debatendo a qualidade artística, narrativa ou de impressão dos lançamentos. Fãs de um determinado 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, que guarda muita semelhança com o que se verifica no Brasil:

Claro que alguns visitantes apenas passam os olhos – para verificar quanto que as revistas que liam quando crianças estão valendo, para relembrar 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 comportamentos apontada por Pustz se repete no Brasil. Na já citada *Livraria Muito Prazer*, os frequentadores vão em busca de materiais bem diferenciados. Os mais velhos, por exemplo, vasculham as pilhas da revista *Epopéia*, publicada pela EBAL na década de 1950, 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<sup>8</sup>, há também, entre o público assíduo, os artistas (uma vez que, perto da *gibiteria*, encontram-se lojas de material de pintura e desenho), que procura por material de referência.

No entanto, 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 também para comprar títulos importados (há publicações americanas, européias e japonesas), além de outros produtos, de bonecos a livros e jogos de RPG.

O público desta *gibiteria* tem um padrão sofisticado e elevado de consumo, o que permite à loja ter em exposição álbuns de quadrinhos brasileiros de capa dura, com tiragens baixas (mil exemplares, autografados pelos autores) e preço alto. Mas o hábito de consumo, de acordo com o proprietário, Ricardo Jorge Freitas Rodrigues<sup>9</sup>, depende da faixa etária e do sexo do frequentador: os adolescentes preferem os mangás (quadrinhos japoneses), 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

---

<sup>8</sup> Comunicação pessoal. Entrevista concedida em 07 de março de 2003.

<sup>9</sup> Comunicação pessoal. Entrevista concedida em 07 de março de 2003.

clássicos (*Príncipe Valente, Popeye, Fantasma, Mandrake*). Já as mulheres representam uma parcela mínima do público da loja, freqüentando-a apenas ao acompanhar namorados ou maridos, 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<sup>10</sup>.

É nesse ambiente, portanto, que se realiza uma das formas de identificação desta tribo, o ritual de adquirir o objeto de adoração, 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 uma 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 os 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.

## **Os colecionadores**

---

<sup>10</sup> Comunicação pessoal. Entrevista concedida em 07 de março de 2003.

Um colecionador de histórias em quadrinhos é um obstinado por seu objeto de desejo. Em síntese, trata-se de alguém apaixonado pelas narrativas em seqüências de desenhos na forma de quadrinhos: um universo de seres fantásticos que falam e pensam por meio de balões e habitam páginas, tanto coloridas quanto em preto e branco.

Na maioria das vezes, a paixão pelos quadrinhos inicia-se quando a pessoa é muito jovem, ao se descobrir fascinada por um mundo de imagens impressas em papel que criam a ilusão do movimento. É um processo que se assemelha à fruição do espetáculo cinematográfico. Assim, da mesma forma como pode ocorrer com o cinema (ou o desenho animado), o prazer inicial provocado pelos quadrinhos é, em muitas ocasiões, despertado antes mesmo da compreensão do significado das palavras. Em situações assim, a vontade de entender o que está escrito nos balões é capaz de impulsionar o jovem a acelerar o processo de aprendizado da leitura propriamente dita. O que ocorre, então, é a descoberta de uma linguagem que se transforma numa fonte de genuíno prazer, numa clara relação afetiva. Estabelece-se então um diálogo (mesmo que inconsciente) do leitor com os quadrinhos.

Quando a paixão pelos quadrinhos conquista definitivamente o coração e a mente do leitor, é quase que natural que surja a vontade de colecionar revistas, álbuns, livros e tudo o mais que se relacione com suas histórias preferidas. O ato de colecionar gibis, por sua vez, pode ir muito além de um mero "hobby", gerando uma obstinação, quase uma missão de vida (em seu sentido positivo), cujo objetivo é completar a coleção dos sonhos.

O primeiro aspecto a determinar quais publicações serão alvo de uma coleção, na maioria das vezes, é a relação de personagens, narrativas e autores que cativaram o leitor em suas incursões iniciais pelo universo dos quadrinhos. No Brasil, por exemplo, as gerações que descobriram os quadrinhos nos anos 30 e 40, lendo o *Suplemento Juvenil*, de Adolfo Aizen (1907-1991), são apaixonadas e buscam, pagando até altos valores, raros exemplares de histórias clássicas de personagens como *Flash Gordon*, *Tarzan*, *Dick Tracy*, *Príncipe Valente* e *Mandrake*, entre tantos outros. Num pequeno salto no tempo, há as gerações que ao longo dos anos 50, 60 e 70 foram conquistadas pela Editora Brasil-América (EBAL), fundada também por Adolfo Aizen, que publicou revistas de *Batman*, *Super-Homem*, *Quarteto Fantástico*, *Homem-Aranha* e tantos outros; ou, então, os leitores

do *Capitão Marvel*, publicado durante décadas pela Rio Gráfica e Editora (RGE), do Rio de Janeiro.

A partir de meados dos anos 70, por breves períodos, editoras como a Bloch, e novamente a RGE, passaram a publicar os personagens da Marvel Comics Group no Brasil, formando novas gerações de potenciais colecionadores. E, mais recentemente, dos anos 80 em diante, surgem os leitores que mergulharam no mundo dos quadrinhos por meio das histórias renovadas de antigos personagens como o *Demolidor* e *Batman*, publicados pela editora Abril; ou, então, *Sandman*, lançado pela editora Globo, ex-RGE.

Eleitos os personagens a serem colecionados, assim como as versões feitas por inúmeros artistas - as quais, muitas vezes, são definitivas na mente do leitor e colecionador -, surgem então inúmeras trilhas a serem percorridas, caminhos que levarão à conquista de peças de valor para sua biblioteca de quadrinhos. Por sua vez, a importância dessa coleção extrapola o conteúdo das publicações, abrangendo o próprio prazer visual e físico despertado no colecionador pelo contato permanente com as peças adquiridas.

Uma primeira trilha a ser apontada é constituída pela compra de revistas novas, nacionais e importadas, que semanalmente aportam em bancas de jornal e casas especializadas, levando os leitores a conferir regularmente quais lançamentos escolherá para integrar sua coleção. Nesses momentos, o que aqui se denomina tribo de colecionadores surge em sua face mais visível, quando eles vasculham prateleiras de novidades e trocam impressões sobre as mais recentes publicações.

Um segundo caminho a percorrer, às vezes mais solitário, mas também com um inegável sabor de aventura, é a constante garimpagem de antigas publicações em sebos. Descobrir uma peça desejada há muito em meio à poeira acumulada é, para o colecionador, uma conquista especial, algo a ser comemorado. Não raro, o artigo descoberto é levado para casa para receber cuidados especiais, o que garante sua preservação, transformando-o num autêntico troféu a ser guardado por toda a vida.

Se o interesse por publicações antigas reúne um número dificilmente contabilizado de colecionadores brasileiros, ele atinge proporções infinitamente maiores na capital da indústria dos *comic books*, os Estados Unidos. Registre-se aqui que, nesse país, o crescimento da procura por antigas publicações tomou enormes proporções a partir da virada dos anos 60 para os 70, gerando um mercado especulativo de compra e venda de

revistas raras. Nesse caso, o que interessava era a possibilidade de lucro com a revenda de raridades, no qual o conteúdo de uma publicação só tem valor pelo seu aspecto comercial. Eis, então, um terceiro caminho que o colecionador vislumbra na atualidade: histórias e personagens clássicos, em especial dos anos 70 para trás, que foram lançados em edições baratas e de baixa qualidade gráfica, são agora publicados em edições de luxo, na forma de álbuns e livros com tratamento sofisticado, papel de ótima qualidade, textos introdutórios e comentários especializados, que agregam valor ao produto comercializado. Cria-se, assim, um mercado altamente segmentado devido ao alto preço das publicações, mas com um público garantido entre as fileiras de colecionadores de quadrinhos. Fãs das antigas histórias de super-heróis da Marvel e DC - cujas publicações originais, além de raras, são extremamente custosas -, encontram agora suas histórias preferidas em livros de capa dura, numa lista que já passa de centenas de publicações. São séries como a *Archives*, da DC Comics, e a *Masterworks*, da Marvel, que trazem de volta para o público o melhor dos clássicos de décadas passadas, ou o relançamento, na década de 90, das centenas de histórias escritas e desenhadas por Carl Barks, (1901-2000), o criador do *Tio Patinhas*.

Embora esse aspecto comercial não seja o tema deste trabalho, é importante notar como a indústria dos quadrinhos já vem há anos investindo num novo tipo de produto, o qual também desperta, e cada vez mais, a cobiça dos colecionadores, inclusive no Brasil.

## **Conclusão**

Como se pode ver pela descrição das diversas tribos, a realidade dos consumidores e apreciadores de histórias em quadrinhos é ao mesmo tempo 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, em que outros elementos da sociedade muitas vezes têm dificuldade para penetrar. No entanto, ao mesmo tempo em que colabora para que os apreciadores das histórias em quadrinhos se firmem enquanto grupo social, esta constituição em tribos também pode funcionar como uma barreira para a participação de novos membros, 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 isto, pelo menos enquanto estratégia de relações públicas, pode revelar-se uma alternativa suicida para as histórias em quadrinhos.

### **Referências bibliográficas**

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*. 3. ed. Rio de Janeiro : Forense Universitária, 2000.

MAGALHÃES, Henrique. *O que é fanzine*. Ed. Brasiliense: SP, 1993.

PUSTZ, Matthew J. *Comic book culture: fanboys and true believers*. Jackson : University of Mississippi, 1999. 243p.

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. <http://www.xornadas-bd.go.to/>