



Ministério da Educação
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM
Minas Gerais – Brasil
Revista Vozes dos Vales: Publicações Acadêmicas
Reg.: 120.2.095–2011 – UFVJM
ISSN: 2238-6424
Nº. 02 – Ano I – 10/2012
<http://www.ufvjm.edu.br/vozes>

Representações da Televisão e do Telespectador nos Quadrinhos Brasileiros

Prof. Dr. Francisco Antônio Zorzo
Doutor em Historia de La Arquitectura
pela Universidad Politécnica de Cataluña
Professor da Universidade Federal da Bahia - UFBA
E-mail: fazfeira@gmail.com

Prof. Dr. André Luiz Souza da Silva
Doutor em Comunicação e Culturas Contemporâneas
pela Universidade Federal da Bahia
Professor da Universidade do Estado da Bahia - UNEB
E-mail: betonnasi@gmail.com

Resumo: O presente artigo procura analisar as representações da televisão e do telespectador em charges e HQs publicadas no Brasil nos últimos quarenta anos. Essas imagens foram publicadas em periódicos como as revistas Pasquim e Veja e o jornal Folha de São Paulo. No trabalho, destacam-se algumas produções dos quadrinistas Millôr, Glauco, Angeli, Sieber e Galhardo. Estes artistas, através da sua escrita e, principalmente, de seu traço, procuraram mostrar a recepção da TV, captaram as mudanças sócio-políticas no nosso país e o impacto desse meio de comunicação de massa, tal como ficou marcado em cada momento histórico.

Palavras-chave: Histórias em Quadrinhos, Televisão, TV.

Introdução

Através dos quadrinhos pode-se entender como os artistas gráficos elaboram a relação da sociedade com a televisão ao longo das últimas quatro décadas. Em tirinhas, charges e cartuns de jornais e revistas em que publicaram suas séries de peças de humor, os quadrinistas passaram a limpo a consciência nacional a respeito do impacto cultural da penetração dos meios de comunicação.

As representações gráficas publicadas em periódicos como a revista Veja, ou o jornal Folha de São Paulo, cristalizam sincronicamente uma determinada imagem da televisão brasileira. As tirinhas, charges e cartuns retiram do cotidiano uma certa reação perante o grande meio de comunicação e, de um modo diacrítico, alteram essa recepção com um diferencial avaliativo renovador. Vale dizer que a relação da TV com o público variou bastante nas últimas décadas, tanto nos efeitos políticos quanto comportamentais.

A visualidade e o comportamento que entram em quadro nas obras de artistas como Millôr¹, Glauco², Angeli³, Sibier⁴ e Galhardo⁵ servem para indicar a reflexão de artistas que publicaram nos anos 1970, 1980, 1990 e 2000. Esses artistas ora se expressam através de charges e cartuns, ora através de tirinhas e narrativas gráficas mais longas.

Nesse sentido, a visão que se obtém, da parte desses artistas, do meio de comunicação de massa, em especial da relação da televisão com o telespectador, pode ter um conteúdo mais imediato ou mais permanente a depender da situação.

¹ Millôr Fernandes (1938-2012): desenhista, humorista, dramaturgo, escritor e tradutor brasileiro, colaborou para várias revistas entre elas Veja (editora Abril), em que tinha uma coluna fixa até 2009.

² Glauco (Glauco Villas-Boas, 1957-2010): quadrinista que durante anos colaborou para o jornal Folha de São Paulo. Tem como personagens mais conhecidos: *Geraldão*, *Geraldinho*, *Dona Marta*, *Zé do Apocalipse*, *Doy Jorge*, entre outros. Um dos editores da revista em quadrinhos Chiclete com Banana.

³ Angeli (Arnaldo Angeli Filho, 1956): quadrinista também que durante anos colaborou para o jornal Folha de São Paulo. Tem como personagens conhecidos: *Rebordosa*, *Os Skrotinhos*, *Luke* e *Tantra*, entre outros. Também um dos editores da revista em quadrinhos Chiclete com Banana.

⁴ Sibier (Allan Sibier, 1972): quadrinista também que durante anos colaborou para o jornal Folha de São Paulo. Tem como tiras conhecidas: *Bilfaland*, *Vida de Estagiário*, *Cidade Maldita*, entre outros. Ganhou por duas vezes o Troféu HQ Mix (a premiação mais importante de HQ's e afins do Brasil), nas categorias: melhor fanzine (1995), e melhor revista independente (1997).

⁵ Caco Galhardo (Antônio Carlos Galhardo, 1967?): quadrinista formado em comunicação pela FAAP, trabalha para o Jornal Folha de São Paulo e O Dia do Rio de Janeiro e colabora para diversas revistas nacionais e estrangeiras.

Mas, de todo modo, representar a televisão tem sido um importante tema em transformação na obra gráfica desse grupo de artistas.

Nas representações da televisão, como se verá em exemplos a seguir, alguns desenhistas usam a charge, quando a imagem está vinculada à crônica dos acontecimentos. Como no caso das charges de Glauco sobre o governo Lula, a charge requer, para um melhor entendimento, que a recepção seja contemporânea às ideias e aos fatos representados. Já o cartum, que também é imagem colocada em um único requadro, como acontecia em muitos desenhos de Millôr Fernandes, tem caráter mais genérico e atemporal, em que a ideia consegue ser mantida, ao menos em linhas gerais, ao longo do tempo, sem prejuízos para o entendimento por parte da recepção.

O desenho em quadrinhos tem uma capacidade autônoma de expressão, tanto em relação à escrita como à imagem da pintura, da fotografia ou da televisão, pois proporciona outros meios ao pensamento. Há mecanismos de produzir a reflexão que são totalmente inconscientes que o desenho revela com maior pregnância. Esse é talvez o sentido de charge, ou descarga, de expressar visualmente sem limites, sem as limitações textuais e de representação visuais realistas. Por sua vez, o requadro gráfico, em substituição tática da tela, funciona como um espelho para o sujeito. Os quadrinhos são um lugar onde o sujeito descobre sua imagem e reflete seu comportamento. Desse modo, o desenho proporciona um campo cognitivo para aquele que traça os quadrinhos, proporcionando novos esboços e soluções para sua situação contemporânea.

Os impulsos desses quadrinistas são bem diferenciados ao longo do período, pois as paixões variam com o contexto político e cultural desde a ditadura (1964-1978), passando pela abertura política (1978-1985) e a redemocratização (a partir de 1985), até os anos do Governo FHC (Fernando Henrique Cardoso – 1995-2002) e do Governo Lula (Luiz Inácio “Lula” da Silva – 2003-2010).

O presente artigo, para formar um panorama denso de um período de transformações, procurou cruzar as representações gráficas com análises

contemporâneas da sociedade e da cultura. Por isso se lançou mão de elaborações teóricas pertinentes, que dão uma luz analítica aos textos e imagens dos quadrinhos, no que diz respeito ao impacto na recepção e a sua influência da televisão no comportamento da sociedade.

1. A Televisão e a Sociedade Contemporânea

Maria Rita Kehl (2004, p. 44), em artigo que integra o livro *Videologias*, explica a influência da televisão sobre o comportamento e a subjetividade dos indivíduos diante dos meios de comunicação de massa. Esse estudo mostra o inegável empenho da indústria cultural, da propaganda e da comunicação massiva em “traduzir a vida em imagem”. É um avanço quantitativo e qualitativo, em que a imagem passa a ocupar a vida social e o dia-a-dia. Num misto de passividade e interatividade, o cidadão é transformado em expectador e consumidor, não só pela contemplação das imagens como na identificação com elas.

Cabe frisar que, aqui, entende-se por interatividade, em linhas gerais, como uma medida do potencial de uma mídia permitir que o usuário exerça influência sobre o conteúdo ou a forma da comunicação mediada (Defleur; Ball-Rolereach: 1989).

De um modo geral, para a televisão a interatividade se resume no manusear do controle remoto para ligar e desligar o aparelho televisor, ou mudar para o canal desejado. Embora, a televisão fechada ofereça recursos ditos “interativos”, como a compra e a reserva de programas e filmes, uma interatividade mais efetiva seria aquela em que o espectador conseguisse estabelecer uma comunicação com o próprio conteúdo exibido. Assim ele chegaria ao ponto de editar e ordenar conteúdos de acordo com os próprios interesses, ao modo, por exemplo, dos jogos eletrônicos e das páginas da internet.

Para André Lemos (2007) a televisão, do ponto de vista das tecnologias de comunicação, dispõe de quatro patamares de interatividade: *nível 0* – interatividade de ligar e desligar, regular volume, brilho e contraste – TV em preto e branco com um ou dois canais, *nível 1* – é possível trocar vários canais pelo controle remoto, o

que institui certa autonomia ao telespectador – TV em cores com multicanais, *nível 2* – compostos de equipamentos ou periféricos que “invadem” a televisão como o vídeo cassete, de DVD, as câmaras portáteis ou as consoles de jogos eletrônicos. E por fim, existe o *nível 3*, a denominada, mais popularmente, de “Televisão Interativa” que possibilita a participação, via telemática, ao conteúdo informativo das emissões em tempo real (escolher ângulos e câmeras, por exemplo).

Em geral o telespectador médio alcança uma interatividade em nível baixo, dificilmente instituindo uma temporalidade própria e independente do fluxo da programação. No máximo ele atinge uma apropriação do objeto TV para outras finalidades, tais como ver vídeos e jogos, ou toma posse eventual de algumas emissões, gravando um programa.

Quanto a esse uso a mídia de modo mais passivo, que Slavoj Žižek (2010) chamou de modo irônico de interpassividade, tal prática não pode ser minimizada, pois penetra de modo forte no cotidiano do sujeito. Basta pensarmos numa risada “enlatada”, em que o riso perante uma cena cômica é incluída na própria trilha sonora da televisão, que promove um efeito curioso e até divertido, mas que acaba privando o sujeito da naturalidade do humor. Essa estratégia do meio de comunicação leva a um comportamento tipicamente neurótico, em que o sujeito é seduzido e sempre reconduzido a uma nova imagem para “evitar que a coisa real aconteça” (Žižek, 2010, p. 37).

O efeito da televisão tem se ampliado no decorrer das últimas décadas. Passiva ou ativamente, ela tornou-se um objeto de consumo e um modo de relacionamento cotidiano do cidadão com o mundo. As audiências da TV tomaram números assombrosos no Brasil dos anos 1980, graças à popularização dos aparelhos televisores coloridos no final dos anos 1970. Com o passar do tempo, o vídeo veio ampliar seu emprego, principalmente através da internet. Postagens em sites de redes sociais, tais como: *Blogger*, *Facebook* e *Youtube* são suporte de fotos e filmagens que ganham a atenção dos cartunistas.

A partir dos anos 1990, a televisão deixou de ser um objeto de sala e passou a ocupar outros espaços, principalmente com a portabilidade de aparelhos, inclusive aqui o telefone celular, como aqueles de última geração, denominados de *smartphones*, e que já dispõem de tecnologia Wifi TV para ao acesso aos programas televisivos.

2. A “Televisão” do Pasquim

O Pasquim – periódico brasileiro editado entre 1969 e 1991, reconhecido por seu papel de oposição ao Regime Militar, teve no número 285, no início dos anos 1970, uma declaração do cartunista Millôr Fernandes, que explicou qual era o possível impacto da televisão na época. Segundo o humorista, a TV não influenciava tanto a sociedade como se imaginava. Segundo o título do artigo, como meio de comunicação, a televisão era uma “faca sem nenhum gume”.

A TV só conseguiria influenciar quanto à venda de “refrigerantes”. Segundo a razão de Millôr (1977), a TV “reduz sua força de influência a um nível ridículo”, pois “quase tudo que a tevê oferece é revoltantemente estúpido ou podre”. O crítico percebia que a televisão não significava avanço no campo político e cultural. Naquele momento histórico, para a esquerda, na época da ditadura, qualquer que fosse o discurso propagado pela Rede Globo, não haveria uma opção satisfatória.

Apesar do menosprezo estratégico de Millôr, a TV já era tingida nos seus efeitos perversos, pois era vista como um “Big Brother de papelão”. O editorial do Pasquim mostrava uma confiança no espectador nacional, pois este poderia ver facilmente as mensagens vazias da TV, ao colocá-las em comparação com seus “interesses mais profundos”. Havia, portanto, maior confiança que hoje quanto ao senso crítico do público brasileiro.

Fica claro no artigo de Millôr que, para a sensibilidade do artista, o verdadeiro show da vida não era fantástico (em alusão ao *slogan* do programa televisivo Fantástico – O Show da Vida), como pretendia a Rede Globo. Os “repórteres” dos jornais da TV para Millôr eram meros pedestres e “nunca sabem bem com quem estão falando”. E

os locutores do Jornal Nacional eram bonecos, lendo notícias sem se ruborizar com as besteiras que passavam na tela.

Na realidade, muito já se discutiu sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa, principalmente a televisão, sobre os usuários. Teóricos como Paul Lazarsfeld (*apud* Wolf, 1995) acreditavam que só se pode pensar na influência dos meios de comunicação se forem levados em conta os fatores sociais da recepção. Esse modo de pensar relativizava a teoria hipodérmica, que pregava os efeitos fortes e inevitáveis dos meios de comunicação de massa. Para Lazarsfeld a influência aconteceria em níveis e de acordo com o fluxo dos meios de comunicação, em que a opinião pública se agrega na medida em que atinge indivíduos pertencentes a um mesmo grupo social. Seria interessante, portanto, observar a recepção de acordo com as classes sociais e o modo de vida dos usuários.

Millôr (1977, p.178-179) preferia a imprensa escrita sobre a televisiva: o “show da vida” que ele conhece era em “preto e branco”. Veja-se o desenho abaixo:

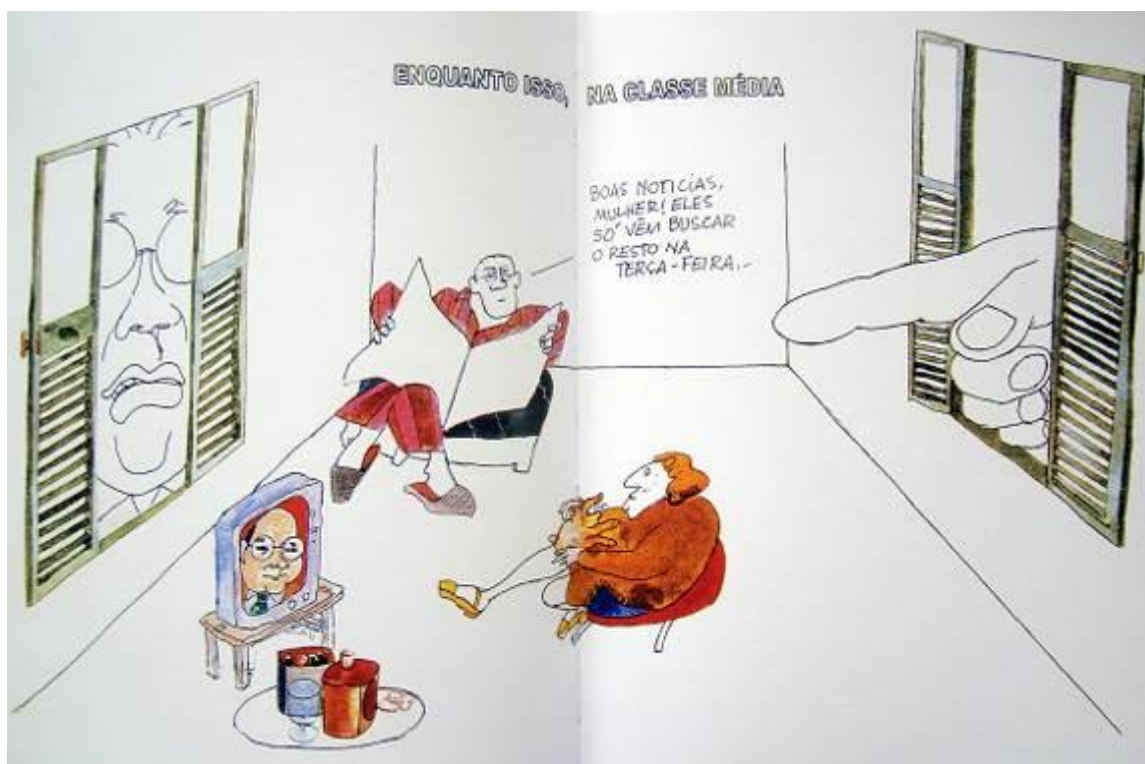


Figura 1 - Charge extraída do livro de Everardo Rocha: Cultura Brasileira. Rio de Janeiro: Desiderata.

O mais importante de fato na charge acima é que Millôr constrói um desenho paradoxal a respeito da TV e da classe média. Como se vê no requadro, a TV está ligada, sob o traço de Millôr Fernandes, compondo a sala da casa, mas, de certo modo, abandonada. Isso se explica por sua posição de cartunista que não se coloca como um espectador de TV. A classe média prefere ler um jornal que aponta boas notícias sobre o futuro, ou pelo menos para um dia seguinte, a “terça-feira”. O quer dizer do paradoxo do desenho? Dirigido de fora da casa, há um dedo apontando para dentro da sala, de um lado, e um olhar decepcionado de óculos do outro lado da televisão.

Essa figura que observa os personagens de fora da casa é uma espécie de *Big Brother* que transcende ao título televisivo da Rede Globo e remota ao ano de 1984 em que encontramos o personagem fictício do escritor inglês George Orwell.⁶ O Grande Irmão é capaz de tomar o espaço das nossas vidas e também das janelas da nossa residência em uma clara alusão ao seu poder onipresença como o raio de cobertura territorial das transmissões televisivas. Essa figura nos diz gestualmente o que se deve ver no tempo presente, enquanto os personagens confortam-se com as boas notícias do futuro estampadas no jornal.

Do ponto de vista da representação gráfica existe um centro e uma banda de tensão (contraste entre a monocromia e o colorido da charge), que leva o nosso olhar ao cerne aproximado da sala, em que os poucos objetos salvos pela classe média brasileira resistem, junto com o aparelho televisor, à opressão que vem de fora para dentro.

Esse espaço tenso configura-se como um tipo de lugar ritual, de quiosque ou acampamento, em que os dois personagens com os seus poucos pertences, localizados próximos a eles, sobrevivem à depenação das suas vidas através de um otimismo pálido. Os objetos ausentes, tão comuns a qualquer sala de estar, é o modo metafórico encontrado por Millôr para dizer ao leitor que a enfraquecida classe

⁶ George Orwell (Eric Arthur Blair – 1903-1950), jornalista e escritor, tem entre as obras mais conhecidas: *Revolução dos Bichos* (1945) e *1984* (1945).

média brasileira se desfaz e que, do ponto de vista das suas riquezas, materiais tem agora pouco gozo.

Interessante também observar como o cartunista representa essa resistência através de duas zonas cromáticas. A zona central em que estão os personagens e seus pertences é colorida, e pode ser entendida como um pouco da alegria remanescente de uma outra época, em que a classe média brasileira teve mais acesso aos bens de consumo. Relembramos que a classe média brasileira teve um momento de apogeu nos anos 70, incentivado pela política do Regime Militar de incentivo o consumo.

Para Tatiana Merlino (*apud* Galete, 2010), a classe média, que viveu seus dias de glória durante Ditadura Militar – em especial durante o chamado Milagre Econômico –, passou por um processo de empobrecimento nas duas últimas décadas. Ela ressalta para dois motivos nessa fase: (1) os baixos números de crescimento econômico datados no início dos anos 80 e (2) as reformas de cunho neoliberal realizadas durante os anos 1990 através da abertura comercial e produtiva no Brasil. Tudo isso associado com políticas que impõem juros altos, e forçaram a diminuição do Estado Brasileiro. A consequência foi uma forte redução da população assalariada e no que culminou o empobrecimento da sua condição de classe. Segundo Stephen Kanitz (*apud* Galete, 2010), a classe média é aquela que mostra o caminho, não pelas suas ideias, mas pelos seus exemplos de sucesso, disciplina, persistência e determinação. Assim se inclinam as escolhas de gerentes, supervisores, administradores, pequenos e médios empresários, juízes, médicos, funcionários públicos, profissionais liberais, professores universitários. No cartum, temos essa conexão entre sucesso e conforto na sala de estar da classe média.

Para Rinaldo Galete (2010), não existe, porém, uma definição muito clara do que é a classe média. Para o autor, tal conceito costuma variar de sociedade para sociedade, especialmente de acordo com o grau de desenvolvimento econômico do país estudado. Essa é a razão que é corriqueiro tratar esse segmento populacional não como um único conjunto, mas como muitas classes médias diferentes.

Independente de definir quem é a classe média no Brasil, o contraste obtido na

charge de Millôr é que ela traz outra área visual, que circunda a zona interna colorida, que é tomada predominantemente pela cor branca. Esse jogo de cores serve, ao mesmo turno, com um reforço para representar, numa sala desprovida de objetos, a desolação da classe à qual os personagens pertencem e que, apesar de exibir sua distinção, merecem mais é uma espécie de compadecimento. Também essa zona branca é o complemento ao branco da face e da mão do Grande Irmão, que é aquele que contamina pela sua brancura (vazio) a vida dessas duas figuras que protagonizam a charge.

3. Glauco e o Surto da Televisão

Glauco conviveu com os cartunistas da geração anterior, nos últimos anos da década de 1970. O artista ganhou fama e reconhecimento nos anos 1980, momento, que correspondeu à Abertura Política. Glauco começou com trabalhos em tom crítico sobre a Ditadura, mas logo ampliou sua percepção do momento histórico e criou um repertório específico de falas através de um conjunto de personagens urbanos delirantes.

Em 1985, em depoimento a um jornalista da Folha de São Paulo⁷, Glauco Vilas Boas explicou o mecanismo de humor que praticava e que aprendera com Henfil, quadrinista celebrizado do Pasquim. Glauco discursou no lançamento do livreto, “Abobrinhas da Brasilônia”, explicando como funcionava o seu procedimento de composição da charge, tendo por base um desenho do Henfil: quando todo mundo está sério “... o humor pode desmontar, ainda que por instantes, uma instituição secular.” Glauco assumiu o ponto de vista da comicidade do sujeito que se libera em meio à sociedade.

Como cartunista, Glauco fez a crônica de uma geração sem perder a sua singularidade. Com um traço bastante estilizado, beirando ao ingênuo, Glauco

⁷ O jornalista da Folha de São Paulo, Marco Antônio Gonçalves, colheu o depoimento de seu colega Glauco. Ver o número da Folha de São Paulo, de 13 de Março de 2010, com encarte especial sobre a obra de Glauco Vilas Boas, p.4.

experimentou a criação de estranhos personagens, tais como o Geraldão, Dona Marta e o Casal Neuras. Geraldão transformou-se, de modo muito imprevisto, num símbolo de toda uma geração que passou pelas transformações ocorridas com os distúrbios da acelerada urbanização brasileira e com a ascensão da televisão como meio de comunicação no final do século XX.

Como se nota em muitos quadrinhos ilustrativos de Glauco, a TV foi alvo de uma paixão intensa por parte dos telespectadores nos anos 1980. A relação entre o espectador e os programas da televisão brasileira, tal como se constata no desenho do Geraldão de Glauco, chegou ao paroxismo nesse período:



Figura 2 - Tirinha de Glauco, do livreto Geraldão

A obra de Glauco Vilas Boas dos anos 1980, conforme a tirinha acima, que foi recolhida posteriormente no livreto Geraldão (Glauco, 2007), mostra a identificação do sujeito com a novela. O personagem que encarna esse apego à televisão é o jovem solteiro que vive na casa da mãe até uma idade avançada e que explicita e curte a sua alienada atitude de consumo em surtos de prazer, dentre os quais o apego pela televisão.

O olhar de Glauco sobre o mundo era desreprimido e, por isso encantava um grande público com suas tirinhas sobre as neuroses cotidianas. O grupo em que se incluía Glauco era formado por artistas como Angeli, Laerte e alguns outros, fez um humor colocando em pauta os comportamentos correntes. Esse humor era bem diferente da reflexão de Millôr e do chiste voltado para a política da geração anterior, que militou nos anos 1960 e 1970.

Glauco sabia olhar tanto a coletividade como a si mesmo dentro da sociedade, tal como disse o seu colega cartunista Edgar Vasques, citado em reportagem do Correio Brasiliense, assinada por Pedro Brandt,⁸ após a sua morte ocorrida em março de 2010. Nessa mesma reportagem, consta o depoimento de Allan Sieber. Esse cartunista atesta que, quando jovem, lera assiduamente as revistas do Geraldão. Em sua opinião o personagem retratava “um universo maluco, fazendo mais a denúncia do que a apologia aos vícios e atitudes “porra louca” de sua época. Nesse sentido, em um outro exemplo de interpretação visual de Glauco, observamos que o aparelho da TV representado de modo icônico como fonte de imagens é o objeto chave para o desenlace da *gag*:

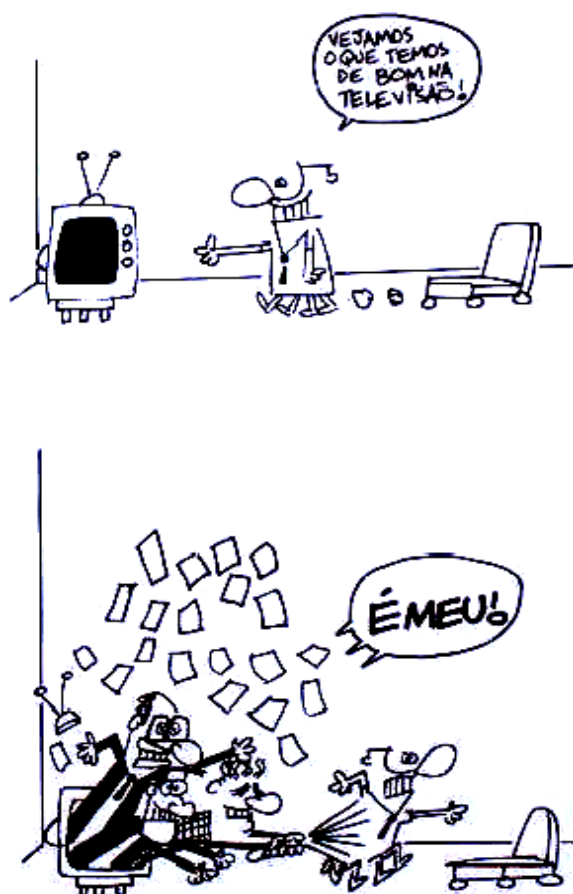


Figura 3 - Tirinha de Glauco, do livro Geraldão

Para Benjamim Picado (2011, p.7), os acidentes sensório-motor (as *gags*) que caracterizam as micronarrativas dos quadrinhos humorísticos corroboram como uma

⁸ Correio Brasiliense de 13/03/2010.

espécie de cânone do seu próprio *mythos*. Complementamos ao dizer que essas *gags*, está exemplificado da tirinha de Glauco, são tanto da ordem da imagem (desenho), como, também, da ordem do verbal.

Vale reiterar que, embora irreal num primeiro momento, o desenho da TV funciona, na tirinha de Glauco, como elemento catalizador da surpresa que ocorre, nesse caso, em dois planos: (a) o plano intrínseco da narrativa, em que o próprio protagonista é surpreendido pela ação da última vinheta. Nessa vinheta temos a representação gráfica de três figuras humanas (que aludem aos políticos brasileiros). Essas figuras saem dentro do aparelho televisor (elemento chave), e agarram o protagonista pela roupa, enquanto ele tenta fugir em vão. E (b), o plano perceptivo da recepção, em que há uma disjunção ou bifurcação narrativa, ao modo pensado por Violette Morrin (1971:177). Graças a um elemento polissêmico, o disjuntor sobre o qual a história é deflagrada (normalização e locução) tropeça e se volta para tomar um direção nova e inesperada. Nesse caso, mais uma vez, o aparelho televisor é o elemento chave para a interessante guinada na história.

A TV, representada na tirinha de Glauco, tem uma importância, tanto como objeto físico, como também como elemento simbólico-afetivo para os seus espectadores. Essa importância encontra-se dentro do contexto ou de um cenário consonante, de uma época específica do ponto de vista político e cultural do nosso país, isto é, a década de 1980. Nesse período a televisão já gozava de uma posição quase que isolada, como principal meio comunicador do nosso país, tanto sob o prisma do entretenimento, através dos programas de variedades, por exemplo, como também da atualização das notícias do Brasil e do mundo, através dos telejornais diurnos e noturnos.

4. Angeli e o Ego do Espectador



Figura 4 – Tirinha de Angeli na Folha de São Paulo (em 03 de Fevereiro de 2011)

Na tirinha de Angeli, da última década, a televisão está colocada em relação com o espectador, mas sob outro enfoque. E nesse caso, através da figura de *Walter Ego*, a televisão é tratada como o artefato técnico que espelha, ou que deveria espelhar, os anseios do personagem. Nessa tirinha, Angeli questiona a identificação do espectador com as imagens da televisão.

As subjetividades contemporâneas se constroem, em grande parte, com um efeito de deslocamento do eixo em torno do qual se espelhava o sujeito no passado. Para Sibília (2008), na contemporaneidade, o sujeito abandona o lócus interior em proveito de uma gradativa exteriorização do eu. Esse processo de identificação com a vida externa, via televisão e internet, que no entanto não ocorre sem os seus percalços, serve-se de um mecanismo tanto de exibição da intimidade como de espetacularização da personalidade (Sibília, 2008, p. 116).

A tirinha acima ilustra bem esse complicado jogo de expectativas e de espetacularização do eu. Angeli mostra o personagem fazendo *zapping*, descontente com as imagens dos diversos canais de televisão. Por fim, a conclusão decepcionante: nenhuma é capaz de produzir a identificação idealizada pelo sujeito. *Walter Ego* é uma figura histriônica que, com seu topete ericado, se define pelo constante exagero da auto-referência.

No passado recente, como diria Andy Warhol⁹, o indivíduo comum sonhava com alguns minutos de celebridade no seu meio social. Mas, hoje esse movimento, que gira ao redor do sucesso pela visibilidade ampliada, que é patrocinado pela mídia de modo permanente. O humorista produz um gozo ao explicitar essa obsessão cotidiana de aparecer na tela.

A tirinha exemplifica a lógica de que “ser” é “ser visto”, que foi captada pela sociologia (Bordieu, 1997) do mundo atual, *full time* e *on line*. Para algumas figuras sociais obterem distinção e existirem, elas dependem de ser vistas na televisão. Elas querem ser convidados a sair na TV, de modo que para Pierre Bordieu (2007), a tela se converteu no lugar da exibição narcisista.



Figura 5 – Quadrinhos de Angeli na Folha de São Paulo (em 2010)

Em outra tirinha de Angeli, mostrada acima, retoma-se o centro de nossas discussões, ou seja, as representações da relação entre a TV e o espectador no Brasil segundo as classes sociais. A contemporaneidade torna este aparelho retratado na tirinha um tanto arcaico (o tubo desapareceu em apenas 5 anos), mas isso vem a calhar com o sentido conservador da conduta dos personagens que vai ser questionado no desenho.

A TV é um espaço de representação que se tornou dominante no campo da mídia e da informação. O resultado é conhecido: banalização e “demagogia do espontâneo” e do “fast thinking”. Quando a linguagem é tomada cinicamente qualquer coisa pode ocorrer. E dessa maneira, a TV consegue “ocultar mostrando”, como dizia Pierre Bordieu (1997).

⁹ Andy Warhol (Andrew Warhola – 1928-1987): pintor e cineasta e precursor do movimento artístico intitulado Pop Art.

A tirinha explicita, com escracho e sob viés crítico, a lógica em que a TV se converteu no lugar da identificação narcisista do espectador com os personagens dos programas televisivos (Bordieu, 1997). Angeli mostra os protagonistas colocando um intervalo esportivo no meio do choque das guerras e do confronto do noticiário da TV. Além desse auto-engano permanente, o problema da TV, segundo Guy Debord (1990) é o jogo que a mídia instaura, um perpétuo presente, mediante a conjugação de uma incessante circulação de informação inútil, que faz desaparecer o conhecimento histórico, a explicação crítica e a concatenação dos terríveis fatos sociais.

5. A Desconfiança e o Cinismo nos Quadrinhos de Allan Sieber



Figura 6 - Cartum de Allan Sieber do livro Assim Rasteja a Humanidade(de 2006)

No desenho acima, temos um exemplo de comentário ácido representado pelo chargista Allan Sieber do espectador perante a tela de TV. O cartum revela uma faceta da contemplação das imagens veiculadas na TV, em que se associa a vida social ao que passa na mídia. E traz o comentário em sintonia com a condição de participante do mundo da mídia, na medida em que o meio televisivo brasileiro no formato da Rede Globo, Rede Record e Rede Bandeirantes são veículos poucos interativos.

Os espectadores da charge em questão tem uma atitude passiva, representada graficamente pela cena em que estão estirados ou aboletados no sofá. A interação se volta para o íntimo, ou seja, estabelece um processo de identificação perigoso e pesado. O humor de Allan Sieber, com seu exagero, vem ridicularizar esse peso, liberando o riso.

Diferentemente do exemplo do personagem Geraldão de Glauco, Sieber totaliza toda a graça em um único desenho em que aparece o casal desanimado num sofá de frente para o aparelho televisor. Nesse caso, o elemento disjuntor não se realiza necessariamente na imagem, mas no transcorrer da associação dos textos encontrados nos dois balões.

Ressaltamos que, a bifurcação ou disjunção narrativa não serve só para a tragédia, ela é também assinalada nas histórias cômicas. Para Violette Morin (1974, p.177), “a bifurcação é possível graças a um elemento polissêmico, o disjuntor sobre o qual a história é deflagrada [...] tropeça e se volta para tomar uma direção nova e inesperada”.

No enunciado do primeiro balão, o candidato político apresenta-se aos telespectadores em tom defensivo, embora ressalte absurdos, causa a primeira surpresa ao leitor da charge, quando declara que por fim que não é ladrão. No segundo enunciado, a mulher voltada para o marido expõe, em tom de consolo, o seu juízo diante de um político tão “virtuoso” que aparece na TV.

Embora boa parte da graça esteja ancorada no texto verbal, não se pode negar que essa mesma graça é complementada e reforçada também pelo desenho do sujeito que olha descrente para a sua esposa. Essa descrença dos personagens é, na realidade, uma síntese do eleitor brasileiro diante dos seus políticos, que se anunciam nos horários eleitorais gratuitos da TV. Os personagens de Sieber são a representação do brasileiro médio, que se entrega impotente ao desânimo, diante da programação compulsória da televisão aberta, na medida que assiste passivamente aos absurdos estampados na tela.

A representação dos personagens é sugestiva de inatividade e falta de opção, justamente pelo grau com que eles delegam o seu tempo livre para assistir televisão ao lado de seus familiares. Percebe-se, por exemplo, que ambos, marido e mulher, encontram-se calçados de chinelos, numa sugestão gráfica de recesso dos seus afazeres cotidianos. O cigarro do personagem também é uma alusão a esse cansaço diário.

É bom lembrar que ainda grande parte da população brasileira dedica o tempo livre à programação televisiva, seja para assistir algum programa de variedades, telenovela ou telejornal. Há audiência compulsória aos programas eleitorais que, no Brasil, exibem uma gama de candidatos, de partidos, de ideologias, encarnados em propostas e perfis que por vezes, ao nosso crivo, são a configuração do absurdo da política do nosso país.

6. A TV e a Crise Doméstica em Caco Galhardo

A série de charges “Julio e Gina”, composta por Caco Galhardo, participa, no caderno Ilustrada da Folha de São Paulo, de uma coluna de análise da programação da televisão. A série reúne elementos para a reflexão a respeito de outro tipo de interferência televisiva, bem diversa da contemplada no humor visto anteriormente, mais destoante ainda do chiste de Allan Sieber. As ilustrações que acompanham a coluna sobre a televisão permite observar por outro ângulo a cena como o telespectador se posta perante a televisão e refletir sobre as transformações desse fenômeno no bojo das mudanças culturais. Ver a TV não é um ato sem consequências, ganha-se e perde-se algo com ela. As tirinhas fazem pensar sobre o modo como se olha a TV e como se compõe um olhar sobre ela.



Figura 7 - Charge de Caco Galhardo publicada durante a Copa de Futebol de 2010

Na charge de Galhardo a comunicação atinge o lar e potencializa uma dimensão social aguda da circulação da informação, levando a uma diferenciação no modo como alcança a sua apropriação privada e pessoal. Trata-se de um fenômeno contraditório, marcado por desigualdades de recepção entre marido e mulher. A interpretação de Caco Galhardo fornece elementos para a compreensão desta dimensão contraditória, atribuindo ao uso da TV um componente conflituoso que instiga o casal, levando à crise doméstica.

Podemos observar um procedimento de compor a relação do espectador para com a TV: botar em quadro o casal Julio e Gina, e focalizar a discussão em torno da disputa pela atenção. Ao longo da série, Gina demanda atenção do marido Julio, que se dedica quase que exclusivamente à televisão e fica com a cara amarrada para a mulher. A exemplo do “Casal Neuras” de Glauco, Caco Galhardo debulha toda uma zona de queixas domésticas que gira ao redor da programação de TV, comentando a tecla tônica do mundo da dispersão e do consumo visual. Na charge da copa de futebol, o problema ou motivação da crise é a audiência dos jogos, que interfere na noite de hotel.

Um propósito importante da série Julio e Gina parece ser explicitar os descaminhos da libido que ocorre através do olhar as imagens da TV. Gina é esse personagem que tem ciúmes ou inveja da TV. O personagem feminino vai ser acionado para desautomatizar o olhar do marido que está cravado no aparelho. Quer dizer, a TV é invasiva e retém atenção do protagonista. Isso é algo se produz sob determinadas condições coletivas, um jogo distante de futebol na África do Sul, algo que ocorreu externamente, que invade o recinto doméstico. O quadrinista antevê ou visualiza situações de ciúme e inveja. Desse modo, por um lado, permite pensar esse efeito de penetração da TV, tanto na confecção da programação, como na sua recepção.

Por outro lado, vale reter aqui um componente psicológico interessante na questão das crises de libido de “Júlia e Gina” de Caco Galhardo. Vale lembrar que o vocábulo “in-veja” se relaciona etimologicamente, em latim, com o olhar (Bordelois, 2007). *Vídeo* significa visão na língua clássica. Tanto é que, em espanhol, *invidia* tem o significado literal de inveja. Seguindo a análise da filósofa Ivonne Bordelois (2007), o vídeo da televisão tem esse sentido de *zoom*, de um olho penetrante e agressivo que, movido por alguma forma de animosidade se “crava rancorosamente no de seu inimigo para perfurá-lo e destruí-lo”. Etimologicamente falando-se, a noção é ambivalente, já que pode introduzir o objeto de um sentimento, geralmente hostil (na palavra inveja, o penetrante prefixo *in*), mas conter também um desejo secreto, pois, no fundo, a televisão, pode ser pensado aqui neste contexto, como a “mensageira noturna da admiração”.

A ironia do cartum do ano de 2010 está em transpor para o meio gráfico o argumento de que um inofensivo jogo de futebol deixa de ser o que é no mundo objetivo e externo e passa a ter efeitos impremeditados no campo da guerra dos sexos dentro de casa. Ao fazer a crítica e a denúncia desse aspecto invasivo da comunicação, o quadrinista nos ensina a observar as diferenças de gênero redefinindo o seu sentido a partir do visual. O procedimento de desenho de humor vem produzir um outro signo a partir de algo banal do cotidiano da cidade.

Considerações finais

Para todos os exemplos gráficos analisados nesse artigo, a TV não é uma representação monolítica. Fazendo um paralelo, como que ocorre no filme de Stanley Kubrick¹⁰ “2001: Uma Odisséia no Espaço”, a representação do efeito do meio tecnológico no futuro é sempre incerta, mas não pode deixar de ser colocada em perspectiva. Diferente do filme, nós, os primatas no caso, independente dos nossos sentimentos de repúdio, medo ou encanto, transitamos metaforicamente como insetos em volta da luz televisiva, na procura de respostas para as nossas vidas. Porém, as respostas variam com o tempo, de acordo com o contexto social, cultural e político em que vivemos.

Lembremos de Theodor Adorno (1997), que analisou o pseudo-indivíduo subordinado, de forma agônica e prazerosa ao mesmo tempo, à modelação estética, e a moderação intelectual e política proposta pela televisão. A televisão que funciona com fonte de referências para as nossas decisões cotidianas, num triplo papel de tutora, oráculo e guardião. Estes papéis estão presentes e diluídos na retórica, por exemplo, dos programas de variedades (de entretenimento), dos telejornais (informativos) e das novelas (narrativos).

De todo modo, os nossos quadrinistas brasileiros conseguiram capturar e traduzir, ao longo dos anos, tanto na esfera textual, como gráfica, o comportamento da recepção diante da TV. Em boa medida, os principais acontecimentos do nosso país, independente de qual ordem, são retratados por eles com as sutilezas do bom humor, sempre atentos aos deslizos da recepção, mas também em tom de crítica à própria sociedade contemporânea.

A recepção retratada nos quadrinhos, por sua vez, passa perante o desfile de imagens e sons da televisão, assistindo quase que anestesiada na poltrona, no sofá ou até mesmo na cama. O telespectador em alguns momento até reclama em forma

¹⁰ Stanley Kubrick (1928-1999), cineasta, dirigiu vários filmes aclamados pela crítica e pelo público, tais como: Spartacus (1960), 2001 – Uma Odisséia no Espaço (1968), Laranja Mecânica (1971), O Iluminado (1980).

de resenhas intermináveis da grade televisiva e qualidade dos seus conteúdos, mas raramente se engaja numa tomada de decisão política contrária ao que vê.

A recepção representada na ótica do cartum e da charge é aquela que, embora admirativa ou escandalizada, encara todos as ocorrências televisivas, ficcionais ou não. Essas interações são vistas como acontecimentos pertencentes ao outro, que mora dentro do sujeito contemporâneo e mantém conexão com a caixa mágica.

Abstract: This article aims to analyze the representation of the TV and television spectator's in some cartoons and comics published, in Brazil, in the last forty years, in journals and magazines as Pasquim, Veja, and Folha de São Paulo. In this work some productions of famous cartoonist as Millôr, Glauco, Angeli, Sibier e Galhardo. These artists, through their written and most of all, through their drawing line, tried to show TV reception, as well as the impact of this mass medium related to historical moments that promoted sociopolitical changes in our country.

Key Words: Comic books, Television, TV.

Referências

2001: Uma Odisséia no Espaço. Direção, produção: Stanley Kubrick. Intérpretes: Keir Dullea, Gary Lockwood. Roteiro: Stanley Kubrick e Arthur C. Clarke. Los Angeles: Warner Brothers, c1968, 1 DV (149 min), widescreen. Produzido pela Warner Vídeo Home.

ANGELI – Página Oficial. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/angeli/> Acesso em: 31 de janeiro de 2012.

CACO CALHARDO – Página Oficial. Disponível em: <http://cacogalhardo.uol.com.br/> Acesso em 17 de julho de 2012.

BORDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão.** Barcelona: Anagrama. 1997.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias.** São Paulo: Boitempo. 2004.

BORDELOIS, Ivonne. **Etimologia das Paixões.** Rio de Janeiro: Odisséia Editorial, 2007.

DEBORD, Guy. **Comentarios sobre la sociedad del espetáculo.** Barcelona: Anagrama. 1990.

DEFLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S. J. **Theories of mass communication.** New York: Longman. 1989.

FERNANDES, Millôr. **Millôr no Pasquim.** Rio de Janeiro: Círculo do Livro. 1977.

GALETE, Rinaldo A. **A Quantas Anda a Classe Média Assalariada no Brasil?** Disponível em: <http://editora.unoesc.edu.br/index.php/race/article/viewFile/380/124> Acesso em: 31 de janeiro de 2012.

GLAUCO, Geraldão. **Abobrinhas da Brasilônia.** Porto Alegre: LPM, 2007.

_____, Geraldão - **3. Ligação, Taradão na Televisão.** Porto Alegre: LPM, 2007.

_____, **Glauco – Página Oficial.** Disponível em: <http://www2.uol.com.br/glauco/index.shtml> Acesso em: 30 de janeiro de 2012.

História da Televisão. Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/2397-historia-da-televisao.htm> Acesso em: 30 de janeiro de 2012.

HORKHEIMER, M., e ADORNO, T. W. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos.** Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

KANITZ, S. **Em Defesa da Classe Média.** 2006. Disponível em: http://www.kanitz.com/impublishaveis/defesa_da_classe.asp Acesso em: 31 janeiro de 2012.

LEMOS, André L. M. **Anjos Interativos e Retrabilização do Mundo. Sobre Interatividade e Interfaces Digitais**, 2007. Disponível em: <http://www.andrelemos.info/artigos/interativo.pdf>, Acesso em: 30 de janeiro de 2012.

PICADO, José Benjamim. **Retórica e Poética do Traço: Caricatura e Estrutura Episódica do Humor Gráfico**. Disponível em: http://www.gelbc.com.br/pdf_jornada_2011/benjamim_picado.pdf. Acesso em: 24 de setembro de 2011.

PRIMO, Alex Fernando T.; CASSOL, Márcio Borges F. **Explorando o Conceito de Interatividade: Definições e Taxonomias**. IN: **Informática na Educação: Teoria & Prática**. V.2, N.2. PGIE-UFRGS, 1999. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286> Acesso em: 30 de janeiro de 2012.

ROCHA, Everardo. **Cultura Brasileira: Reflexões, Análises e Perspectivas**. Rio de Janeiro: Desiderata, 2007.

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu. A Intimidade como Espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 2008.

SIEBER, Allan. **Assim Rasteja a Humanidade**. Rio de Janeiro: Desiderata. 2006.

_____. **Página Oficial**. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/allansieber/> Acesso em: 31 de janeiro de 2012.

MERLINO, T. **Pobreza Chega à Classe Média IN: Brasil de Fato**. 2006. Disponível em: <http://www.brasildefato.com.br/node/763> Acesso em: 31 janeiro de 2012.

MORRIN, Violette. *A História Cômica*. In: BARTHES, Roland. (Org.). **Análise Estrutural da Narrativa. Pesquisas Semiológicas**. Trad. Maria Zélia Barbosa Pinto. Petrópolis: Vozes, 1971, p. 174-200.

ZIZEK, Slavoj. **Como Ler Lacan**. Rio de Janeiro: Zahar. 2010.

WIKIPÉDIA – Enciclopédia Livre. **O Pasquim**. Disponível: http://pt.wikipedia.org/wiki/O_Pasquim Acesso em: 30 de janeiro de 2012.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1995.