

## Identidades não tão Secretas: a tensão entre identidades culturais num contexto globalizado

Por Iuri Andréas Reblin\*

### Resumo:

O presente ensaio aborda a tensão entre as identidades culturais num contexto globalizado, formulando perguntas a partir da observação crítica da propagação do gênero da superaventura para além das fronteiras dos Estados Unidos da América. A análise dessa transposição cultural evoca a discussão sobre a influência cultural estadunidense, tentando identificar até que ponto essa influencia, se sobrepõe ou se transforma em outros contextos. O foco dessa análise está direcionado para a superaventura no contexto brasileiro e a dois casos específicos: o Homem-Aranha no Japão e na Índia.

### Palavras-chave:

Identidade Cultural – Globalização – Cultura – Super-Heróis Brasileiros – Homem-Aranha Indiano

### Lanterna Verde

Recentemente, ganhei uma camisa de presente. Nela estava estampada a insígnia da Tropa dos Lanternas Verdes. Para quem desconhece, os Lanternas Verdes pertencem a um esquadrão policial que procura manter a lei e a ordem em todo o espaço sideral. Seus membros são escolhidos por suas virtudes, sobretudo, a coragem, a determinação, o senso de justiça e a vontade. Essa última é fundamental para o funcionamento de sua arma: um anel energético que projeta tudo o que a imaginação criar. Dentre os vários super-heróis, o Lanterna Verde é um dos poucos que possuem um representante afro-descendente.

---

\* Teólogo, mestrando no Instituto Ecumênico de Pós-Graduação (IEPG), da Escola Superior de Teologia (EST), em São Leopoldo, RS, com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Comecei a usar a camisa em minhas atividades corriqueiras e, em diversas ocasiões, fui interceptado por alguém desconhecido com uma exclamação ou uma pergunta retórica: “Lanterna Verde, certo?”. Crianças, jovens e até adultos identificavam o respectivo super-herói na estampa da minha camisa. Fiquei surpreso com a reação das pessoas, pois não se trata de um personagem de tanto reconhecimento e produção cultural quanto o Super-Homem, o Batman ou mesmo o Homem-Aranha.

Nesse sentido, é interessante perceber como esse tipo de universo – dos super-heróis – atinge um número expressivo de pessoas; justamente o “estilo super-herói” que muitas vezes é considerado irrelevante academicamente, associado ao simples entretenimento. De qualquer forma, o alcance que estes super-heróis, símbolos do *Destino Manifesto*, e o gênero da superaventura atingiram é surpreendente. Eles podem ser encontrados em qualquer canto do mundo significativo economicamente: resultado do capitalismo, da política de expansão estadunidense, do processo de globalização.

## **Um tal José Carioca**

O mundo se transformou radicalmente no decorrer do último século. Houve novas revoluções tecnológicas, a consolidação e a flexibilização do capitalismo, a erupção de uma superpotência mundial – os Estados Unidos da América – a formação de grandes blocos econômicos, como a Comunidade Comum Européia e o Mercosul, a secularização da religião (no sentido de fragmentação de suas fronteiras eclesiásticas), a conquista do mundo periférico pelas empresas transnacionais, o

advento dos meios de transporte e de comunicação, como o avião, a televisão e a Internet, dialeticamente aproximando e afastando culturas<sup>1</sup>.

Nesse novo cenário mundial, é indiscutível a influência econômica, política e cultural exercida pelos Estados Unidos. O país é o mais adaptado para o novo cenário e tende a se consolidar como liderança da nova ordem mundial, uma vez que toda ela está alicerçada na estrutura econômica estadunidense<sup>2</sup>. Na verdade, “a hegemonia americana se vincula a um apogeu atingido pelo capitalismo que, depois de constituir o formato de Nação-continente, forma os blocos econômicos e promove a globalização de relações econômicas, políticas e de informação”<sup>3</sup>. Toda a política econômica internacional está estruturada na tarifação da moeda estadunidense. Além disso, os Estados Unidos mantêm uma estratégia de “prevenção do surgimento de uma potência militar hegemônica na Europa ocidental” e de “proteção dos interesses americanos no Terceiro Mundo, em especial nas regiões do Oriente Médio e da América Central”<sup>4</sup>. Todas as últimas guerras – Vietnã, Golfo Pérsico, Iraque – têm mostrado como pano de fundo a manutenção da supremacia estadunidense.

Além dessa inegável exportação de ideologias políticas e econômicas, os Estados Unidos se transformaram no parque de diversões do mundo, se tornaram grandes produtores e exportadores de lazer, melhorando e aprimorando as diversas artes existentes, sobretudo, aquelas que trabalham com uma narrativa visual. O desenvolvimento de uma tecnologia que possibilitou aos meios de comunicação a

---

<sup>1</sup> GEIGER, Pedro P. Mapa do mundo pós-moderno. In: SANTOS, Milton et alii (Orgs.). *O Novo Mapa do Mundo: Fim de Século e Globalização*. 3. ed. São Paulo: HUCITEC-ANPUR, 1997, p. 103-118. Para saber mais sobre a globalização e seu impacto no mundo, confira SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

<sup>2</sup> Há de se considerar, no entanto, que o quadro mundial possa resultar nos próximos anos num “meio termo entre a *Pax Americana* [hegemonia estadunidense] e a *Pax Consortium* [sem a hegemonia de um país específico], formando um cenário no qual os Estados Unidos mantenham a liderança, partilhando-a com outros países poderosos.” (ARAUJO, Braz José de et alii. Estados Unidos e Japão na nova ordem mundial. In: SANTOS, Milton et alii (Orgs.). *O Novo Mapa do Mundo: Fim de Século e Globalização*. 3. ed. São Paulo: HUCITEC-ANPUR, 1997. p. 148.

<sup>3</sup> GEIGER, 1997, p. 108.

<sup>4</sup> ARAUJO, 1997, p. 140.

veiculação de imagens influenciou diretamente a cultura<sup>5</sup>. O objeto artístico deixou de ser contemplado exclusivamente em museus e pinacotecas e passou a ser lido e filtrado nos lares<sup>6</sup>. A cultura passou a ser produzida industrialmente e a ser orientada pela dinâmica do mercado, i. é, comercializada e consumida na aldeia global por “um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade”<sup>7</sup>.

Essa importação do produto cultural estadunidense traz uma infinidade de nomes conhecidos: Steven Spielberg, Walt Disney, Hollywood, Sony Music, Universal Pictures, Indiana Jones, Tom Cruise, Nova York, Arnold Schwarzenegger, Tio Sam, Super-Homem, Homem-Aranha, Mickey Mouse, Bill Gates e Pato Donald, para citar alguns. Nesse sentido, o Brasil, como país dependente financeiramente, mas também como produtor de cultura, sofre com a globalização, pois muitas ideologias e muitos produtos são importados dessa fábrica de lazer. Ela influencia o comportamento e as aspirações dos brasileiros e das brasileiras<sup>8</sup>.

Essa influência cultural no Brasil e na América Latina não é de agora, mas remete já a “Política da Boa Vizinhança” aplicada pelo governo de Franklin

---

<sup>5</sup> “Os novos equipamentos de comunicação e informação destinados ao grande público interferem na cultura. A noção de cultura adotada por nós segue, neste sentido, dois viés [sic] que estão intrinsecamente relacionados. Um, ligado à noção específica da modernização da esfera cultural e da indústria cultural, e outro, que se refere às representações sociais, ligadas às relações entre as condições materiais e a sociedade” (SILVA, Catia Antonia da. *Cidade, informação e cultura: a inserção do mercado de filmes em videocassetes no espaço urbano brasileiro*. In: SANTOS, Milton et alii (Orgs.). *O Novo Mapa do Mundo: Fim de Século e Globalização*. 3. ed. São Paulo: HUCITEC-ANPUR, 1997. p. 212).

<sup>6</sup> p. 168.

<sup>7</sup> MORIN apud SILVA, 1997, p. 213.

<sup>8</sup> “Os produtos da indústria cultural (a rede de televisão e de rádio, o disco, o videocassete etc.) passam a fazer parte da vida cotidiana, modificando os hábitos, remetendo as novas necessidades sociais a novos patamares [...], interferindo, portanto, na cultura, ou seja, no conjunto de fenômenos que contribuem mediante a representação ou a elaboração simbólica (valores sociais e éticos) das estruturas materiais necessárias para a compreensão, reprodução ou transformação da sociedade”. “Nesse contexto, as articulações da indústria cultural com a noção ampla de cultura se dão porque a cultura de massa – denominação dos efeitos de indústria cultural – age como suporte das relações interpessoais e das relações entre os espaços”. (SILVA, 1997, p. 213).

Roosevelt, no período da Segunda Guerra Mundial. A “Política da Boa Vizinha” é a tentativa de se criar um sentimento de nação entre os países do continente americano, que, *a priori*, não tinham nada em comum entre si (Panamericanismo). Para conseguir aliados para a guerra e consumidores (por causa da perda do circuito europeu), a estratégia estadunidense foi seduzir através da arte (Imperialismo Sedutor). Em outras palavras: este plano político de interesse militar e econômico utilizou-se da cultura como arma estratégica.

Sendo época da Segunda Guerra, o governo americano procurava cada vez mais se aproximar dos países latino-americanos e, por intermédio de um alto funcionário, Nelson Rockefeller, foi sugerida uma visita à América do Sul para Walt Disney. Rockefeller, que era coordenador de Assuntos Internacionais, ligado ao Departamento de Estado do governo Roosevelt, fez com que a agência arcasse com todas as despesas de viagem e ainda garantiu 300 mil dólares para que os Estúdios Disney produzissem um filme com temas latino-americanos. A aventura cinematográfica levou toda equipe americana por onze países (incluindo o Uruguai, a Argentina, a Bolívia e o Brasil) em que Walt e sua equipe faziam relações públicas e coletavam material para seus filmes.<sup>9</sup>

Walt Disney e seus artistas percorreram alguns países da América Latina em 1941, a fim de encontrarem e (ou) criarem elementos comuns com a cultura estadunidense. O resultado dessa excursão foi o filme animado “Alô Amigos” (*Saludos Amigos*, no original), composto por quatro curtas-metragem: “Lago Titicaca”, “Pedro”, “O Gaúcho Pateta” e “Aquarela do Brasil”. O filme retrata as belezas e as peculiaridades que fascinaram os artistas durante sua estada nos países: Bolívia, Chile, Argentina e Brasil. No caso do Brasil, eles se surpreenderam com a fauna e a flora da região, com o Pão de Açúcar, com o samba, com a música “Aquarela do Brasil” – Walt Disney foi apresentado a Ary Barroso – e com o “único bicho que fala”. Walt Disney ficou tão admirado que afirmou que criaria um personagem para

---

<sup>9</sup> Matheus Mocelin CARVALHO, “Alô Amigos”, tópico “Curiosidades”, § 3. In: *Animatoons*. Disponível na Internet: [http://www.animatoons.com.br/movies/saludos\\_amigos/curiosidades.php](http://www.animatoons.com.br/movies/saludos_amigos/curiosidades.php). Acesso: 08/abr./2006.

compartilhar aventuras com Pato Donald e Mickey Mouse. “Em 1941, quando voltou aos estúdios de Burbank, Disney já sabia até qual seria o traje do papagaio: o fraque, acompanhado de guarda-chuva e chapéu de palha, inspirado num tipo popular do Rio dos anos 40 – o dr. Jacarandá”<sup>10</sup>.

O nome Zé Carioca surgiu da concepção de que Joe (José) é um nome comum entre países sul americanos, e carioca como consequência de sua vinda ao Rio de Janeiro. Porém, aqui no Brasil tornou-se apenas Zé Carioca. Nos Estados Unidos e França o personagem se chama Joe Carioca e apenas na Itália é que seu nome é José Carioca. Mas Zé Carioca tornou-se realmente famoso mais tarde, com o filme VOCÊ JÁ FOI À BAHIA? [de 1945], no qual convida o Pato Donald a visitar a Bahia.<sup>11</sup>

No pequeno filme curta-metragem, Pato Donald conhece o papagaio Zé Carioca e este convida o turista americano a ensaiar uns passos de samba, enquanto eles passeiam pelas ruas do Rio de Janeiro. “Aquarela do Brasil” é, por um lado, a impressão que os estadunidenses tiveram do Brasil – de um país inteiro! – em quinze dias de estadia e, por outro, a tentativa de firmar uma “amizade” entre os Estados Unidos e o Brasil e os outros países da América Latina. ““Enquanto metade do mundo é forçada a gritar Heil Hitler!, nossa resposta é dizer Saludos Amigos!” disse Walt Disney”<sup>12</sup>.

Mesmo que tenha sido criado por Walt Disney, em 1941, o papagaio Zé Carioca é uma das expressões mais próximas da identidade brasileira. Intencionalmente ou não, é possível encontrar elementos verdadeiramente brasileiros na construção de sua personalidade e em suas histórias. Zé Carioca possui o “jeitinho”, a malandragem, a tranqüilidade e a paciência típica na cultura brasileira. De qualquer forma, a aproximação cultural entre os Estados Unidos e o Brasil não terminou com Zé Carioca. Música, filmes, seriados de TV e quadrinhos começaram a fazer cada vez mais parte do cotidiano brasileiro. Todavia, esse “pacote cultural” que

---

<sup>10</sup> CARVALHO, [s.d.], § 7.

<sup>11</sup> CARVALHO, [s.d.], § 22.

<sup>12</sup> CARVALHO, [s.d.], § 30.

o Brasil tem importado dos Estados Unidos, principalmente, a partir do período pós-guerra, deixou de ter em seu conteúdo um elemento em comum. Esses produtos culturais industrializados e comercializados são expressões do jeito de ser estadunidense e é nesse tipo de arte que os super-heróis se encontram.

## Os Super-heróis Brasileiros e o Homem-Aranha no Mundo

Os super-heróis estadunidenses estavam dentro do pacote cultural que o Brasil importou e tem importado dos Estados Unidos nas últimas cinco décadas aproximadas. Muitas pessoas cresceram lendo suas histórias, assistindo a seus filmes, seriados e desenhos – principalmente, aqueles produzidos por Hanna-Barbera – consumindo uma infinidade de produtos com suas marcas. Aos poucos, aquele símbolo ambíguo de liberdade e de império<sup>13</sup> foi ganhando espaço na imaginação dos brasileiros e das brasileiras. Afinal, um super-herói é muito mais do que um personagem fantasiado, uma mulher de maiô ou um homem com a cueca sobre a calça. Ele é constituído por uma amálgama de valores, ideais, sonhos, desejos que refletem tudo aquilo que o ser humano moderno acredita, espera e aspira. No entanto, o foco da discussão neste ensaio não é o conteúdo simbólico dos super-heróis em si<sup>14</sup>, mas sim perguntar como acontece o processo de assimilação, incorporação, transformação de determinados símbolos de uma cultura para outra.

Nesse sentido, o que a história do comércio da cultura industrializada tem afirmado em relação ao contexto brasileiro é que nos últimos anos o Brasil tem sido um mero receptor desse tipo de cultura, principalmente, no que tange à importação de filmes, séries, quadrinhos e certos estilos musicais. Em relação a tais produtos, ou o Brasil não tem o seu espaço, ou ele é muito restrito. Um fato claro é a recuperação

---

<sup>13</sup> Refiro-me aqui ao caráter ideológico e o caráter inconsciente que faz parte da representação dos super-heróis, conforme Nildo Viana expôs em sua recente publicação (VIANA, Nildo. *Heróis e Super-Heróis no Mundo dos Quadrinhos*. Rio de Janeiro: Achiamé, 2005. p. 65-69).

<sup>14</sup> Cf. o capítulo 1. e também VIANA, 2005, p. 37-74.

paulatina do cinema brasileiro após a sua quase extinção ocorrida na década de 80 do século passado. Embora as produções atuais tenham sido de boa qualidade técnica e artística, ainda predomina um certo sentimento de rejeição e aversão aos filmes nacionais por parte do público brasileiro. A preferência continua sendo aos filmes *hollywoodianos*, especialmente os *blockbusters*, os de grande bilheteria – essa preferência se mantém também em relação às produções européias. No caso específico dos quadrinhos de super-heróis, o Brasil literalmente não possui espaço autônomo. As revistas são apenas traduzidas do original. O Brasil é um simples receptor do produto americano.

É necessário levar em consideração que o gênero da superaventura tem sua origem nos Estados Unidos da América, durante o período de reestruturação econômica e política do país, implantado pelo governo de Franklin Roosevelt, devido à quebra da bolsa de Nova Iorque (1929). Durante os anos turbulentos da Grande Depressão, o desemprego e a miséria foram combatidos pelo plano *New Deal*, que incluía uma série de reformas econômicas e sociais, a ênfase na assistência e em obras públicas e o controle mais rígido das empresas por parte do Estado. Ao mesmo tempo, tratava-se do período pré-guerra, em que o medo da possibilidade da necessidade de uma incursão na Europa preocupava muitos jovens. É nesse contexto que surge o gênero da superaventura, a partir do advento do Super-Homem (1938). Segundo Roberto Guedes,

o escapismo oferecido pelos baratos *comic books* – com seus semideuses de colantes e suas proezas fantásticas – aliado a uma terrível recessão econômica e à falta de opções de divertimento para a grande massa de crianças e jovens foram, sem dúvida alguma, determinantes no sucesso de Super-Homem e demais personagens em quadrinhos que viriam em sua esteira.<sup>15</sup>

No entanto, mesmo que o gênero da superaventura seja em si algo estrangeiro – assim como o *Reagge*, o *Funk* e o *Jazz* – isso não significa que ele tenha

---

<sup>15</sup> GUEDES, Roberto. *Quando Surgem os Super-Heróis*. São Paulo: Ópera Gráfica, 2004. p. 16.



que ser, ou seja, imune às leituras que os seus receptores efetuam; que os significados de seus símbolos não sofram nenhuma influência do intérprete destes. A primeira impressão que se tem, no caso do contexto brasileiro, é que a importação da cultura industrial e a aparente complexidade desta – como a narrativa e a técnica – abafam qualquer iniciativa nacional. Assim, gerações de brasileiros e de brasileiras crescem vendo *He-Man*, *Smurfs*, *Looney Toons*, *Timão e Pumba*, *X-Men Evolution*, *Super Shock*, *A Liga da Justiça*, entre outros, enquanto que desenhos nacionais não estão nem à deriva, porque simplesmente – praticamente – são inexistentes, quer seja devido ao custo, quer seja devido à técnica.

A cultura industrial estadunidense faz parte, portanto, da infância e juventude do povo brasileiro, o qual também sente o processo da influência da cultura japonesa – com personagens como *Jaspion*, *Jiraya*, *Pokemon*, *Cavaleiros do Zodíaco*, entre outros – produtos que vêm conquistando cada vez espaço no país. Todos estes produtos fantásticos e imaginários são importados sem restrições. Em si, o problema não é a existência da cultura estrangeira no país, mas sim a dinâmica que acontece entre o produto estrangeiro e o produto nacional. No caso dos ritmos musicais, é claro que o *Reagge*, o *Funk* sofreram um processo de adaptação à “brasilianidade”, falando dos problemas e sonhos brasileiros. Em outras palavras, alguns símbolos desses gêneros sofreram transformações. Isso não acontece no caso do gênero literário da superaventura.

Lamentavelmente, as poucas tentativas brasileiras frente ao mercado de quadrinhos de super-heróis não conseguem se destacar. É impossível competir com os quadrinhos estadunidenses. Não há infra-estrutura suficiente de criação e de distribuição e o custo é muito elevado. Além disso, existem poucos adeptos e pouco interesse por parte do público. Assim como no cinema, não se cria uma arte brasileira capaz de ter a eficácia de alcançar pessoas, fãs, e de ser levada adiante. Ou melhor, não se cultivou o hábito de observar e de defender o que é próprio da nação; parece que ainda se espera pelo que os navios portugueses (atualmente estadunidenses)

possam trazer de diferente ao ancorarem próximos às terras tupiniquins. Assim, super-heróis brasileiros acabam sendo dependentes existencialmente de seus criadores.

Nesse sentido, as criações brasileiras estão, por um lado, à margem da globalização. Trata-se de algo pequeno frente ao império estadunidense, de algo novo, lutando pela preferência do público brasileiro. Entrementes, existem muitos artistas brasileiros, como Mike Deodato, Joe Bennett, Ivan Reis, que trabalham para as grandes empresas de quadrinhos estadunidenses, devido à ausência de campo de trabalho que possibilite a sobrevivência do artista no Brasil. Por outro lado, cada super-herói brasileiro reflete alguns elementos dos super-heróis americanos. A maioria dos super-heróis brasileiros nem brasileiros são e, talvez, aí está sua dificuldade em se estabilizar no mercado de quadrinhos: a ausência de símbolos nacionais. É como ter à escolha um produto importado com um preço acessível e um produto “importado” com um preço inacessível, caso se queira manter a qualidade gráfica deste último. Enfim, toda a constituição reflete as influências que a arte brasileira teve: prédios nova-iorquinos, fantasias que remetem a super-heróis famosos, o que possibilita perceber a influência que o criador teve como fã do produto americano e, às vezes, também do produto japonês<sup>16</sup>.

Cometa<sup>17</sup>, Cabala, Crânio e Arcanum são alguns dos super-heróis brasileiros que têm conseguido se manter no mercado como produção independente. O primeiro possui uma publicação própria trimestral. O gibi possui uma narrativa simples que lembra muito as primeiras histórias em quadrinhos deste gênero. Ele resgata a jovialidade e a fantasia, através de uma leitura agradável. Mesmo que os personagens tenham nomes brasileiros, os traços lembram o estilo DC (i. é, da *DC Comics*) e as histórias do Super-Homem e da Mulher-Maravilha. Já os três super-

---

<sup>16</sup> GUEDES, Roberto. *A Saga dos Super-Heróis Brasileiros*. Vinhedo: Editoractiva Produções Artísticas, 2005. passim (especialmente p. 104).

<sup>17</sup> Cf. na Internet: <http://www.sgarte.com.br>. Acesso: 08/abr./2006.

heróis seguintes possuem suas histórias publicadas num gibi nordestino independente chamado “Brado Retumbante”<sup>18</sup>, de publicação semestral.

Todavia, um super-herói brasileiro que chama a atenção para o propósito deste ensaio é o Galha, o “Vigilante das Araucárias”. O Galha já teve alguns álbuns publicados, com a reunião de várias tiras de jornal e pequenas histórias, já foi tema de peça de teatro, estreou dois filmes curta-metragem, sendo que um terceiro está a caminho<sup>19</sup>. O super-herói foi cunhado a partir do símbolo criado com o propósito de identificar o Estado do Paraná: a Galha Azul.

Mesmo que a associação da Galha Azul com o Estado do Paraná tenha sido criada propositalmente para distinguir este dos outros Estados, ele acabou se tornando um símbolo regional. Esse fator dá mais força ao personagem, possibilita sua independência do criador original e pode despertar o interesse do público nacional. Na verdade, o próprio super-herói é uma releitura do extinto *Capitão Galha*, um personagem da década de 40, do século passado:

Ele [O Galha] surgiu em outubro de 1997, numa edição especial (comemorando os 15 anos da Gibiteca de Curitiba) da extinta revista Metal Pesado. Para realizá-la, foram convocados vários quadrinhistas locais, dos quais um grupo decidiu fazer de um projeto comum uma homenagem a um ícone desconhecido dos quadrinhos curitibanos, o Capitão Galha. Publicado no início dos anos quarenta pelo também desconhecido (e quase lendário até) Francisco Iwerten. Fugitivo de um planeta de homens-pássaros, regido pelo terrível Thagos, o usurpador, o Capitão Galha encontrou refúgio na Terra, onde utilizava seus poderes alienígenas no combate ao crime no Paraná. Misto de Flash Gordon com Super-Homem, ele teve vida breve. Foram publicados apenas dois números de suas aventuras, mergulhando esse trabalho pioneiro no mesmo abismo que tantos outros precursores das HQs nacionais. Infelizmente, ninguém sabe se existe ainda algum exemplar de suas revistas.

Foi unânime que um homem alado, com um "G" no peito e bigodinho não seria muito bem visto hoje em dia. Optou-se então por criar uma versão atualizada do datado Capitão. Alessandro Dutra criou o

---

<sup>18</sup> Cf. na Internet: <http://www.bradobr.cjb.net/>. Acesso: 08/abr./2006.

<sup>19</sup> Cf. na Internet: <http://www.ogalha.com.br>. Acesso: 08/abr./2006.

visual, Gian Danton e José Aguiar criaram a história, Antonio Eder, Luciano Lagares, Tako X, Edson Kohatsu, Augusto Freitas, Dutra e Aguiar se encarregaram da arte e Nilson Miller fez a capa da edição. E assim o Galha fez sua estréia. Um ano depois o personagem ganhava sua página semanal no caderno Fun da Gazeta do Povo, agora como um adolescente que descende do Capitão Galha original. Um herói iniciante em uma metrópole um pouco diferente da Curitiba de hoje. Talvez, a única cidade do país, onde um super-herói se enquadraria sem parecer (muito) deslocado. Afinal, ela mesma faz questão de, provincianamente, vender sua imagem como "cidade de primeiro mundo". E nada mais isso que um vigilante de colante.<sup>20</sup>

A ausência de símbolos nacionais nos super-heróis brasileiros já foi tema de um artigo de André Diniz, o qual defende a fuga dos clichês das principais editoras estadunidenses, a *DC Comics* e a *Marvel Comics*. Diniz questiona, por um lado, a necessidade da luta contra um supervilão com superpoderes, da ambientação em grandes metrópoles, do uso do uniforme, da complexidade nas narrativas, da narração em *off*, do formato de novela (a continuação da história em diversos capítulos), enfatizado, por outro lado, a importância da fuga dos estereótipos brasileiros, a necessidade de referências históricas e o enriquecimento do cenário, i. é, a brasilianidade<sup>21</sup>.

No entanto, não se pode abdicar de todas as estruturas que fornecem ao gênero da superaventura sua razão de ser. Certos elementos precisam ser preservados, como a identidade secreta e a existência dos superpoderes, além do senso de heroísmo. A solução para os super-heróis brasileiros está, realmente, na incorporação de símbolos nacionais em seu conteúdo e em sua narrativa e estética. Afinal, não adianta nada desenhar o Corcovado e o Pão de Açúcar ao lado de prédios nova-iorquinos<sup>22</sup>. Há, portanto, a necessidade de uma dosagem adequada entre as

---

<sup>20</sup> Cf. na Internet: <http://www.ogralha.com.br/Galha%20HQ/origem.html>. Acesso: 08/abr./2006.

<sup>21</sup> Cf. André DINIZ, "Como fazer um super-herói brasileiro?" In: *Universo HQ*, dia 09/abr./2004. Disponível na Internet: <http://www.universohq.com/quadrinhos/2004/diniz06.cfm>. Acesso: 08/abr./2006.

<sup>22</sup> Uma alternativa é um retrato similar à imagem acima. Imagem: Rio de Janeiro, no traço de Jano. Cf. Idem.

estruturas estadunidenses (i. é, do gênero da superaventura) e os símbolos nacionais, para que os leitores identifiquem o gênero da superaventura e, ao mesmo tempo, sua própria brasilianidade. Nesse aspecto, o Gralha é um bom exemplo. No entanto, o Brasil não é o único que importa e lê histórias de super-heróis.

Para não ficar na crítica a essa construção dos super-heróis brasileiros, é importante analisar como outras culturas reagem diante do gênero da superaventura. Nesse sentido, um super-herói a ser citado aqui é o Homem-Aranha. Ele ultrapassou os limites dos quadrinhos, invadindo as telas do cinema e alcançando longas distâncias e um público cada vez maior.

No Japão, o Homem-Aranha teve seu destaque numa antiga série de TV produzida pela Companhia Toei, em 1978. Ao contrário do super-herói estadunidense – que se mantém íntegro, ao ser traduzido para a maioria dos outros países – a versão japonesa só lembra o traje do super-herói original. O protagonista é um japonês que recebe um bracelete poderoso de um alienígena proveniente do planeta aranha e que está à beira da morte. Esse bracelete concede ao portador os poderes de uma aranha, além de conter o traje, até que ele venha a ser utilizado. Seus inimigos são monstros que, depois de mortos, se tornam gigantes. Então, o Homem-Aranha aciona um robô gigante do espaço e utiliza-o para vencer as batalhas<sup>23</sup>.

O Homem-Aranha japonês possui uma narrativa e uma estrutura idênticas aos seriados japoneses, se comparados às séries de *National Kid*, *Spectroman*, *Jaspion*, *Changeman*, entre outros. Estes expressam tendencialmente o contraste e o conflito entre o moderno e o antigo que a sociedade japonesa vive, com as tradições de um lado (no caso, os seres mitológicos, monstros) e os avanços tecnológicos de outro (no caso, os robôs). Assim, o Homem-Aranha japonês se tornou uma espécie de super-

---

<sup>23</sup> Cf. na Internet: <http://www.internationalhero.co.uk/s/spideyjapan.htm>. Acesso em 10/abr./2006.

herói ninja, bem distinto do original. Em outras palavras, o seriado reflete a cultura, a geografia e a identidade japonesas.

Um outro exemplo rico artisticamente é o Homem-Aranha indiano. Ao contrário da “versão” japonesa, que apenas licenciou o nome e produziu um enredo totalmente comum aos padrões japoneses, sem as motivações e os conflitos característicos do personagem, o Homem-Aranha indiano é realmente inspirado na história original criada por Stan Lee e Steve Ditko, em 1962, e só foi possível mediante um acordo entre a Marvel (empresa estadunidense) e a Gotham (empresa indiana). Inspirado na história original, o Homem-Aranha indiano é, na verdade, uma *transcrição* do super-herói estadunidense. Explicitamente, o único elemento em comum é o traje (na parte superior). No entanto, ao ler a história, é possível perceber nela suas motivações, seus princípios – sobretudo, o jargão “Com grandes poderes vêm grandes responsabilidades” – a morte do tio, a “garota da porta ao lado”, a semelhança fonética entre os nomes das personagens (Peter Parker = Pavitr Prabhakar; Mary Jane = Meera Jain) entre outros exemplos. A diferença entre a versão ocidental e a oriental está na inserção de elementos indianos na história criada no Oriente<sup>24</sup>.

O Homem-Aranha é um adolescente da Índia, que adquire seus poderes através da magia, combate criminosos indianos, se balança pelos prédios baixos de Mumbai. Sua vida está ligada ao carma e presa ao destino. Assim, também o super-herói indiano é expressão da cultura, da geografia, da religiosidade, da história e da identidade indianas. Em relação à versão japonesa, a diferença reside na fusão entre os elementos indianos e os elementos estadunidenses que constituem o personagem oriental. Há um interesse pelo produto, mas também há um interesse em preservar o que é próprio: os símbolos, as tradições, enfim, os aspectos culturais que formam a identidade do povo indiano, conforme afirma Sharad Devarajan, o responsável pela adaptação do Homem-Aranha na Índia:

---

<sup>24</sup> Cf. na Internet: <http://www.internationalhero.co.uk/s/spideyindia.htm>. Acesso em 10/abr./2006.

Uma coisa é traduzir os quadrinhos existentes nos Estados Unidos, mas este projeto é verdadeiramente o que nós chamamos de uma “transcrição”, onde nós realmente reinventamos a origem de uma propriedade como o Homem-Aranha, de modo que ele seja um menino indiano que cresce em Mumbai (anteriormente Bombaim) e que trata dos problemas e dos desafios locais. Eu sempre acreditei que um super-herói se relaciona a uma “psique universal” já estabelecida firmemente na Índia através de séculos de histórias mitológicas que descreviam deuses e heróis com habilidades sobrenaturais.

Embora nós permaneceremos fiéis aos mitos elementares [underlining mythos] do Homem-Aranha, que estão compendiados na frase “Com grande poder vem grande responsabilidade”, o personagem será reinventado, assim seus poderes, problemas, traje, serão mais integrados com a cultura indiana. Ao contrário da origem dos Estados Unidos, que é enraizada profundamente na ciência, a versão indiana é mais enraizada na mágica e na mitologia.<sup>25</sup>

## Considerações Finais

A cultura é uma teia de símbolos que o ser humano tece e a qual ele está simultaneamente subordinado. Ela é a condição essencial para a existência humana<sup>26</sup>. Trata-se de um mecanismo de controle comportamental que supre as necessidades governamentais do ser humano, uma vez que ele não nasce com as aptidões suficientes – as informações biológicas necessárias – para sua sobrevivência<sup>27</sup>. Ela é o “programa” que define o “o que”, o “como”, o “porque” e o “para que” o ser humano deve ou não fazer determinadas coisas, ter certos hábitos, acreditar em certos deuses, preservar certos valores. Sendo assim, todo “o comportamento humano é visto como ação simbólica”<sup>28</sup>.

---

<sup>25</sup> Sharad DEVARAJAN apud David ADESNIK, “Marvel Comics and Manifest Destiny”, § 8 e 9. In: *Weekly Standard*, dia 28/jan./2005. Disponível na Internet:

<http://www.weeklystandard.com/Content/Public/Articles/000/000/005/181egxmv.asp?pg=1>. Acesso: 08/abr./2006. Tradução Própria.

<sup>26</sup> GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978. p. 15ss.

<sup>27</sup> GEERTZ, 1978, p. 57ss.

<sup>28</sup> GEERTZ, 1978, p. 20.

Desse modo, o ser humano nasce, cresce e morre inserido e dependente de um universo simbólico. Assim, a cultura é, pois, o contexto dentro do qual os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições podem ser descritas de forma inteligível<sup>29</sup>. Como contexto, a cultura assume características peculiares de locais, povos e épocas específicas. No entanto, mesmo que determinados símbolos atravessem uma geração inteira, eles acabam se transformando, sucumbindo e (re-)surgindo dentro da dinamicidade das ações simbólicas e do desenvolvimento humano no passar do tempo<sup>30</sup>. A cultura é dinâmica, mutável, pública (porque os significados são<sup>31</sup>) e sempre carrega o específico de um povo e, dentro dessa especificidade, algo que pode conduzir a uma definição genérica<sup>32</sup>. Isso significa que não existem pessoas que não são transformadas pelos costumes de lugares particulares<sup>33</sup>.

As escolhas assumidas por um determinado povo diante da “amplitude e a indeterminação de suas capacidades inerentes”<sup>34</sup> constituem sua identidade social<sup>35</sup>. Com a globalização e suas estruturas funcionais – benéficas e malélicas – culturas se aproximam e a tensão entre identidade e alteridade torna-se uma constante. Por um lado, há o reforço da identidade diante da alteridade, mas, por outro, há também o diálogo e até a identificação com a alteridade. Em outras palavras: *a globalização intensifica o tráfico de símbolos*. Nesse trânsito livre, regulamentado por quem está no poder político-econômico mundial, há (1) casos de sobreposição de símbolos

---

<sup>29</sup> GEERTZ, 1978, p. 24.

<sup>30</sup> GEERTZ, 1978, p. 57s.

<sup>31</sup> GEERTZ, 1978, p. 22.

<sup>32</sup> GEERTZ, 1978, p. 55: “[...] pode ser que nas particularidades culturais dos povos – nas suas esquisitices – seja encontradas algumas das revelações mais instrutivas sobre o que é ser genericamente humano”.

<sup>33</sup> GEERTZ, 1978, p. 47.

<sup>34</sup> GEERTZ, 1978, p. 57.

<sup>35</sup> DAMATTA, Roberto. *O que faz o Brasil, Brasil?* 12. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. p. 11-20. Cf. também GEERTZ, 1978, p. 57: “Um dos fatos mais significativos a nosso respeito pode ser, finalmente, que todos nós começamos com o equipamento natural para viver milhares de espécies de vidas, mas terminamos por viver apenas uma espécie”.



estrangeiros sobre símbolos nacionais; (2) a incorporação de símbolos estrangeiros; (3) a adaptação e a transformação e até mesmo a rejeição (em qualquer escala) de símbolos estrangeiros em defesa da preservação de símbolos nacionais. Dificilmente esses casos acontecem isolados, devido à infinidade de amarras que a rede simbólica de um povo possui. De qualquer forma, há de se considerar que a globalização sempre atua com persuasão.

É nessa dinâmica entre as diversas culturas que surge a pergunta sobre a incorporação, a adaptação ou mesmo a rejeição da linguagem simbólica do gênero narrativo da superaventura. A pergunta sobre o impacto que esse gênero – expressão de liberdade e império – tem sobre as culturas é latente. Este já ultrapassou as fronteiras de seu lugar original, a literatura, alcançando o cinema e a televisão.

Filmes de super-heróis estão “na moda” e atingem um público cada vez expressivo. Isso comprova que os Estados Unidos possuem de fato uma rede de símbolos de entretenimento fantástica e que seu poder exercido sobre outros países deve-se também a uma estratégia semelhante àquela utilizada pelo Império Grego no passado: o domínio cultural. Por isso, cabe perguntar: em que medida esse domínio é exercido pelos Estados Unidos sobre o Brasil? Até que ponto essa rede de símbolos não abafa a rede brasileira? Até que ponto essa cultura se torna padrão? Por que no Brasil não há a atitude de colocar a identidade brasileira nos super-heróis? Por que esse gênero tem que ser 100% estadunidense no Brasil?

Há casos significativos como o Galha no Brasil, mas, principalmente, como o Homem-Aranha indiano que não só aceitou ou importou símbolos, mas recriou e inventou outros símbolos. Trata-se de uma cultura que resistiu ao padronismo nesse tipo de arte. A argumentação é que a Índia possui uma cultura milenar, mas não é possível concordar com essa afirmação, pois a música popular brasileira consiste nessa resistência a certos “americanismos”, como a música “Brasil Pandeiro”, e até mesmo a Música Popular Brasileira em geral. Também a Tropicália diante da

# *Protestantismo em Revista*

Revista Eletrônica do Núcleo de Estudos e Pesquisa do Protestantismo (NEPP) da Escola Superior de Teologia  
Volume 10, mai.-ago. de 2006 – ISSN 1678 6408

---

Ditadura é expressão de resistência. De qualquer forma, questões remanescentes são: Por que outros tipos de arte, como os quadrinhos, não manifestam essa resistência? Afinal, os super-heróis estadunidenses, como símbolos representantes de uma cultura específica, possuem o mesmo significado no Brasil? Tanto o símbolo quanto seu significado permanecem inalterados no processo de importação? É procurando por essa resposta que se encontrará liberdade cultural e espaço pleno para a expressão identitária.