



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

Reverson Nascimento Paula

“Uma invasão brasileira”: o papel da agência *Art&Comics* na inserção de quadrinistas brasileiros no mercado *mainstream* estadunidense durante a década de 1990.

Florianópolis
2023

Reverson Nascimento Paula

“Uma invasão brasileira”: o papel da agência *Art&Comics* na inserção de quadrinistas brasileiros no mercado *mainstream* estadunidense durante a década de 1990.

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em História.

Orientador(a): Prof. Maria Bernardete Ramos Flores, Dr.(a).

Florianópolis

2023

Paula, Reverso Nascimento

“Uma invasão brasileira” : o papel da agência Art&Comics na inserção de quadrinistas brasileiros no mercado mainstream estadunidense durante a década de 1990. / Reverso Nascimento Paula ; orientadora, Maria Bernardete Ramos Flores, 2023.
237 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. História. 2. Quadrinistas. 3. Agenciamento. 4. Art&Comics. 5. Quadrinhos. I. Flores, Maria Bernardete Ramos. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em História. III. Título.

Reverson Nascimento Paula

“Uma invasão brasileira”: o papel da agência *Art&Comics* na inserção de quadrinistas brasileiros no mercado *mainstream* estadunidense durante a década de 1990.

O presente trabalho em nível de Doutorado foi avaliado e aprovado, em 27 de fevereiro de 2023, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof.(a) Maria Bernardete Ramos Flores, Dr.(a)

UFSC

Prof.(a) Cíntia Lima Crescêncio, Dr.(a)

UFABC

Prof.(a) Talita Sauer Medeiros, Dr.(a)

UEMS

Prof. Márcio Roberto Voigt, Dr.

UFSC

Prof.(a) Ana Maria Veiga, Dr.(a)

UFPB (suplente externa)

Prof.(a) Daniela Queiróz Campos, Dr.(a)

UFSC (suplente interna)

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Doutor em História.

Insira neste espaço a
assinatura digital

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Insira neste espaço a
assinatura digital

Prof.(a) Maria Bernardete Ramos Flores, Dr.(a)
Orientador(a)

A Elizabeth e Rilmar, minhas maiores referências.

AGRADECIMENTOS

A escrita dos agradecimentos, metodicamente falando, costuma ser a última parte elaborada em meus trabalhos, nesta tese não foi diferente. Todavia, antes de agradecer, algumas palavras são necessárias.

Assumo que a construção dessa tese se deu mediante a análise de fontes e ao debate teórico pertinente, mas também em confluências com vivências, experiências, memórias e conhecimentos adquiridos durante e anteriormente ao período do doutorado. A escrita desta tese ocorreu em meio a um cenário político de desmonte das universidades públicas, desvalorização do conhecimento científico, violência contra profissionais da educação, avanço de ideais antidemocráticas e perda de direitos de grupos historicamente explorados e oprimidos. Somado a isso, ainda enfrentamos o caos e as incertezas geradas pela pandemia de COVID-19 durante um governo federal negacionista, antivacina, anticência e autoritário. Por tudo mencionado, reafirmo, a escrita dessa tese foi árdua, tendo em vista a impossibilidade de nos desconectarmos da realidade em que estávamos inseridos até o final de 2022. Contudo, no momento dessa defesa, em 2023, os ares que assolam nosso país são outros, muito melhores por sinal. Voltamos a viver, mesmo que ainda com algumas dificuldades deixadas pela gestão anterior, em um contexto favorável às universidades públicas, à ciência, à democracia, às minorias e, porque não dizer, ao amor. É com esse olhar que busco enxergar esse momento tão importante em minha vida e os próximos que seguirão a esta defesa. Muito obrigado a todas as pessoas que fizeram e fazem parte da construção desse trabalho.

Como havia falado anteriormente, algumas pessoas e instituições foram muito importantes nesse processo. A elas exponho minha gratidão.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à CAPES por fomentar o desenvolvimento desta pesquisa, possibilitando minha estadia em Florianópolis, a aquisição dos materiais de estudo e viagens para coleta de fontes e congressos, entre outras atividades que só foram possíveis devido a esse financiamento;

Agradeço à UFSC e em especial ao PPGH por todo o desenvolvimento proporcionado, o aprendizado possibilitado por aulas, grupos de pesquisa, atividades de extensão e eventos acadêmicos que foram essenciais para meu amadurecimento como estudante, pesquisador, professor e ser humano. Levarei comigo todo o conhecimento adquirido e as reflexões realizadas, tendo o prazer de dividi-los com as pessoas que por eles se interessarem;

À minha orientadora, professora Dra. Maria Bernardete Ramos Flores por todo o aprendizado proporcionado, pelas indagações e reflexões manifestadas, pela leitura do material

produzido, pela disponibilidade, pela compreensão e paciência nos momentos em que mais precisei. Obrigado por ter me ajudado nesse árduo e prazeroso caminho.

À banca pela leitura atenta e avaliação dessa tese, por todas as contribuições que enriqueceram a minha formação como historiador e pesquisador;

Às professoras e aos professores da linha de pesquisa História da Historiografia, Arte, Memória e Patrimônio, da UFSC, pelas discussões e reflexões proporcionadas, que me ajudaram a delimitar e problematizar muitas das questões presentes nesse trabalho, além das experiências dentro e fora da Universidade;

A professora Sylvia Elizabeth, por ter despertado meu amor pela História ainda no ensino médio, me inspirado como profissional e sempre estimulado minha curiosidade sem podar minha criticidade. Agradeço por ter me mostrado como é possível ser um professor sério, crítico, ético e generoso, me apoiando nos momentos certos e ponderando quando necessário. Sou grato por você ter aberto as portas para o meu futuro e por hoje eu poder me orgulhar do professor que me tornei.

Ao professor Dr. Carlos Jacinto Barbosa, por todo o aprendizado proporcionado durante a graduação e o mestrado, por ser um exemplo de professor, pesquisador e ser humano, por contribuir com o desenvolvimento, não apenas o meu, mas de todas as pessoas que puderam ter o privilégio de aprender de forma séria, crítica e ética, por acreditar na minha capacidade, incentivar meu amadurecimento e torcer pelo meu sucesso.

Às turmas de mestrado e doutorado em História da UFSC do ano de 2017, com quem cursei algumas disciplinas e que compartilharam comigo as primeiras experiências no doutorado, as leituras e discussões, as dúvidas e angústias, em especial às colegas Cristiane Garcia e Luana Balieiro.

À minha Família por todo o apoio emocional e financeiro, mesmo em momentos de dificuldades, sempre se esforçando para me proporcionar as melhores condições possíveis para que eu pudesse me desenvolver e correr atrás dos meus sonhos. Agradeço, principalmente, a minha mãe Maria Elizabeth Nascimento Paula e meu pai José Rilmar Paula Uchôa por terem sido os melhores seres humanos possíveis. Obrigado por sempre estarem ao meu lado, me apoiarem em minhas decisões, proporcionarem um ambiente de amor e carinho, me ensinando que acima de tudo devemos ser gentis, preocupar-nos com o próximo e que os estudos e a educação são as maiores riquezas que vocês podiam me deixar, pois ninguém nunca conseguiria tirar isso de mim. Serei eternamente grato e usarei todas essas ferramentas na minha vida.

A Maria Adaiza Lima Gomes, por ser minha companheira desde a graduação, por ter compartilhado comigo momentos de felicidade, conquistas, sonhos, dúvidas e frustrações ao

longo dessa linda caminhada, por me inspirar, instigar e incentivar a ser o melhor professor, pesquisador e ser humano que posso ser, por acreditar em mim mesmo quando, por diversas vezes, eu duvidei da minha capacidade, por não me deixar desistir nas vezes em que esse pensamento passou pela minha cabeça, por estar ao meu lado nos momentos de fragilidade, por estar comigo na trincheira das batalhas políticas e sociais que enfrentamos nos últimos anos, por ser uma pessoa que consegue enxergar o mundo de uma forma muito melhor do que eu consigo perceber, por ser meu porto seguro, por topiar algumas das minhas loucuras, por ser amor e generosidade na forma mais bruta e sincera. Serei eternamente grato.

Quero agradecer também a Luana Balieiro pela amizade e parceria estabelecida desde as primeiras disciplinas do doutorado, por ser uma amiga generosa e uma intelectual inspiradora, pelos debates e reflexões, mas, principalmente, por transformar minha estadia no sul do país muito mais gentil.

A Alisson Soledade pela amizade sincera, escuta atenta e o cuidado que sempre balizou nossos momentos juntos, por ser uma potência intelectual que inspira a todas as pessoas ao seu redor, por ser generoso e dividir sua visão de crítica de mundo, por me ensinar de maneira afetuosa sobre diversos temas e sempre ter paciência, por dividir diversos momentos de felicidade e alegria durante e depois de nossa estadia em Florianópolis.

A Athaysi Colaço, Isabela Fuchs, Natália Damasceno, Patrícia Marciano e Ronald Matos por também serem o porto seguro desse cearense em Santa Catarina, por dividir momentos de felicidade, euforia, lazer, estudos e reflexão, por tornar a vida acadêmica e a estadia em Florianópolis mais leve e feliz, por contribuírem em diversos momentos com as reflexões dessa pesquisa, enfim, por serem uma família, no momento em que mais precisei.

E a Amanda Muniz e Rodolfo Bastos pelas discussões acadêmicas, conversas divertidas, momentos de felicidade e por serem os melhores vizinhos que poderíamos imaginar ter.

Enfim, sou grato a cada pessoa e instituição mencionada ao longo desses agradecimentos. Vocês foram fundamentais na construção dessa pesquisa em todos os sentidos possíveis.

Esse trabalho de agenciamento começou numa época onde o contato era muito escasso. Então, era muito difícil antes da época da internet você ter contato com o editor pra mostrar trabalho. Arrumar um trabalho era muito difícil. Se morasse lá era mais fácil. Então, [...] a gente começou essa invasão brasileira, e foi graças ao estúdio *Art&Comics*, o primeiro grande pioneiro nessa área. (JUNIOR, Klebs *In* PAPO ZINE, 2017)

RESUMO

Essa tese tem como objetivo analisar o papel da agência *Art&Comics* na contratação de quadrinistas brasileiros por editoras estadunidenses durante a década de 1990, objetivando compreender como e através de que mecanismos a empresa possibilitou a inserção desses profissionais no cenário *mainstream* de produção de histórias em quadrinhos nos EUA. A tese defendida é que a agência funcionou como uma ponte entre os profissionais brasileiros e as editoras estadunidenses tendo em vista que a mesma rompeu barreiras econômicas, tecnológicas e de idioma, dessa maneira, tornando possível o agenciamento, a contratação e a produção dos quadrinistas. Portanto, a *Art&Comics* viabilizou o trabalho desses artistas para o mercado estrangeiro ao utilizar os contatos internacionais que os sócios-fundadores possuíam, estabelecer a comunicação com as empresas nos EUA através de telefonemas e fax, recrutar os quadrinistas, organizar os portfólios, receber e traduzir os roteiros, direcionar a produção, fornecer um local de trabalho, enviar os desenhos e receber o salário. Para a escrita desta tese, foram utilizadas notícias de jornais e revistas, entrevistas publicadas e relatos orais. Assim, buscamos cotejar a maior diversidade de fontes possíveis com o intuito de alargar a análise de dados e o escopo das reflexões. Nesse sentido, os resultados confirmaram a tese ao apontarem que a agência foi responsável pela viabilização da contratação desses quadrinistas por editoras como *Marvel* e *DC*, tornando possível uma “invasão” brasileira ao mercado estadunidense durante o período analisado, na medida em que forneceu as condições de trabalho para que isso ocorresse. Assim, possivelmente, sem a *Art&Comics*, esse movimento não teria ocorrido naquele momento.

Palavras-chave: *Art&Comics*; quadrinistas; quadrinhos; mercado; editora.

ABSTRACT

This thesis aims to analyze the role of the *Art&Comics* agency in hiring Brazilian comic artists by American publishers during the 1990s, aiming to understand how and through what mechanisms the company enabled the insertion of these professionals in the mainstream scenario of comic book production in the United States. USA. The thesis defended is that the agency worked as a bridge between Brazilian professionals and American publishers, considering that it broke economic, technological and language barriers, thus making it possible to manage, hire and produce comic artists. Therefore, *Art&Comics* made the work of these artists possible for the foreign market by using the international contacts that the founding partners had, establishing communication with companies in the USA through phone calls and faxes, recruiting comic artists, organizing portfolios, receiving and translating the scripts, direct the production, provide a place to work, send the drawings and collect the salary. For the writing of this thesis, news from newspapers and magazines, published interviews and oral reports were used. Thus, we sought to collate the greatest possible diversity of sources in order to broaden the data analysis and the scope of reflections. In this sense, the results confirmed the thesis by pointing out that the agency was responsible for enabling the hiring of these comic artists by publishers such as *Marvel* and *DC*, making possible a Brazilian “invasion” of the US market during the analyzed period, insofar as it provided the conditions of work to make this happen. Thus, possibly, without *Art&Comics*, this movement would not have occurred at that time.

Keywords: *Art&Comics*; cartoonists; comics; marketplace; publishing company.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Editoras que publicavam nos EUA entre 1980 e 2000	61
Tabela 2 – Ranking dos quadrinhos mais vendidos em junho de 1989.....	64
Tabela 3 – Ranking dos quadrinhos mais vendidos em janeiro de 1995.....	65
Tabela 4 – Unidades vendidas por editora em janeiro de 1995.....	66
Tabela 5 – Ranking dos quadrinhos mais vendidos em dezembro de 2000	67
Tabela 6 – Número de vendas Marvel - década de 1990.....	96
Tabela 7 – Número de vendas <i>DC</i> - década de 1990	98
Tabela 8 – Modificações em nomes de artistas	213

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	NO IMPÉRIO DO <i>MAINSTREAM</i>: PRODUÇÃO E MERCADO DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS NOS ESTADOS UNIDOS.....	39
2.1	LOCAIS DIVERSOS, NICHOS DIFERENTES: O <i>MAINSTREAM</i> E O CONSUMO DE MASSA NOS QUADRINHOS ESTADUNIDENSES.....	41
2.2	ENTRE EDITORAS <i>MAINSTREAM</i> : PRODUÇÃO DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS NOS EUA.....	61
2.3	UMA NOVA CRISE MERCADOLÓGICA: QUEDA NAS VENDAS DE QUADRINHOS DE SUPER-HERÓIS NOS ESTADOS UNIDOS.....	79
3	DA “CRONOLOGIA <i>ABRIL</i>” À <i>ART&COMICS</i>: O CENÁRIO BRASILEIRO DE EDIÇÃO E PUBLICAÇÃO DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS.....	102
3.1	O CASO DA EDITORA <i>ABRIL</i> : DA CRIAÇÃO À PUBLICAÇÃO DE SUPER-HERÓIS.....	106
3.2	“CRONOLOGIA <i>ABRIL</i> ”: A EXPERIÊNCIA EDITORIAL DE HELCIO DE CARVALHO E JOTAPÊ MARTINS.....	114
3.3	<i>ARTECÔMIX</i> E <i>ART&COMICS</i> : TERCEIRIZAÇÃO, PRODUÇÃO E CONTATOS ESTABELECIDOS.....	132
4	ATRAVÉS DA <i>ART&COMICS</i> VEIO A INVASÃO: O PAPEL DA AGÊNCIA E O TRABALHO DOS QUADRINISTAS BRASILEIROS PARA OS EUA.....	156
4.1	NÃO COMEÇAMOS POR CIMA: AS PRIMEIRAS EDITORAS E A “VERSATILIDADE” BRASILEIRA.....	157
4.2	ALGUNS DOS PRIMEIROS AGENCIADOS: RECRUTAMENTO, TRABALHO E PRODUÇÃO PARA O MERCADO ESTADUNIDENSE.....	182
4.3	A PALAVRA DOS AGENCIADOS: REFLEXÕES A PARTIR DOS QUADRINISTAS SOBRE O PAPEL DA <i>ART&COMICS</i> NA INVASÃO BRASILEIRA.....	215
5	CONCLUSÃO.....	223
	REFERÊNCIAS.....	231

1 INTRODUÇÃO

Durante a década de 1990, um grupo de quadrinistas¹ brasileiros foi contratado pelas duas maiores editoras de histórias em quadrinhos de super-herói dos Estados Unidos: *Marvel Comics* e *DC Comics*. Naquele período, estas duas empresas, apesar de um início de década em crescimento, enfrentavam o afastamento de parte do público e, conseqüentemente, a queda das vendas. Este cenário incentivou a adoção de medidas capazes de renovar a produção e retomar parte do público consumidor. Dentre as atitudes tomadas estava a contratação de quadrinistas estrangeiros/as. Partindo desse contexto, esta tese se propõe a compreender o papel da empresa *Art&Comics* no agenciamento de profissionais brasileiros para editoras estadunidenses de quadrinhos durante a década de 1990. Para isso, levaremos em consideração o surgimento e o funcionamento da agência, as redes de contatos estabelecidas pelos fundadores e os empecilhos solucionados que, até aquele momento, dificultavam a contratação de quadrinistas brasileiros por editoras fora do Brasil.

Contudo, antes de enveredarmos por esse caminho, achamos importante rememorarmos as prováveis raízes que sustentaram, ou pelo menos resguardaram, o interesse pela temática das histórias em quadrinhos e as pessoas que as produzem. Ao lembrarmos da infância, percebemos que talvez a história dessa tese tenha começado a muito mais tempo do que imaginávamos. Ainda quando criança, o primeiro contato² que tivemos com as histórias em quadrinhos aconteceu através das histórias da *Turma da Mônica*³, mais precisamente com as histórias do personagem *Chico Bento*⁴.

Com a chegada da adolescência e a demanda em excesso de obras em prosa – ainda hoje tidas como clássicas por parte dos currículos escolares – o tempo utilizado para a leitura de histórias em quadrinhos diminuiu. Talvez, mesmo que inconscientemente, estivéssemos impregnados pelo estigma que assolou esta produção cultural por muito tempo: ser considerada coisa de criança.

¹ O termo quadrinista é comumente utilizado para se referir a todos/as os/as componentes da cadeia de produção de uma história em quadrinhos, sejam roteiristas, desenhistas, coloristas, arte-finalistas, letristas ou capistas. Nesse caso, nos referimos especificamente a um grupo de desenhistas brasileiros.

² Compreendemos nossa situação de privilégio, mesmo que diminuta, tendo em vista que boa parte da população brasileira não possui condições mínimas para investir na educação básica, muito menos em leituras extraescolares como histórias em quadrinhos.

³ *Turma da Mônica* é uma série de histórias em quadrinhos criada, originalmente em 1959, pelo cartunista Maurício de Sousa. A série, inicialmente, foi produzida em tiras de jornais, mas só ganhou a identidade visual próxima ao que conhecemos atualmente entre 1960 e 1963 com a criação dos personagens *Mônica* e *Cebolinha*.

⁴ *Chico Bento* é um personagem criado pelo cartunista brasileiro Maurício de Sousa em 1961.

Essa forma de preconceito se manifestou em variados setores, inclusive, também sendo manifestado durante algum tempo dentro dos circuitos acadêmicos. Apesar de não sabermos na época, os quadrinhos eram tratados como uma leitura menor, quando comparada à literatura, e uma arte secundária, quando equiparada ao cinema ou a fotografia, e, por isso, não sendo considerados possíveis objetos de pesquisa.

O fato é que, na virada da infância para a adolescência, mais precisamente durante os anos de 2001 e 2002, as histórias em quadrinhos deixaram de fazer parte frequente da rotina, ou pelo menos era o que pensávamos. Nesse sentido, apenas não havíamos percebido que a maneira como os quadrinhos nos alcançavam havia mudado. Inconscientemente, substituímos o consumo deste produto no suporte de papel pelo formato em desenho animado transmitido na televisão, uma de suas diversas possibilidades de adaptação⁵. Não imaginávamos que o desenho *X-men: A Série Animada*⁶ (*The Animated Series*), criado em 1992 (HOWE, 2017), seria o ponto de reaproximação e o descobrimento do gênero de super-heróis.

Os anos passaram e em 2014, ainda durante o mestrado⁷, ganhamos de presente um encadernado⁸ do *Homem-Aranha* pertencente à coleção da editora *Salvat*. Começava ali a fase do colecionismo. Foi também naquele momento que a vontade de pesquisar quadrinhos historiograficamente apareceu pela primeira vez.

Finalizado o mestrado em 2016, e defendida a dissertação⁹ que em nada se aproximava desta temática, decidimos alterar completamente nosso tema de pesquisa para o doutorado. Nosso objetivo naquele momento era encontrar algum Doutorado em História no qual a área de concentração e a linha de pesquisa possibilitassem o desenvolvimento de uma pesquisa sobre histórias em quadrinhos e/ou quadrinistas, algo que ainda não havíamos definido totalmente naquele momento. Essa preocupação pode parecer estranha ou até mesmo exagerada, tendo em vista que as histórias quadrinhos vêm sendo estudadas dentro de diversas áreas e a partir de variadas perspectivas, se tornando inclusive um campo de pesquisa em constante crescimento.

⁵ Dentre as muitas possibilidades de adaptação das histórias em quadrinhos podemos citar a literatura, a televisão, o cinema e o videogame.

⁶ Vale salientar que só assistimos a série animada no final dos anos 1990 através de novas exibições e não no início quando a mesma foi lançada.

⁷ Cursado no Mestrado Acadêmico em História (MAHIS) da Universidade Estadual do Ceará (UECE).

⁸ Encadernado é um formato geralmente maior e com melhor acabamento gráfico de algumas edições de histórias em quadrinhos. Geralmente são compilados arcos inteiros, ou histórias consideradas importantes de um/a determinado/a personagem ou grupo de personagens, com o intuito de alcançar novos públicos, aumentar a vendagem da história e dinamizar o formato apelando assim aos/as colecionadores/as devido ao maior preço cobrado pelo formato.

⁹ No mestrado pesquisamos sobre o cotidiano da população da cidade de Fortaleza (CE) durante a Segunda Guerra Mundial a partir de um olhar regional sobre os hábitos e costumes diários. A dissertação pode ser acessada através do link: <https://siduece.uece.br/siduece/trabalhoAcademicoPublico.jsf?id=84909>.

Contudo, mesmo que os quadrinhos tenham ganhado cada vez mais espaço dentro da academia, ainda percebemos que alguns Programas de Pós-Graduação em História, seja por questões teóricas ou metodológicas, ainda são resistentes a esta temática como objeto de pesquisa historiográfica.

Por intermédio de uma colega historiadora soubemos da área de concentração em História Cultural do Programa de Pós-Graduação em História (PPGH) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e da linha de pesquisa História da historiografia, arte, memória e patrimônio, a qual já havia tido trabalhos sobre histórias em quadrinhos orientados e defendidos. A partir daquele momento, nosso cuidado passou a ser elaborar um projeto que unisse a paixão pelos quadrinhos a um objeto original para a pesquisa historiográfica. Esse foi um momento muito delicado devido à resistência da área da História a “novos objetos”.

Nesse sentido, como mencionado anteriormente, esta arte foi tratada durante muito tempo como uma forma de expressão menor quando relacionada a outros tipos como a fotografia, a pintura ou o cinema.¹⁰ Contudo, nos Estados Unidos, ainda durante a década de 1950, quando os quadrinhos passaram a ser vistos como um meio voltado para o consumo de massa, acabaram tornando-se alvo de estudos interessados em compreender seus efeitos sobre a população leitora. Entretanto, mesmo com o surgimento desse interesse, o reconhecimento artístico só ocorreu anos depois com o surgimento da denominação Nona Arte. (WITEK, 1999 apud VERGUEIRO, 2017)

Nos valendo do panorama apresentado por Vergueiro (2017), não podemos deixar de mencionar e dar os devidos créditos à Primeira Exposição Internacional de Histórias em Quadrinhos organizada no Brasil ainda em 1951 por um grupo de jovens admiradores. Nessa empreitada estavam presentes “Álvaro de Moya (então desenhista e jornalista iniciante), Reynaldo de Oliveira (editor, 1918-1999), Syllas Roberg (escritor e bancário, ?-1971), Miguel Penteadó (gráfico, 1918-2001), e Jayme Cortez (artista, 1926-1987)” (VERGUEIRO, 2017, p. 60-61).

Estes entusiastas organizaram uma exposição favorável às histórias em quadrinhos aberta ao público. Tentaram contrapor uma imagem negativa criada a partir do livro do psicólogo Fredric Wertham, da comissão do Senado estadunidense e da criação do *Comics Code Authority*¹¹, além de aproximar os quadrinhos das teorias de análise imagética utilizadas pelo cinema. (VERGUEIRO, 2017)

¹⁰ Não pretendemos retomar aqui esse debate já realizado por muitos/as outros/as pesquisadores/as.

¹¹ O *Comics Code Authority* foi uma ferramenta de autocensura imposta às histórias em quadrinhos estadunidenses. Criado na década de 1950 pelas próprias editoras, foi uma resposta a recomendação do

Contudo, mesmo tendo alguns olhares atentos sobre si durante a década de 1950, o estudo das histórias em quadrinhos de forma crítica¹² só ganhou espaço na América Latina no início da década de 1970. Segundo Vergueiro (2017) esse pontapé latino-americano teve origem no Chile durante o governo socialista de Salvador Allende. O autor se refere a Ariel Dorfman e Armand Mattelart e ao livro *Para ler o Pato Donald* (1971), um marco nos estudos críticos sobre histórias em quadrinhos que acabou servindo como base para outros/as pesquisadores/as.

Além dos/as acadêmicos/as, admiradores/as das histórias em quadrinhos também passaram a se debruçar sobre a temática, fazendo surgir a partir deste esforço trabalhos inovadores, alguns mais rigorosos que outros, mas todos com o devido grau de importância e coragem para desbravar um campo anteriormente inexplorado. Com o passar dos anos, feiras e exposições foram organizadas, grupos de pesquisas criados¹³, dissertações e teses defendidas, livros de autores nacionais publicados e traduções de livros teóricos lançados no Brasil.

Nesse sentido, áreas como Ciências Sociais, Comunicação, Literatura, Artes e História têm se debruçado sobre o estudo das histórias em quadrinhos através de diversas perspectivas. Seja através da análise da(s) linguagem(ns), dos elementos narrativos, do meio social e político em que a história em quadrinho se passa ou foi produzida, da análise crítica do discurso, da ótica da tradução, da compreensão das temporalidades existentes ou mesmo da análise imagética dos variados estilos empregados pelos/as desenhistas, este objeto e suas temáticas correlatas vêm sendo analisado e debatido pelos/as pesquisadores/as.¹⁴

Para Waldomiro Vergueiro a “aproximação teórica aos quadrinhos em território brasileiro ocorreu, inicialmente a partir do esforço de entusiastas do meio, bem como de produtores engajados na valorização de seu trabalho artístico e na defesa do quadrinho nacional.” (2017, p. 60). Mas o que Vergueiro deixou de mencionar é que não apenas no Brasil esse esforço teve início a partir de aficionados/as pela temática. Nos Estados Unidos, de onde muitas pesquisas realizadas no Brasil absorveram arcabouços teóricos, os esforços iniciais

Congresso devido ao clamor moralista inflamado pelo psiquiatra Fredric Wertham e seu livro *Sedução do Inocente* (*Seduction of the Innocent*) que acusava os quadrinhos de serem os responsáveis pela delinquência juvenil. (VERGUEIRO, 2017).

¹² O próprio Waldomiro Vergueiro nos fala que haviam trabalhos anteriores, contudo, estes ainda careciam de uma perspectiva mais crítica e menos descritiva, mais rigorosa analiticamente e menos apaixonada/apaixonante, algo que só iniciou nas Universidades durante a década de 1970. (VERGUEIRO, 2017)

¹³ Talvez o grupo de pesquisa mais consolidado nacionalmente seja O Observatório de Histórias em Quadrinhos da Escola de Comunicações e Artes da USP (ECA-USP). Registrado no CNPq apenas em 2007 e responsável pelo maior evento nacional sobre a temática: as Jornadas Internacionais de Histórias em Quadrinhos.

¹⁴ Desde o ano 2000, parte das pesquisas realizadas nas universidades – principalmente na área de História – vem se debruçando sobre as representações de setores sociais e/ou étnico-raciais e acerca da percepção de determinados acontecimentos históricos por algumas sociedades, fazendo com que um grande campo de pesquisa tenha surgido em torno desses olhares.

também foram realizados por curiosos/as e quadrinistas, não por pesquisadores/as acadêmicos/as.

É neste cenário que iniciamos um estado da arte, através de pesquisas que versaram de alguma maneira sobre as histórias em quadrinhos ao longo dos últimos anos. Não temos a intenção de esgotar toda a produção teórica sobre a temática, muito menos dar conta de todos os possíveis olhares sobre este objeto/fonte. O interesse aqui é dialogar com os trabalhos que se tornaram referência para o estudo das histórias em quadrinhos, mas também com os/as novos/as pesquisadores/as da temática que surgiram nos últimos anos. Aproveitaremos também esse diálogo para a construção da justificativa em torno da originalidade de nossa pesquisa.

Além disso, o estado da arte construído aqui, também tem por objetivo minimizar dificuldades relacionadas a um pré-existente, mas não imutável, panorama bibliográfico em torno de temas que tangenciam o objeto desta pesquisa. Objetivamos contribuir com futuros/as pesquisadores/as no tocante a construção de uma bibliografia básica que ajude a definir, mesmo que inicialmente, o seu objeto de pesquisa. Assim, mesmo que a introdução pareça maior que o necessário e que trabalhos que, a princípio, não dialogam tanto com o objeto sejam mencionados, saibam que existe um motivo razoável e bem intencionado por trás dessa escolha metodológica.

O levantamento bibliográfico para a construção deste estado da arte ocorreu de maneira sistemática através da inserção de palavras chaves em variados bancos de trabalhos de mestrado e doutorado, mais especificamente nos sites dos Programas de Pós-graduação em História. Palavras como histórias em quadrinhos, quadrinistas brasileiros, *Art&Comics*, *Marvel Comics*, *DC Comics* e agenciamento foram paulatinamente sendo pesquisadas. Conforme alguns dos trabalhos mencionados abaixo foram sendo encontrados e lidos, passamos a nos debruçar sobre o referencial bibliográfico utilizado pelos mesmos, dessa maneira, buscando abranger áreas diversas que dialogavam minimamente com o objeto de nossa pesquisa, que forneciam um olhar múltiplo sobre o campo até aquele momento, que introduziam uma nova perspectiva teórico-metodológica ou mesmo que utilizavam um diferente aporte documental.

Possuíamos dois sinceros objetivos no momento inicial da construção deste estado de arte: o primeiro era construir um sólido conhecimento sobre o que havia sido produzido no campo de estudo sobre histórias em quadrinhos e quadrinistas, o segundo, não menos importante, era conseguir esboçar um panorama bibliográfico que ajudasse futuras pesquisas. Nossa intenção não era solucionar uma carência, mas contribuir com possíveis caminhos que poderiam surgir a partir dali.

Inicialmente, pensamos na possibilidade de dividir esses trabalhos entre produzidos por acadêmicos e por não acadêmicos. Todavia, essa segmentação poderia acabar transmitindo uma ideia de hierarquização entre o que é produzido dentro das Universidades e o que é produzido fora, dessa maneira, não reconhecendo ou pelos dificultando a compreensão sobre outras formas de produção de conhecimento que não as metodologicamente estruturadas no modelo que utilizamos na academia.

Portanto, é justamente por compreendermos que existem saberes diversos e múltiplas formas de produzi-los, incluindo nestes os conhecimentos populares, que optamos por modificar a maneira como apresentamos esses trabalhos dentro do estado da arte que construímos.

Todavia, mesmo partindo dessa compreensão, ainda se fazia necessário uma divisão metodológica destes trabalhos, pois compreendemos que estamos lidando com os pares e, por conta disso, temos também a obrigação de dialogar dentro dos moldes estabelecidos por estes, visto que se trata de uma tese de doutorado. Por isso, algum tipo de divisão estruturante ainda era necessária, não de forma hierárquica, mas dentro de um sentido metodológico que ajudasse a construção da inteligibilidade desse estado da arte.

Nesse sentido, acabamos por dividir os trabalhos mencionados dentro de eixos temáticos nos quais acreditávamos que os mesmos poderiam ser inseridos. Sentimos a necessidade de escalonar estes trabalhos de acordo com os objetivos propostos pelos mesmos e o fôlego de cada um, bem como com as exigências que podiam ou não serem feitas em relação ao que foi produzido por seus/suas autores/as, evitando, desta forma, qualquer tipo de crítica desproporcional.

Iniciamos nossa empreitada no cenário internacional com o quadrinista estadunidense e professor de artes visuais na Escola de Artes Visuais de Nova York, William Erwin Eisner¹⁵ (Will Eisner). O estudioso sentiu necessidade em refletir de forma mais profunda e organizada sobre sua produção e sua arte. Eisner lançou em 1985 e 1986, respectivamente, os livros *Quadrinhos e arte sequencial*¹⁶ (EISNER, 1995) e *Narrativas gráficas*¹⁷ (EISNER, 2013).

Naquele momento, o autor foi um dos principais “entusiastas” dos quadrinhos como objeto de estudo. Eisner buscou refletir sobre os mecanismos narrativos utilizados nas histórias.

¹⁵ Famoso por ter criado/desenhado as histórias em quadrinhos *The Spirit* e *Um Contrato com Deus (A Contract With God)*, lançadas respectivamente em 1978 pela editora *Baronet Books* e em 1981 pela editora *Kitchen Sink*.

¹⁶ *Comics and Sequential Art*.

¹⁷ *Graphic Storytelling and Visual Narrative*.

Isso o ajudou a criar as categorias *arte sequencial* e *narrativa gráfica*¹⁸ para definir como ele enxergava o trabalho dos/as quadrinistas. O esforço de conceituar algo tão próximo contribuiu, naquele período, para maior compreensão da construção narrativa empregada nos quadrinhos, principalmente a partir da forma visual utilizada pelo autor para colocar essas conceituações em seus livros.

Contudo, por conta do excesso de descrição e da superficialidade reflexiva, mas principalmente do desenvolvimento de novas pesquisas e perspectivas, os fundamentos narrativos observados por Eisner acabaram perdendo parte da capacidade explicativa. Nesse sentido, compreender a forma como quadros, balões e desenhos dialogavam em prol de uma narrativa inteligível, passou a ser insuficiente para a reflexão exigida pelas pesquisas contemporâneas sobre histórias em quadrinhos. Cada vez mais tornou-se necessário refletir sobre o contexto de produção, a autoria, as influências, os agentes e subjetividades, as temporalidades, expandido um leque de olhares possíveis e, conseqüentemente, a necessidade de novas ferramentas capazes de possibilitar tais análises.

Todavia, apesar das atualizações desenvolvidas, essas duas obras teóricas/práticas continuam sendo bastante utilizadas nas pesquisas sobre histórias em quadrinhos, seja por uma eterna necessidade em referenciar os cânones ou por dificuldades¹⁹ de diálogo com as novidades teóricas.

Já o quadrinista estadunidense Scott Mccloud²⁰ teorizou sobre as histórias em quadrinhos em três livros: *Desvendando os quadrinhos*²¹ (MCCLLOUD, 2004), *Reinventando os quadrinhos: como a imaginação e a tecnologia vem revolucionado essa forma de arte*²² (MCCLLOUD, 2005) e *Desenhando os quadrinhos: os segredos das narrativas dos quadrinhos, mangás e graphic novels*²³ (MCCLLOUD, 2007). Lançados respectivamente em 1993, 2000 e 2006, neles o autor abordou o processo de criação de histórias em quadrinhos, os formatos, a composição e a narrativa, assim analisando aspectos conceituais, artísticos, técnicos e comerciais.

Talvez um dos aspectos mais interessantes e inovadores dos livros de Mccloud tenha sido o formato. O autor escreveu os mesmos como se fosse uma história em quadrinho,

¹⁸ Eisner define os quadrinhos e os diferencia de outras formas de contar história, necessariamente, como um encadeamento de desenhos colocados em sequência, objetivando construir visualmente uma narrativa. (EISNER, 2013; 1995)

¹⁹ É sempre bom lembrar que dificuldades no acesso e na tradução contribuem com o engessamento teórico em todas as áreas de pesquisa.

²⁰ Conhecido pela *graphic novel* *O Escultor (The Sculptor)* lançada em 2015 pela editora *First Second*.

²¹ *Understanding Comics: The Invisible Art*.

²² *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*.

²³ *Making Comics: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels*.

transformando a si mesmo em personagem e sua explicação em narrativa quadrinística. Assim, além de refletir sobre a temática, ele também apresentou suas observações de uma forma diferente.

Finalizando essa primeira parte, temos ainda o jornalista Paul Gravett, autor do livro *Manga: Sixty Years of Japanese Comic* (2004). O autor abordou a evolução gráfica do mangá no Japão desde o final do século XIX, passando por diversas formas de quadrinhos e animações de vários locais da Ásia, detalhando os significados em evolução dos mitos e lendas contados nos mangá, revelando assim o desenvolvimento e o cruzamento de ideias entre artistas de diferentes locais.

Os três autores apresentados até aqui ainda hoje são considerados referências canônicas dentre alguns/mas pesquisadores/as de histórias em quadrinhos. Contudo, ao longo dos anos novos trabalhos foram surgindo e redimensionando muito do apresentado pelos mesmos.

Finalizada esta breve menção aos importantes esforços realizados por estes pesquisadores, iniciamos a próxima parte do nosso diálogo com o semiólogo italiano Umberto Eco e seu livro *Apocalípticos e Integrados* (ECO, 2001), lançado originalmente em 1964.

Neste livro, Eco (2001), a partir de alguns ensaios – dois sobre histórias em quadrinhos –, preocupou-se em analisar criticamente e defender um novo olhar sobre os estudos da cultura de massa, criticando tanto a postura apocalíptica daqueles que acreditavam que este fenômeno representava o fim dos altos valores artísticos, como a postura dos integrados que afirmavam que a cultura de massa era resultado da integração democrática das massas na sociedade.

Ainda dentro desta perspectiva crítica, o argentino Ariel Dorfman²⁴ lançou em 1971, juntamente com o sociólogo belga Armand Mattelart, o livro *Para ler o Pato Donald*²⁵. Os autores analisaram as estratégias imperialistas de propaganda praticadas pelas histórias em quadrinhos *Disney* vendidas nos Estados Unidos e em outros países das Américas.

Dorfman e Mattelart, muito mais do que apenas apontar quais eram essas estratégias e como eram utilizadas implicitamente nas histórias em quadrinhos infantis, buscaram denunciar veemente o uso das narrativas e de seus personagens na disseminação de uma visão pró-Estados Unidos. Os autores focaram na análise da representação gráfica e comportamental dos personagens, bem como dos cenários, e como estes elementos reforçavam uma visão imperialista estadunidense para as Américas. Na época, o livro acabou tornando-se referência para muitos/as estudiosos/as latino-americanos/as das histórias em quadrinhos, passando a ser

²⁴ Atualmente professor de literatura na Universidade de Duke.

²⁵ *Para leer al Pato Donald*.

usado em Cursos de Comunicação na América do Sul, além de servir de base para outras obras teóricas críticas. (DORFMAN; MATTELART, 1971)

Ainda dentro do cenário acadêmico internacional – corroborando com a percepção que a pesquisa historiográfica demorou um pouco mais para se apropriar das histórias em quadrinhos como objeto de estudos –, a primeira dissertação de mestrado em História que encontramos sobre história em quadrinhos foi a de Lee Ann Uppendahl-Potter (1994). No trabalho *Reflections of cold war policies in popular culture (1945-1965)* a autora refletiu como as políticas desenvolvidas durante a Guerra Fria repercutiram na cultura popular. A partir das histórias em quadrinhos, Uppendahl-Potter concluiu que através de atos como a Doutrina Truman, a Lei de Controle Comunista de 1954, dentre outras, praticamente todos/as os/as estadunidenses foram expostos/as à Guerra Fria.

Em nível de doutorado, a primeira tese defendida em História encontrada por nós foi a de Bradford Wright (1998). Em *The American comic book: A cultural history*, o autor, a partir de uma análise cultural da história, analisou como as mudanças políticas, econômicas, sociais e ideológicas moldaram a indústria de quadrinhos entre 1930 e 1990. Dessa maneira, através de uma compreensão das histórias em quadrinhos como documentos históricos, observamos uma reflexão sistemática de como este produto comercializável mediou, ao mesmo tempo, preocupações pessoais da juventude daquele período e discutiu importantes pautas sociais e políticas como Grande Depressão, Segunda Guerra Mundial, Guerra Fria, anos Kennedy, anos 60, Watergate, era Reagan e o final do século XX.

Outra tese em História encontrada foi a de Ian Gordon (1998). Em *Envisioning consumer culture: Comic strips, comic books, and advertising in America (1890-1945)*, o autor analisou o surgimento de uma cultura de consumidor a partir dos quadrinhos e da propaganda estadunidense. Gordon refletiu sobre a mudança na publicidade estadunidense ao longo do século XX, chegando à conclusão que estas contribuíram para a promoção de valores considerados consumistas. Um dos méritos do trabalho é mostrar a importância das fontes visuais, nesse caso os quadrinhos, para compreensão da cultura estadunidense, algo não tão comum nos trabalhos acadêmicos daquele período.

Já Garret Castleberry (2010), em sua dissertação *Incorporating flow for a comic [book] corrective of Rhetcon*, analisou as *graphic novels* *Lanterna Verde: Renascimento* e *Y: O último homem*. O autor refletiu sobre a crítica feita pela Arte ao capitalismo, explorando as dimensões entre criação, distribuição, consumo e recepção dos quadrinhos. Assim, fomos apresentados a um dos poucos estudos que trabalharam com a recepção e o consumo das histórias em quadrinhos.

Ao continuar nosso levantamento bibliográfico, nos deparamos com a tese defendida por Richard Hall (2011): *The Captain America Conundrum: issues of patriotism, race, and gender in Captain America comic books (1941-2001)*. Nela, o autor também refletiu sobre a importância das histórias em quadrinhos para a compreensão da sociedade e da cultura estadunidense. Hall se dedicou às discussões envolvendo patriotismo, raça e gênero nas histórias do *Capitão América*, refletindo como esses aspectos foram abordados nos quadrinhos no momento da criação do personagem, passando pelo auge da Segunda Guerra e chegando ao atentado do onze de setembro.

Continuamos com o pesquisador francês Thierry Groensteen, o mesmo refletiu sobre o que ele chamou de “sistema dos quadrinhos”. O conceito consiste em um modo de expressão sequencial caracterizado pela justaposição de imagens solidárias, nas quais a condução da narrativa (a decupagem) e o gerenciamento do espaço (o layout) são duas operações indissociáveis, que estão em determinação mútua e constante. Assim, o autor propõe uma descrição minuciosa de unidades constitutivas das histórias em quadrinhos como possibilidade de explicação dos mecanismos de produção de sentido. (GROENSTEEN, 2015)

Chegamos ao final dessa primeira parte do estado da arte com Nick Sousanis (2017) e sua tese de doutorado intitulada *Unflattening*. Inspirado por Scott McCloud e seus livros em formato de história em quadrinhos, o autor discutiu como palavra e imagem se interligam para a construção de sentido nas histórias em quadrinhos, mesmo que tradicionalmente, nas raízes da sociedade ocidental, a palavra tenha primazia. Escrita e desenhada inteiramente em quadrinhos, desafiando assim as maneiras convencionais do discurso acadêmico, a tese nos ofereceu um impressionante trabalho gráfico, mas sobretudo uma profunda reflexão sobre a produção de conhecimento.

Unindo palavra e desenho o autor buscou refletir sobre como podemos acessar outras formas de conhecimento além dos tradicionalmente aprendidos, dialogando assim com áreas como Filosofia, Literatura e Arte. Sousanis usa sua capacidade quadrinística para construir uma narrativa gráfica impressionante e defender sua visão que a percepção é sempre um processo ativo de incorporar e reavaliar diferentes pontos de vista.

Deslocando nosso olhar do cenário acadêmico internacional para o nacional, iniciamos nosso diálogo com os estudiosos das histórias em quadrinhos inseridos nas Universidades brasileiras ao longo das últimas décadas.

Durante as décadas de 1970 e 1980, Moacy Cirne²⁶ publicou diversos livros. Em *A explosão criativa dos quadrinhos* (1970), o autor refletiu sobre os elementos semânticos e estruturais da linguagem dos quadrinhos. No livro *Para ler os quadrinhos: da narrativa cinematográfica à narrativa quadrinizada* (1972), Cirne buscou distinguir e separar os discursos ideológicos dos científicos através da análise de histórias em quadrinhos *Disney*, as quais ele concluiu serem responsáveis pela construção de visões de mundo colonizadoras e representações de subalternidade, continuando parte das reflexões realizadas em seu livro anterior. Nesse sentido, em *Uma introdução política aos quadrinhos* (1982), o autor refletiu sobre os discursos políticos existentes nessas mesmas histórias em quadrinhos.

Contemporâneo de Cirne, Álvaro de Moya²⁷ também se dedicou aos estudos sobre a temática. Moya foi um dos organizadores da Primeira Exposição Internacional de Histórias em Quadrinhos em 1951 e o único daquele grupo a se tornar professor universitário. (VERGUEIRO, 2017)

Além da exposição, em 1970, Moya também organizou a primeira antologia de textos críticos sobre histórias em quadrinhos publicada no Brasil. O livro *Shazam!* (MOYA, 1970) teve participação de diversos estudiosos de diferentes áreas e realizou um apanhado histórico sobre obras e autores, bem como refletiu sobre questões pedagógicas, psicanalíticas e aspectos gráficos.²⁸

Tentando se aproximar de uma perspectiva histórica, Moya tentou traçar no livro *História das histórias em quadrinhos* (1994) um panorama sobre diversos quadrinhos ao redor do mundo e seus autores. Sua produção, mesmo carecendo de maior profundidade e rigor científico, acabou tornando-se modelo e influenciando autores/as dentro e fora das Universidades. (VERGUEIRO, 2017)

A jornalista Sônia Luyten, também se dedicou à pesquisa e aos estudos sobre histórias em quadrinhos. Ainda na década de 1970 fundou na USP o primeiro núcleo de estudos sobre *mangá*²⁹ e lecionou disciplinas focadas na análise criteriosa. Seu livro, *O que é histórias em quadrinhos* (1985), foi um dos primeiros esforços em compreender esta temática de forma crítica.

²⁶ Foi professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF).

²⁷ Jornalista e professor colaborador da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) de 1970 a 1991.

²⁸ Álvaro de Moya também elaborou o primeiro relato histórico sobre o desenvolvimento das histórias em quadrinhos no Brasil, evidenciando os principais editores e autores que haviam atuado até aquele momento e traduziu para o português o livro *Para ler o Pato Donald* do chileno Ariel Dorfman e do belga Armand Matteart.

²⁹ História em quadrinho japonesa.

Posteriormente, em sua tese de doutorado intitulada *Poder e difusão dos quadrinhos japoneses como reflexo da sociedade nipônica* (1988), Luyten refletiu sobre o reflexo da imigração da sociedade nipônica para o Brasil nas histórias em quadrinhos, buscando problematizar aspectos socioculturais e como eles eram representados e/ou refletiam nessas histórias.³⁰ (VERGUEIRO, 2017)

Dissociando-se um pouco dessa análise mais problematizadora, crítica e próxima dos aspectos sociais e políticos, em que alguns pontos até se aproximava de uma vertente mais marxista dos estudos sobre as histórias em quadrinhos³¹, tivemos o semiólogo Antônio Luiz Cagnin. O pesquisador se aproximou muito mais de um viés estruturalista originalmente desenvolvido por alguns teóricos europeus. Sua obra *Os quadrinhos* (CAGNIN, 1975), fruto de sua dissertação de mestrado, transformou-se em referência para pesquisadores/as que, naquele momento, queriam compreender e analisar as histórias em quadrinhos a partir da estrutura narrativa e dos elementos constitutivos da linguagem.

Já Maria Beatriz Rahde, no livro *Imagem: estética moderna e pós-moderna* (2000), a partir da análise do personagem *Flash Gordon*, buscou compreender as expressões estéticas utilizadas nas histórias em quadrinhos em consonância com um simulacro de realidade: o desenho. Assim, abordou a ascensão das histórias dos primeiros heróis de ficção científica e histórias policiais entre 1929 e 1939.

O jornalista Gonçalo Junior, influenciado pelo aspecto descritivo e pela enorme abrangência das obras de Álvaro de Moya, pesquisou e refletiu sobre o desenvolvimento da indústria das histórias em quadrinhos no livro *A Guerra dos Gibis: formação do mercado editorial brasileiro e a censura nos quadrinhos (1933-64)* (2004). Para Vergueiro, Gonçalo Junior talvez seja o mais bem-sucedido autor brasileiro a produzir uma narrativa consciente bem fundamentada, apesar de algumas vezes romantizada das dificuldades enfrentadas pelos autores e editores do meio. (VERGUEIRO, 2017)

Na área da Educação, Waldomiro Vergueiro e Angela Rama (2006) organizaram uma obra sobre o uso das HQs como ferramenta de ensino, dedicando-se inclusive a realizar uma cronologia de alguns quadrinhos. Com foco nos *comics books* da primeira metade do século XX, relacionaram as origens dos mesmos com os elementos tecnológicos e sociais nos EUA do final do século XIX.

³⁰ Além da pesquisa, a professora Luyten foi responsável pela criação do primeiro acervo de histórias em quadrinhos dentro de uma Universidade, a Escola de Comunicações e Artes da USP, dentro do Museu de Imprensa Júlio de Mesquita Filho. (VERGUEIRO, 2017)

³¹ Vide os trabalhos publicados por Cirne.

Conhecendo esse contexto, não podemos negar que no Brasil, a partir dos anos 2000, houve sim um considerável aumento na quantidade de pesquisas que buscaram compreender as histórias em quadrinhos. Tanto a quantidade de dissertações e teses defendidas aumentou, como uma maior variedade de perspectivas e áreas do conhecimento se apropriaram com maior cuidado dessa temática, dentre elas o próprio campo da História tem vencido algumas barreiras e se debruçado sobre este objeto.

Nesse sentido e após essa virada de década, ao focarmos nos trabalhos realizados apenas no campo da História que de alguma maneira se aproximam das histórias em quadrinhos, seja qual for o objeto específico e a perspectiva epistemológica, passamos a encontrar uma maior quantidade e diversidade de pesquisas.

Na dissertação *Entre luzes e trevas: o Príncipe Valente e as representações políticas e civilizacionais nos quadrinhos (1936-1946)*, o autor analisou, entre o período da Grande Depressão e a Segunda Guerra Mundial, as representações heróicas utilizadas nos quadrinhos de aventura pela Indústria Cultural dos Estados Unidos. A partir da compreensão de imaginário social e de uma análise semiótica, Cavalcanti buscou compreender em que medida as histórias do *Príncipe Valente*³² podem ser consideradas como uma resposta aos medos, anseios e expectativas que na época circulavam na mídia jornalística. (CAVALCANTI, 2007)

Na dissertação intitulada *Representações da Guerra Fria nas histórias em quadrinhos Batman – O cavaleiro das trevas*³³ e *Watchmen*³⁴ (1979-1987), o autor, como o título deixa a entender, trabalhou com o conceito de representação como ferramenta analítica para compreender de que maneira a Guerra Fria foi representada nestes dois quadrinhos, bem como em que medida estas obras expuseram os pensamentos dos autores e das sociedades as quais faziam parte. (KRAKHECKE, 2009)

Na dissertação intitulada *Sob o Manto do morcego: Uma análise do imaginário da ameaça nos EUA da Era Reagan através do universo ficcional do Batman*, o autor analisa duas

³² *Príncipe Valente nos tempos do Rei Arthur (Prince Valiant in the Days of King Arthur)* foi uma tira de aventura e humor criada em 1937 pelo quadrinista estadunidense Hal Foster e publicada aos domingos nos jornais.

³³ *Batman – O cavaleiro das trevas (The Dark Knight Returns)* foi uma minissérie em quatro edições lançada pela editora *DC Comics* em 1986 escrita e desenhada pelo quadrinista estadunidense Frank Miller.

³⁴ *Watchmen* foi uma minissérie em doze edições lançada pela editora *DC Comics* entre 1986 e 1987 e escrita pelo quadrinista britânico Alan Moore e ilustrada pelo também quadrinista britânico Dave Gibbons.

histórias, *Batman: Ano um*³⁵ e *Batman: A piada mortal*³⁶, com o objetivo de compreender as transformações no imaginário social em relação a sensação de ameaça. A análise das representações dos personagens, sejam heróis ou vilões, foi usada para compreender a relação entre a conjuntura política e o ambiente cultural estadunidense durante a Guerra Fria. (BERNARDO, 2009)

Encontramos recentemente a dissertação *Representações políticas da Guerra Fria: as histórias em quadrinhos de Alan Moore na década de 1980*. O autor buscou perceber como a Guerra Fria foi representada nas histórias em quadrinhos *Watchmen* e *V for Vendetta*³⁷. Estes quadrinhos foram escritos pelo inglês Alan Moore, conhecido por seu posicionamento antissistema, no qual todos os quadrinhos são considerados políticos no sentido mais geral da palavra. (RODRIGUES, 2011)

Em *Cenas narrativas em Batman Ano Um: descontinuidades e continuidades na caracterização do super-herói*, o autor buscou compreender em que medida a narrativa dos quadrinhos se aproximava de uma alegoria benjaminiana, na qual perscrutar as rupturas na caracterização dos super-heróis do século XXI contribuiu para a reflexão sobre o passado e a compreensão do presente. Nessa dissertação fomos conduzidos por uma análise preocupada em compreender as múltiplas temporalidades possíveis. (SILVA, 2011)

Já em *Testemunho em quadrinhos: reflexões sobre a identidade palestina na obra de Joe Sacco*, a autora, partindo de uma abordagem sobre identidade, analisou como o jornalista e quadrinista Joe Sacco construiu uma narrativa apropriada para abordar o conflito entre árabes e judeus na disputa pelo território da Palestina. (GOMES, 2012)

Na dissertação *Superman e a guerra: Dos magnatas das munições ao arsenal da democracia*, o autor buscou compreender como Jerry Siegel, um dos criadores do *Superman*, tratou a temática das guerras e da democracia em suas histórias. Novamente o conceito de representação é utilizado dentro da compreensão que histórias em quadrinhos são produtos do seu próprio tempo e sociedade. (FLOR, 2014)

³⁵ *Batman: Ano Um (Batman: Year One)* foi um arco de histórias em quadrinhos lançado em 1987 pela editora *DC Comics* e escrito pelo quadrinista estadunidense Frank Miller e desenhado pelo quadrinista também estadunidense David Mazzucchelli.

³⁶ *Batman: A Piada Mortal (Batman: The Killing Joke)* foi uma *graphic novel* lançado em 1988 pela editora *DC Comics* e escrito pelo quadrinista britânico Alan Moore e ilustrada pelo também quadrinista britânico Brian Bolland.

³⁷ *V de Vingança (V for Vendetta)* foi uma série de histórias em quadrinhos em preto e branco lançada entre 1982 e 1983 pela editora britânica *Warrior*, mas não chegou a ser finalizada. Escrita pelo quadrinista britânico Alan Moore e ilustrada pelo também quadrinista britânico David Lloyd, a série só foi finalizada em 1988 e lançada inteiramente colorida com o incentivo da editora estadunidense *DC Comics*. A série completa foi republicada nos EUA pelo selo *Vertigo* da *DC* e no Reino Unido pela *Titan Books*.

Por fim, na dissertação *Os fantasmas da modernidade e as imagens distópicas em quadrinhos e outras artes*, a autora reflete sobre a projeção de futuros distópicos de algumas produções artísticas como cinema, literatura e histórias em quadrinhos. Tonin busca pensar historicamente sobre as aflições e angústias que assolaram o século XX e como elas foram expressas artisticamente através da forma, do traço, da cor e do movimento de produções que ressoavam valores e pensamentos de outras épocas. Desta maneira, a autora ainda abre espaço para debates que envolvem liberdade X autoritarismo, racionalidade X sensibilidade e arte X ciência. (TONIN, 2015)

Em relação às teses defendidas mais recentemente, conseguimos encontrar seis na área da História e uma na Literatura. Isso não quer dizer que existam somente elas, mas que conseguimos ter acesso e ler apenas essas para a construção desse estado da arte.

Em *Rock e quadrinhos nas páginas da revista Chiclete com Banana (1985-1990)*, o autor buscou compreender a relação entre os quadrinhos da revista *Chiclete com Banana*³⁸ e o rock nacional que despontou no Brasil no final do regime militar. (SANTOS, 2014)

Na tese *A invenção dos quadrinhos: teoria e crítica da sarjeta*, o autor buscou investigar, a partir do que acabou sendo definido como história em quadrinho ao longo dos anos, tudo o que foi descartado e legado a uma espécie de “sarjeta” conceitual durante a categorização dessa produção cultural nos moldes conhecidos atualmente. Dessa forma, através da percepção de elementos como texto, imagem, figuração e narração, Vargas realizou uma revisão histórica da montagem e uma reconsideração teórica das potencialidades desprezadas durante a invenção dos quadrinhos. (VARGAS, 2015)

A tese *A crônica dos quadrinhos: Marvel Comics e a história recente dos EUA (1980-2015)* analisou as histórias em quadrinhos da editora *Marvel Comics* durante as últimas três décadas. Nesse sentido, estas foram percebidas como crônicas políticas e sociais capazes de ajudar o autor a compreender a história recente dos Estados Unidos. (GUERRA, 2016)

Na tese *É apenas um jogo: pensamento, condição humana e pós-modernidade no final do século XX na história em quadrinhos Os Invisíveis, de Grant Morrison*, o autor buscou analisar algumas possíveis formas de vivência do final do século XX a partir da história em quadrinhos *Os Invisíveis*. Nesse sentido, o pesquisador refletiu sobre a invisibilidade como forma de resistência política em uma “sociedade de controle” e as múltiplas temporalidades existentes no final do século. Por fim, Czizewski ainda debateu a relação entre simulação,

³⁸ *Chiclete com Banana* foi uma revista publicada pela *Circo Editorial* que reuniu uma nova geração de quadrinistas brasileiros durante a década de 1980, dentre eles Glauco, Angeli, Laerte, Luiz Gê.

realidade e a auto compreensão da identidade humana na contemporaneidade. (CZIZEWESKI, 2016)

Caminhando para o final desse estado da arte, comentaremos as últimas três teses encontradas que contribuíram para a compreensão do atual cenário brasileiro de pesquisa sobre história em quadrinhos, bem como para a melhor delimitação do objeto desta tese. É importante observar que, apesar de focos diferenciados, as seguintes pesquisas se aproximaram de um núcleo temático comum em torno das histórias das mulheres e dos feminismos. Assim, as autoras acabaram também possibilitando reflexões sobre imprensa feminista, ditaduras do Cone Sul, produção de quadrinhos, autoras mulheres, construção de redes de apoio, invisibilização, América Latina, gênero, raça, classe e geopolíticas.

Na tese intitulada *Quem ri por último, ri melhor: humor gráfico feminista (Cone Sul, 1975-1988)*, a autora analisa o uso do humor gráfico feminista produzido, publicado e divulgado em periódicos também feministas em países do Cone Sul como Brasil, Bolívia, Uruguai e Argentina. Crescêncio investiga charges e tirinhas publicadas entre os anos 1975 e 1988, período da existência de ditaduras civis e militares e da emergência dos movimentos feministas, a partir da lógica dos discursos. Assim, a pesquisadora compreendeu as mesmas como ferramentas subversivas e buscou identificar, através da descrição e da análise do humor gráfico, indícios que demonstrassem a potencialidade das mulheres feministas na produção do humor e do riso. (CRESCÊNCIO, 2016)

Medeiros, autora da tese *Mulheres na produção de histórias em quadrinhos: da invisibilidade à construção de espaços próprios*, analisa a participação das mulheres na produção e consumo de histórias em quadrinhos. Através de algumas obras, a pesquisadora buscou compreender como ocorre a inserção das autoras em um meio majoritariamente masculino. Assim, acabou observando a importância da construção de redes de apoio que surgiram como resposta às limitações às quais as mulheres estão submetidas, sendo elas, em grande parte, responsáveis pela viabilização da produção e pela inserção. Desta maneira, foi percebido um movimento cada vez maior no sentido de criar espaços destinados à participação apenas de autoras mulheres e produzidos por mulheres. (MEDEIROS, 2020)

Por fim, na tese *Memórias e experiências nômades: uma viagem pelas histórias em quadrinhos de PowerPaola a partir dos seus deslocamentos pela América Latina*, a autora analisa os deslocamentos da artista e quadrinista equatoriana-colombiana PowerPaola pela América Latina, refletindo sobre as relações interpessoais inseridas e narradas em suas histórias. Cosme, ao observar a postura assumidamente feminista e nômade da quadrinista, consegue perceber a formação de uma rede de mulheres quadrinistas/zineiras sendo tecida através da

geografia latino-americana e se fortalecendo enquanto resistência à produção de quadrinhos considerada hegemônica. Dessa maneira, também é feita uma recuperação dos nomes de algumas mulheres consideradas pioneiras nos quadrinhos do Brasil e da Argentina, assim, problematizando questões que atravessam as representações de gênero, raça, classe e geopolíticas nos quadrinhos. (COSME, 2021)

Encerramos assim nosso extenso, porém, necessário estado da arte. Optamos por dedicar grande quantidade de tempo à leitura dos trabalhos mencionados, tendo em vista a melhor sistematização, compreensão e diálogo com os mesmos, ao passo que estes foram sendo utilizados nas reflexões e delimitações de nossa tese. Dessa forma, esse estado da arte tem por objetivo cumprir duas importantes funções: 1) Nos ajudar a mapear as diversas áreas do conhecimento que se debruçaram de alguma maneira sobre as histórias em quadrinhos e suas temáticas tangenciais, bem como contribuir para nossa compreensão acerca dos múltiplos olhares epistemológicos e perspectivas teórico-metodológicas utilizadas nas pesquisas sobre o referido objeto. Assim, fomos levados a perceber que, pelo menos até este momento, nenhuma pesquisa acadêmica se propôs a refletir sobre o papel da empresa de agenciamento *Art&Comics* na inserção de quadrinistas brasileiros na indústria *mainstream* de *comics* estadunidenses durante a década de 1990, muito menos compreender os contatos existentes que possibilitaram a contratação destes profissionais. 2) Busca minimamente reunir a maior quantidade possível de trabalhos que se proponham a analisar as histórias em quadrinhos e as múltiplas possibilidades existentes, sistematizando e explicando brevemente os objetos destes trabalhos e como eles contribuíram para o desenvolvimento deste campo de pesquisa. Assim, buscamos contribuir para a redução da dificuldade enfrentada por pesquisadores/as iniciantes na área, possibilitando para que eles encontrem leituras que possam fornecer caminhos a serem seguidos em suas futuras pesquisas, demandando assim um menor tempo de leituras prévias que, mesmo servindo para a construção de uma bagagem acadêmica, acabam não contribuindo diretamente com o objeto escolhido.

Nesse contexto, apesar da percepção que nos últimos anos houve um aumento de pesquisas sobre quadrinhos e as múltiplas temáticas correlatas em diversas áreas do conhecimento, dentre elas a História, também é perceptível que algumas áreas, como a Comunicação Social, vêm se dedicando há mais tempo a esta temática, tendo em vista que boa parte dos trabalhos encontrados durante nosso levantamento pertencem a esse campo. A pesquisa sobre quadrinhos, seja através de uma análise material, imagética ou dos agentes envolvidos, na área da História, ainda enfrenta dificuldades relacionadas à credibilidade e à

confiabilidade apreendida por alguns/mas historiadores/as mais conservadores/as em relação a objetos/fontes que julgam relevantes ou não de uma pesquisa historiográfica.

É possível afirmar que ainda existam pesquisadores/as acadêmicos/as que julguem que as histórias em quadrinhos, ou mesmo as possibilidades de pesquisas surgidas a partir delas, não sejam equivalentes a outras temáticas ou objetos tradicionalmente pesquisados pela História. Afinal, há aqueles/as inclusive que ainda acreditam na hierarquização de temáticas de pesquisa, perspectivas epistemológicas e temporalidades.

Talvez seja devido a uma compreensão do que pode ser considerado objeto do campo da História e de um possível “tradicionalismo temático” – algo que acreditamos está se rompendo com o acúmulo de pesquisas, com a renovação dos quadros de pesquisadores/as e a infinidade de temáticas surgidas a partir da contestação do dito tradicional –, que a área tenha demorado um pouco mais que outras para passar a se dedicar de forma mais intensa aos quadrinhos como objeto de pesquisa.

Assim, a dificuldade em encontrar pesquisas no campo da História que tenham voltado o olhar para compreensão das pessoas envolvidas na produção de quadrinhos nos fez acreditar, inicialmente, na necessidade desta pesquisa. Desta maneira, a partir do levantamento bibliográfico, fomos percebendo a carência de pesquisas voltadas para o funcionamento da indústria de histórias em quadrinhos e de seus/suas profissionais, tendo em vista os veículos e os agentes que mobilizam e são capazes de facilitar ou não a contratação de artistas por alguma editora. No caso desta pesquisa, duas editoras *mainstream* estadunidenses: *Marvel Comics* e *DC Comics*.

Foi a partir da leitura dos trabalhos encontrados durante o levantamento bibliográfico que acreditamos ter conseguido realizar um mapeamento superficial de pelo menos cinco vertentes de pesquisas³⁹ tendo as histórias em quadrinhos como objeto e/ou fonte dentro do campo da História. Contudo, não pretendemos dar conta de todas as múltiplas possibilidades de pesquisas possíveis, mas apenas elencar algumas percepções.

Na primeira vertente identificamos as pesquisas que, a partir dos quadrinhos, buscam compreender aspectos políticos e/ou grandes guerras. Boa parte das teses e dissertações que encontramos analisavam nas histórias em quadrinhos o reflexo de conflitos bélicos e as políticas internacionais empregadas pelos países participantes dos conflitos.

Na segunda vertente apareceram as pesquisas voltadas para a compreensão das representações de setores sociais, étnicos-raciais e minorias nas histórias quadrinhos. A forma

³⁹ Acreditamos que estas não sejam as únicas possibilidades, contudo, foram as que conseguimos estruturar a partir do levantamento bibliográfico realizado para essa tese.

como mulheres, negros/as, homossexuais, dentre outros, são representados/as nos quadrinhos é analisada a partir de uma discussão envolvendo perspectivas epistemológicas que refletem sobre gênero, raça e classe, dessa maneira, questionando assimetrias e hierarquias sociais.

Na terceira vertente temos os trabalhos que se propuseram a refletir sobre as possíveis múltiplas temporalidades existentes nas histórias em quadrinhos. Dessa forma, essas pesquisas buscam compreender em que medida visões de mundo, sentimentos, identidades, imaginários podem acabar tornando sensíveis impressões de outras épocas ao dialogarem com aspectos do seu próprio tempo de produção.

Na quarta vertente inserimos os trabalhos que se dedicaram aos estudos das histórias em quadrinhos com foco na análise imagética dos desenhos. Compreender o estilo dos/as quadrinistas e como eles se aproximavam de determinada corrente artística se constituiu como núcleo desses estudos. Essas pesquisas que buscaram analisar as influências, ou mesmo o diálogo, com correntes impressionistas, expressionistas, realistas ou contemporâneas nos ajudou a perceber a mudança de olhar em relação a esse objeto, antes inexplorável, e agora imerso em meio a categoria de arte.

Por fim, temos uma vertente de pesquisa que acreditamos ter se dedicado à compreensão da produção e da recepção das histórias em quadrinhos. Aspectos de produção, distribuição e consumo são analisados a partir do enfoque na compreensão das relações existentes dentro deste circuito, fazendo com que agentes envolvidos na produção e público consumidor apareçam inseridos em uma cadeia. Vergueiro (2006) considera uma área ainda pouco explorada, carecendo de pesquisadores/as que problematizem os dados oficiais de produção e venda desses quadrinhos.

As vertentes apresentadas não pretendem dar conta de todas as possibilidades de pesquisa, muito menos acreditamos que os trabalhos comentados durante o estado da arte se inserem em apenas uma delas. Muitos deles transitam por múltiplos olhares e enfoques. Buscamos apenas sistematizar as impressões obtidas com o intuito de direcionar a tese que pretendíamos escrever.

Acreditamos que nossa pesquisa, ao buscar compreender a inserção de um determinado grupo de quadrinistas brasileiros na indústria *mainstream* estadunidense de histórias em quadrinhos – mais precisamente nas editoras *Marvel Comics* e *DC Comics* – durante a década de 1990, dialoga, de certa maneira, com a última vertente mencionada.

Nos aproximamos dos trabalhos que buscaram compreender a produção destas histórias em quadrinhos a partir de uma perspectiva que privilegia as relações interpessoais e as redes de sociabilidade existentes neste cenário. Os atores envolvidos, sejam eles editores/as,

agentes e/ou quadrinistas, bem como as relações de produção e trabalho estabelecidas serão analisados ao passo que buscamos compreender a contratação de artistas brasileiros naquele momento.

Através da compreensão que esta tese surge em consonância com a última vertente mencionada e, principalmente, da dificuldade para encontrarmos trabalhos preocupados com a reflexão sobre o elemento humano⁴⁰ por trás da produção de histórias em quadrinhos, é que nos aproximamos do surgimento da agência brasileira chamada *Art&Comics* e do seu papel na inserção de quadrinistas brasileiros no mercado estadunidense.

É evidente que não podemos negar nossa paixão pelas histórias em quadrinhos – principalmente pelos super-heróis –, muito menos a curiosidade para compreender os meandros dos bastidores da indústria e a carreira de alguns/mas artistas. Afinal, assim como outras pesquisas, a nossa também está imersa em suas próprias subjetividades.

Todavia, percebemos um grande distanciamento entre o nosso colecionismo e a pesquisa que propomos. O olhar é deslocado da obra – mesmo que não completamente – para o/a produtor/a da história em quadrinho e as pessoas envolvidas nesse cenário. Assim, nossa problemática central passa a ser compreender em que medida a empresa *Art&Comics* agiu como agenciadora da inserção destes quadrinistas no mercado *mainstream* estadunidense de histórias em quadrinhos, tendo em vista a existência de um cenário mercadológico em que as quedas nas vendas das duas maiores editoras estadunidenses – *Marvel Comics* e *DC Comics* – passaram a favorecer, ou mesmo exigir, a adoção de estratégias capazes de renovar a produção e retomar o público perdido. Qual o efetivo papel da agência na contratação destes quadrinistas? Quais contatos precisaram ser estabelecidos para viabilizar tal acontecimento? Que dificuldades precisaram ser sanadas ou, minimamente, contornadas nesse processo?

Nossa hipótese principal parte do princípio que a empresa de agenciamento *Art&Comics*, através dos contatos estabelecidos pelos fundadores, do *know-how* e do capital financeiro acumulado pelos mesmos, atuou como agente responsável pela aproximação entre os/as quadrinistas brasileiros/as e a indústria de quadrinhos estadunidense, possibilitando a inserção destes/as artistas. Dessa maneira, a contratação de quadrinistas brasileiros por editoras como *Marvel* e *DC*, a partir da década de 1990, está diretamente ligada ao surgimento da agência *Art&Comics* e ao trabalho realizado pelos fundadores Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vítor Lopes.

⁴⁰ Aqui nos referimos às pessoas e às relações desenvolvidas entre elas.

Como mencionado anteriormente, percebemos que parte dos trabalhos encontrados buscaram analisar os conteúdos existentes nas histórias em quadrinhos e como eles, de alguma forma, se relacionavam com o mundo em que seus/suas produtores/as pertenciam, ou mesmo com teorias explicativas das temporalidades as quais estavam inseridos. Dessa maneira, mesmo que algumas pesquisas também tenham tangenciado aspectos como as redes estabelecidas que permitiram ou não a produção de uma determinada história, ou a contratação de um/a determinado/a quadrinista, percebemos que o produto – quadrinho – carregava consigo a majoritária atenção nestes trabalhos. Foi a partir dessa percepção e da vontade de compreender os cenários e as redes existentes que nosso olhar, ao se debruçar sobre as fontes, nos aproximou da *Art&Comics*.

Fundada em 1991, a *Art&Comics* surgiu a partir da união do estúdio *Artecômix*, criado por Helcio de Carvalho⁴¹ e Jotapê Martins⁴², com o estúdio *Criarte*, fundado por Dorival Vitor Lopes⁴³. Na época, as duas empresas eram contratadas como terceirizadas pela editora *Abril* para traduzir, editar e produzir histórias em quadrinhos para serem publicadas. Além disso, anteriormente, os dois estúdios haviam surgido como dissidência do setor responsável pela edição de histórias estrangeiras que eram publicadas pela *Abril* no Brasil. (CAMPOS, 4 nov. 2015)

A *Art&Comics* apareceu como peça central para a compreensão da inserção do grupo de profissionais brasileiros contratados para desenhar para a *Marvel* e *DC* durante a década de 1990. Nesse sentido, a intenção é compreender a partir do surgimento e do funcionamento desta empresa, o papel desempenhado pela mesma no agenciamento e as estratégias adotadas para a aproximar a *Art&Comics* das editoras estadunidenses. Tendo em vista que o cenário *mainstream* estadunidense de quadrinhos enfrentava baixas vendas e buscava por novos/as artistas, como a empresa aproveitou esse contexto e buscou encurtar barreiras que dificultavam a ida desses quadrinistas para o exterior? Quais mecanismos foram adotados para solucionar dificuldades econômicas, tecnológicas e de idioma?

Levando em consideração que anteriormente ao surgimento da *Art&Comics* haviam quadrinistas brasileiros/as consolidados/as nacionalmente, mas que não foram estes os contratados pelas editoras estadunidenses⁴⁴, acreditamos ser necessário compreender a atuação

⁴¹ Editor de quadrinhos e empresário, produtor de vídeo e responsável direto pelas revistas *Marvel/Abril* entre 1979 e 1986.

⁴² Tradutor, editor e empresário de quadrinhos, responsável, junto com Helcio de Carvalho, pelo surgimento da *Cronologia Abril*.

⁴³ Tradutor, editor e empresário de quadrinhos, um dos antigos donos do estúdio *Criarte* de produção de HQs

⁴⁴ Por motivos que serão aprofundados durante os capítulos.

da empresa e a forma como estes artistas foram selecionados por ela e pelas editoras para serem, respectivamente, agenciados e contratados. Quais critérios foram adotados tendo em vista o interesse das duas partes envolvidas? Em que medida as redes de sociabilidade nas quais estes agentes estavam envolvidos contribuíram para definir a contratação de um/a quadrinista em relação a outro/a? Até que ponto questões envolvendo distância territorial, utilização de tecnologias de comunicação e domínio do inglês dialogam com estes outros fatores?

Nesse sentido, e a partir das fontes, percebemos que a *Art&Comics* funcionou como uma “ponte” ou uma “peneira” – dependendo do olhar que quisermos empregar – entre os/as quadrinistas brasileiros/as interessados/as em produzir para as editoras estadunidenses, inclusive realizando testes, recebendo portfólios, concedendo estágios de aprimoramento artístico e realizando agenciamento. (CAMPOS, 4 nov. 2015)

Portanto, ao propormos analisar em que medida a *Art&Comics* serviu como veículo de aproximação entre quadrinistas brasileiros/as e editoras estadunidenses, atuando dentro de um contexto específico de busca por novos profissionais, buscaremos compreender como as redes de sociabilidade (SIRINELLI, 2003) em que os fundadores estavam inseridos atuaram. Em que medida o capital cultural (BOURDIEU, 2007) e financeiro destes fundadores foi necessário para abrir portas para a indústria estadunidense e como funcionou o agenciamento feito pela empresa?

Ligado ao surgimento da *Art&Comics* e à importância das relações estabelecidas por seus fundadores, a queda nas vendas das editoras *Marvel Comics* e *DC Comics*, o surgimento de novas editoras naquele período, a transformação nas relações de trabalho envolvendo liberdade criativa e pagamento de royalties e a própria necessidade de transformação estética dos desenhos surgem como questões importantes de serem problematizadas para a compreensão de nosso objeto. Somado a isso, compreender o funcionamento da agência brasileira, a forma como os recrutamentos eram feitos, as estratégias adotadas para sanar dificuldades econômicas e de idioma e o trabalho realizado pelos quadrinistas tomam função primordial para a percepção do papel da agência.

Desta forma, o surgimento da *Art&Comics* define nosso recorte temporal inicial em 1991, tendo em vista que até aquele momento não existia empresa nacional que houvesse conseguido agenciar quadrinistas brasileiros/as para editoras estadunidenses. Contudo, durante a pesquisa, precisaremos recuar momentaneamente à década de 1980 para compreendermos o mercado de quadrinhos nos Estados Unidos Dessa forma, buscaremos perceber o contexto que tornou possível o surgimento da empresa brasileira de agenciamento.

Nosso recorte temporal final se delimita pela saída de Helcio de Carvalho e Dorival Vitor Lopes da coordenação da *Art&Comics*. Em 2002, os sócios passaram o cargo para o quadrinista Joe Prado, um dos artistas agenciados anteriormente pela empresa e contratado pela editora *DC Comics*, fato que modifica a atuação dos fundadores na empresa.

Para refletirmos sobre os pontos apresentados anteriormente e realizarmos a pesquisa proposta, utilizamos três tipos de fontes. O primeiro tipo utilizado foram entrevistas orais e/ou escritas realizadas por canais de *Youtube* especializados em temáticas relacionadas às histórias em quadrinhos. Foram entrevistados os fundadores da empresa *Arte&Comics* e alguns dos quadrinistas agenciados pela mesma. A segunda tipologia de fonte utilizada foram as notícias publicadas em jornais. Estas, nos possibilitaram um olhar sobre a contratação destes artistas pelas empresas estadunidenses e sobre suas carreiras. Por fim, também utilizamos dados oficiais de vendas, os mesmos foram fornecidos pela empresa estadunidense *Diamond Comics* que distribuiu a maior parte desses quadrinhos nos Estados Unidos.

As notícias utilizadas foram selecionadas a partir dos acervos digitais da *Revista Veja* e do *Jornal Folha de São Paulo* que ficaram disponíveis de forma gratuita durante determinado tempo. Buscamos por matérias que falassem, minimamente, sobre aspectos da carreira dos quadrinistas que já havíamos conseguido mapear até aquele momento através da bibliografia lida. Naquele momento, filtramos nossa pesquisa diretamente através da busca pelos nomes de quadrinistas como Mike Deodato Jr, Ed Benes e Marcelo Campos. Além destes nomes, também pesquisamos por *Art&Comics*, Helcio de Carvalho e Dorival Vitor Lopes. Todavia, a quantidade de reportagens encontradas sobre essas pessoas ficou muito abaixo do imaginado em um primeiro momento, nos levando a perceber a dificuldade que se aproximava.

Por conta disso, ao percebermos essa dificuldade, as notícias passaram a ser compreendidas como fonte complementar em relação aos dados oficiais e as entrevistas. Não estamos afirmando que elas adquiriram um caráter secundário ou de menor importância, mas, tendo em vista a menor quantidade de informações encontradas, as mesmas foram utilizadas de maneira mais pontual. Todavia, se por um lado a circulação de notícias sobre nosso objeto de pesquisa foi por vezes diminuta em alguns veículos de informação, por outro, quando apareciam, forneciam importantes compreensões.

Dessa maneira, passamos a buscar nessas matérias dados que poderiam não ter sido mencionados nas entrevistas ou mesmo complementá-las. Assim, buscar a checagem entre as informações contidas nessas fontes, não com o objetivo de procurar uma verdade universal – algo que consideramos impossível –, mas de obter informações diferentes e complementares a fim de uma melhor reflexão, passou a ser o direcionamento perseguido.

Nos distanciando um pouco das notícias coletadas em veículos de comunicação jornalística, acabamos também utilizando alguns dados prospectados de sites/blogs nacionais que comunicam informações relacionadas a publicação de histórias em quadrinhos. Nesse sentido, após as devidas averiguações, utilizamos alguns informes contidos no site *Guia dos Quadrinhos*.

É importante salientarmos que o referido site se trata de um grande banco de dados sobre as histórias em quadrinhos publicadas no Brasil. Sendo construído de maneira coletiva, um dos objetivos expostos nas páginas da internet mencionam a construção de um grande acervo para preservação da memória dos quadrinhos.

Portanto, tendo em vista o caráter colaborativo e a aparente falta de checagem das informações inseridas, ao utilizarmos dados publicados no referido site, tomamos o cuidado de checar a procedência e a veracidade dos mesmos em outras fontes, tais quais os sites das editoras e as próprias histórias em quadrinhos. Apenas depois dessa inicial averiguação que passamos a problematizar as informações que tínhamos em mão.

Já os dados sobre as vendas das histórias em quadrinhos das editoras estadunidenses foram coletados no site *Comichron*⁴⁵ (MILLER, 2019). O site foi fundado pelo escritor, jornalista e roteirista John Jackson Miller. Com mais de 25 anos de trabalho acompanhando a indústria de quadrinhos, editando revistas, criando guias de leitura e escrevendo roteiros para filmes e derivados, Miller resolveu organizar e estruturar um site para fornecer dados para fins acadêmicos. Nenhum uso comercial é permitido.

Os números encontrados no site possuem grande importância ao passo que forneceram a possibilidade de problematização sobre o que estava sendo produzido naquele período, além de como o público estava recebendo comercialmente os quadrinhos desenhados por esses artistas. Não pretendemos realizar um estudo da recepção, mas utilizar esses dados como termômetro de mercado para perceber como isto pode ter influenciado ou não a contratação de alguns quadrinistas, tendo em vista que nem todos eles foram contratados ao mesmo tempo, mas sim ao longo da década de 1990 de acordo com fatores diversos.

A quantificação dessas vendas também nos ajudou na compreensão do que poderia ser compreendido como quadrinho *mainstream* nos EUA da década de 1990. Dessa maneira, nos fazendo perceber que tipo de história em quadrinho havia se massificado dentro de uma lógica de cultura de massa.

⁴⁵ O site disponibiliza online os números de venda fornecidos pela empresa *Diamond Comics* que distribuía os quadrinhos nos Estados Unidos no período.

Por fim, as entrevistas foram as principais fontes utilizadas nesta pesquisa, tendo em vista a possibilidade de as mesmas fornecerem aspectos mais internos sobre as relações estabelecidas entre as partes envolvidas, os contatos realizados durante a produção, a rotina de recrutamento e trabalho, as dificuldades enfrentadas e as soluções desenvolvidas que viabilizaram a contratação dos quadrinistas brasileiros. Nesse sentido, analisamos entrevistas produzidas e divulgadas por canais de *Youtube* com os fundadores da *Art&Comics* Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes. Além dos sócios, entrevistas com os quadrinistas agenciados Roger Cruz, Mike Deodato Jr., Luke Ross, Joe Bennet, Manny Klarc, Klebs Junior, Marc Campos, Ivan Reis, Will Conrad, Joe Prado, Ed Benes e Daniel HDR⁴⁶ também compõem o acervo de fontes desta tese.

Para compor o acervo de entrevistas analisadas, inicialmente, buscamos o contato com muitas das pessoas envolvidas nesse cenário, desde os fundadores da agência, passando pelos quadrinistas e chegando nos bastidores envolvidos. Contudo, o desenrolar da pandemia de COVID-19, a agenda de alguns artistas e mesmo a indisposição para relatar acontecimentos referentes ao seu passado de forma mais pormenorizada acabaram dificultando parte do processo metodológico. Todavia, essa dificuldade, em parte, acabou sendo sanada pelas inúmeras horas de entrevistas publicadas no *Youtube* por canais criados por quadrinistas e jornalistas que se interessavam pela área dos quadrinhos.

No total, foram aproximadamente 68 horas de entrevistas selecionadas para serem escutadas, analisadas e confrontadas com as notícias de jornais e os dados oficiais de venda. A escolha das mesmas ocorreu mediante a busca por palavras chaves que continham os nomes dos quadrinistas que já havíamos mapeados e os fundadores da empresa *Art&Comics*. Para a análise desta fonte utilizamos, em parte, a metodologia da História Oral, tendo em vista que as entrevistas já haviam sido realizadas por outras pessoas e com seus próprios interesses. Contudo, tratamos de transcrever todas as entrevistas, parte por parte, tomando o cuidado de reproduzir até mesmo os silêncios, respiros e mudanças de tom. Tomamos as devidas precauções para manter a fidelidade ao falado, mas sem esquecer da objetividade científica e da criticidade inerente à pesquisa historiográfica.

Nesse sentido, como falado anteriormente, utilizamos nesta tese a metodologia da História Oral, a qual se expandiu bastante nas últimas décadas. Dessa maneira, enfatizamos “a importância da elaboração e da trajetória da memória social como objeto de investigação que

⁴⁶ Vale salientar que esses nomes artísticos foram escolhidos pelos agenciadores da *Art&Comics* com a intenção de facilitar a aceitação por parte do mercado estadunidense. Discorremos mais sobre isso durante a tese.

possibilita uma nova inteligibilidade do passado recente. Assim, reconhece-se a subjetividade como uma nova fonte de pesquisa.” (CASSAB; RUSCHEINSKY, 2007, p. 12)

Dessa maneira, foi a partir do esforço desses quadrinistas em reconstruir a trajetória de suas carreiras durante as entrevistas, fornecendo detalhes sobre recrutamento, contratação e trabalho desenvolvido para as editoras estadunidenses, que conseguimos investigar os contextos e refletir sobre dificuldades enfrentadas e soluções adotadas pela agência e por eles mesmos. Assim, ao rememorarem acontecimentos e causalidades, esses artistas nos permitiram analisar e compreender de forma inteligível o passado recente da contratação de quadrinistas brasileiros por editoras nos EUA. Portanto, suas subjetividades e a reflexão sobre as mesmas acabaram tornando possível um novíssimo, talvez inédito, olhar sobre o cenário existente.

Deste modo, é nesse sentido que nos aproximamos das entrevistas realizadas com os quadrinistas brasileiros. Assim,

Essa perspectiva que explora as relações entre memória e história, ao romper com uma visão determinista que limita a liberdade dos homens, coloca em evidência a construção dos atores de sua própria identidade e reequaciona as relações entre passado e presente ao reconhecer, de forma inequívoca, que o passado é construído segundo as necessidades do presente, chamando a atenção para os usos políticos do passado (ALBERTI, 1990, p. 16)

Portanto, tendo consciência que as reflexões feitas sobre o contexto e a contratação dos quadrinistas foram construídas à luz das necessidades do presente, nesse caso, das nossas próprias inquietações e das problematizações oriundas da escrita da tese, elucidamos o papel dos artistas entrevistados na construção de suas próprias identidades.

Como falado, uma das dificuldades enfrentadas na realização da tese foi o contato com as pessoas que pretendíamos entrevistar. Entre idas e vindas, contatos foram estabelecidos, mas não concretizados. Em meio a tudo isso, enfrentamos a pandemia de COVID-19 e tudo tomou proporções cada vez mais complexas. Nesse contexto, optamos por solucionar a dificuldade enfrentada e utilizar entrevistas já existentes e disponíveis em domínio público através do site/aplicativo *Youtube*. Nesse sentido, foram analisadas 70 entrevistas totalizando aproximadamente 68 horas de duração.

A partir do momento em que apresentamos as fontes e delimitamos a maneira como foram utilizadas, questionamentos em torno da razão por não utilizarmos imagens dos quadrinhos desenhados podem surgir. Afinal, uma pesquisa sobre quadrinhos sem quadrinhos, a princípio, pode soar estranho.

Nesse sentido, afirmamos que essa foi uma opção metodológica. Ainda no início do projeto, pretendíamos realizar uma análise estética dos quadrinhos produzidos pelos brasileiros, contudo, ao longo da pesquisa, ao optarmos pelo enfoque mercadológico, logístico e de

produção, abandonamos a ideia por acreditar que não conseguiríamos dar conta de tantas abordagens. Toda pesquisa precisa de delimitações, algumas escolhas podem não parecer a correta, mas no momento em que esta tese foi escrita, nos pareceu mais correto não arriscar em um caminho que poderíamos não ter fôlego suficiente. Todavia, isso não impede que no futuro venhamos a desenvolver algo do tipo.

Dito isso, e refletindo sobre o que buscamos com uso de cada uma das fontes selecionadas, finalizamos esta introdução com nossos objetivos específicos que, de certa maneira, formaram a base para a construção dos capítulos e da estruturação da tese.

No primeiro capítulo refletimos sobre o que era ser uma editora *mainstream* na década de 1990, buscando compreender como era o funcionamento dessa indústria de histórias em quadrinhos nos EUA naquele período. Desta forma, mapeamos as editoras que estavam em funcionamento e os/as editores/as que controlavam o processo editorial, vislumbrando compreender a agência de cada elemento dentro da cadeia de produção. Desta maneira, refletimos sobre o cenário quadrinístico e como as quedas nas vendas das editoras *Marvel Comics* e *DC Comics*, bem como a busca por novos/as quadrinistas, contribuíram para que a *Art&Comics* conseguisse efetivar a contratação dos quadrinistas agenciados por ela.

No segundo capítulo nos deparamos com a criação da Editora *Abril* e a sua importância na consolidação da publicação de histórias em quadrinhos de super-herói no Brasil. Nesse sentido, fomos compreendendo seu funcionamento, o licenciamento de alguns títulos e mapeando as pessoas que trabalhavam na empresa. Foi nesse contexto que conhecemos e refletimos sobre o início das carreiras de tradução e edição de Helcio de Carvalho e Jotapê Martins, e a importância dos mesmos para o cenário nacional de quadrinhos. Por fim, compreendemos o processo de terceirização iniciado pela *Abril* que, posteriormente, acabou dando origem a criação da agência *Art&Comics* pelo dois nomes já mencionados juntamente com Dorival Vitor Lopes.

Por fim, no terceiro e último capítulo, buscamos compreender efetivamente o papel da *Art&Comics* no agenciamento e na contratação dos quadrinistas brasileiros pelas editoras estadunidenses, tendo em vista que os mesmos começaram em editoras menores e apenas após uma fase de testes conseguiram pegar os primeiros trabalhos em editoras mais prestigiadas. Ainda nesse contexto, refletimos sobre a importância da versatilidade brasileira durante as etapas de produção, os contatos estabelecidos ao longo dos anos, o recrutamento, o processo de adaptação de estilos, o volume de trabalho e o salário pago por produção. Nesse sentido, nos deparamos com as dificuldades tecnológicas, econômicas e de idioma para as quais a agência precisou encontrar soluções. Por fim, refletimos sobre a importância da empresa na

profissionalização da imagem do quadrinista brasileiro e na manutenção dos mesmos no cenário estadunidense durante aquele período.

Dessa maneira, esta tese, ao analisar o papel desempenhado pela empresa *Art&Comics* na contratação de quadrinistas brasileiros por editoras estadunidenses durante a década de 1990, acaba também contribuindo para a compreensão do cenário mercadológico existente no Brasil e nos Estados Unidos naquele período. Ao passo que descortinamos os contatos existentes e os mecanismos que contribuíram para a aproximação entre estes profissionais e as editoras mencionadas, acabamos compreendendo mais sobre um período no qual a produção de histórias em quadrinhos *mainstream* de super-heróis enfrentava diversas transformações de conteúdo, roteiro, desenho, abordagem, preço, método de venda, pagamento e acabamento gráfico.

2 NO IMPÉRIO DO *MAINSTREAM*: PRODUÇÃO E MERCADO DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS NOS ESTADOS UNIDOS.

Por mais que os leitores gostem de romantizar o negócio dos quadrinhos, é exatamente só isso: um negócio. Art Spiegelman, ganhador do prêmio Pulitzer, responsável por *Maus - A História de um Sobrevivente*, chama os quadrinhos de "a cria bastarda da arte e do comércio". E dinheiro (medido em parte pelas vendas) ainda é um dos componentes mais importantes em cada uma dessas edições que você colocou em um papelão, ensacou e guardou com amor no armário - se não para os autores envolvidos então certamente para seus chefes corporativos em seus aquários. (TUCKER, 2018, p. XIII)

Compreender que a análise do objeto proposto para esta pesquisa surge a partir de um olhar sobre a produção de histórias em quadrinhos e a relação com o seu mercado, talvez, seja um importante ponto para ser situado inicialmente. Contudo, se para Tucker (2018) o negócio de histórias em quadrinhos se trata apenas de mais um empreendimento como os demais – e não discordamos das semelhanças com mercados de outros produtos – para nós, ele também possui especificidades artístico-comerciais que, assim como outras, foram potencialmente capazes de influenciar o cenário.

O quadrinista⁴⁷ Art Spiegelman⁴⁸ – famoso por ter ganhado o prêmio *Pulitzer*⁴⁹ por *Maus* – também salienta essa face mercadológica do “mundo das histórias em quadrinhos” a partir da quantificação das vendas e do dinheiro arrecadado com elas. Mesmo que para parte do público consumidor esses quadrinhos estivessem embebidos em afeto, empatia, colecionismo ou qualquer outro sentimento, a produção dos mesmos e as pessoas envolvidas na criação ainda estavam diretamente ligadas, dentre outros fatores, ao lucro proveniente das vendas. A flutuação financeira deste produto e, conseqüentemente, sua maior ou menor inserção no mercado, contribuiu de maneira decisiva para as diversas transformações que a indústria de histórias em quadrinhos enfrentou ao longo das décadas. Boas vendas significavam manutenção das estratégias mercadológicas utilizadas até a exaustão, baixas vendas desencadeavam mudanças na produção.

⁴⁷ O termo quadrinista será utilizado para referenciar aqueles/as que fazem quadrinhos, sejam eles/as roteiristas, desenhistas, coloristas, arte-finalistas, letristas ou capistas. Por se tratar de uma contemporânea divisão do trabalho, durante as décadas anteriores ao período estudado, essas funções muitas vezes eram ocupadas por uma única pessoa ou um pequeno grupo.

⁴⁸ O ilustrador, cartunista e quadrinista nascido na Suécia em 1948, mas radicado nos Estados Unidos, publicou em revistas como a *The New Yorker* e em jornais como o *New York Times*. Em 1992 ganhou o prêmio Pulitzer ao contar a história de um judeu e seu filho que sobreviveram aos campos de concentração Nazistas no quadrinho semi-biográfico *Maus - A História de um Sobrevivente*. (GOIDA, KLEINERT, 2011)

⁴⁹ Criado em 1917 e administrado pela Universidade de Colúmbia, trata-se de um prêmio estadunidense concedido a pessoas que realizaram trabalhos considerados de excelência nas áreas do jornalismo, literatura e composição musical.

Tanto o desenvolvimento da relação entre público consumidor e quadrinhos, quanto o vislumbre mercadológico quantificado através da lógica de vendas dessas histórias, surgiram como olhares interessantes, necessários e complementares durante todo o desenvolvimento da pesquisa.

Dessa forma, uma das possíveis chaves para a compreensão do papel da empresa de agenciamento *Art&Comics* na contratação do grupo de quadrinistas brasileiros por editoras *mainstream* estadunidenses, como *Marvel Comics* e *DC Comics*, é a compreensão acerca do que era ser uma editora inserida dentro da lógica do consumo de massa naquele período. Compreender que tipo de história em quadrinho era produzida, o conteúdo abordado, a estética utilizada e como todos esses elementos dialogavam entre si, mas ao mesmo tempo disputavam espaço com outras formas de fazer quadrinhos, se apresenta como um aspecto importante para compreendermos o contexto em que o surgimento da empresa brasileira possibilitou que artistas nacionais fossem inseridos no cenário estadunidense.

Assim, este primeiro capítulo nasceu ao nos perguntarmos o que era ser uma editora de histórias em quadrinhos *mainstream* estadunidense entre as décadas de 1990 e os anos 2000? Quais elementos nos ajudam a compreender como esse mercado funcionava naquele período?

A princípio, o termo *mainstream* é utilizado para caracterizar um produto comercial de alta vendagem e consumo. Assim, este produto estaria inserido dentro do circuito do que é considerado tendência e consumido por diversas pessoas, se tornando um produto de massa dentro da perspectiva levantada por Eco (2001).

Partindo dessa perspectiva, com base nas questões levantadas, nos dedicamos neste capítulo à compreensão da relação entre indústria estadunidense de histórias em quadrinhos *mainstream* e consumo de massa, dialogando desta maneira com outros mercados afim de perceber aproximações e distanciamentos. Neste ponto, buscamos compreender o funcionamento do mercado estadunidense, mapeamos as editoras responsáveis pela produção dessas histórias em quadrinhos, visando compreender o papel destas e das redes estabelecidas que, ao final de tudo, contribuíram para a seleção das histórias produzidas e para a contratação dos/as quadrinistas.

Por fim, nos aproximamos da crise nas vendas enfrentada pelas duas maiores editoras *mainstream* estadunidense, *Marvel Comics* e *DC Comics*, a fim de compreendermos como este cenário pode ter contribuído para a busca de novos/as artistas que pudessem transformar as histórias em quadrinhos e retomar público e vendas. Desta forma, compreender como esse contexto pode ter contribuído para o surgimento da *Art&Comics* no cenário internacional e a

contratação dos/as artistas agenciados/as aparece como uma necessária chave de problematização da conjuntura existente durante o período.

2.1 LOCAIS DIVERSOS, NICHOS DIFERENTES: O *MAINSTREAM* E O CONSUMO DE MASSA NOS QUADRINHOS ESTADUNIDENSES

Iniciamos este tópico com uma pergunta que a princípio pode parecer simples, mas que possui suas complexidades. Mas afinal, o que poderia ser considerado uma história em quadrinho *mainstream* no cenário estadunidense durante as décadas de 1990 e 2000?

Com o intuito de respondermos essa pergunta, buscamos compreender aspectos sobre o funcionamento da produção e do mercado de histórias em quadrinhos, a fim de percebermos o desenvolvimento da relação entre público, produto e consumo. A partir desta chave de pensamento, acabamos nos aproximando das histórias de super-herói – gênero narrativo que acabou se tornando o preferido do público – e, conseqüentemente, retornando ao período em que elas surgiram e acabaram se massificando.

Contudo, nosso objetivo não é encontrar um passado mítico, muito menos um ponto de partida que nos forneça um olhar totalizante sobre a história dos quadrinhos de super-herói nos Estados Unidos. Nos interessamos muito mais pela feitura de uma digressão genealógica aos moldes do que propõe Foucault, em diálogo com Nietzsche, ao se afastar do historicismo que consagrou inícios solenes e se aproximar das pequenas rupturas capazes de proporcionar a percepção sobre uma emergência, uma invenção. (FOUCAULT, 1979)

Não tomamos essa invenção pelo viés da inverdade ou do boato, mas da possibilidade inventiva, criativa, capaz de se apropriar de determinados períodos de tempo e elegê-los, a partir dos elementos que o constituem, como suficientemente capazes de contribuir para a compreensão de um todo, um contexto, um objeto de pesquisa.

Alexandre Linck se utiliza dessa concepção para refletir sobre a invenção das histórias em quadrinhos dentro de uma perspectiva em que as mesmas não precisam/podem ser compreendidas a partir de uma origem sincrônica a qual remonta a um passado mítico, pois estas estariam constantemente sendo (re)inventadas, consciente ou inconscientemente, a partir da compreensão do/a consumidor/a em momentos como o da leitura. Assim, a cada leitura, o surgimento de uma nova possibilidade interpretativa se torna provável, fazendo com que o quadrinho passe a possuir uma nova origem, não solene, mas possível, portanto, uma nova invenção. (VARGAS, 2015)

Vargas (2015) se utiliza desse debate para problematizar, dentre outras coisas, as discordâncias existentes em relação ao surgimento dos quadrinhos dentro da história da humanidade. Nós, por outro lado, nos aproximamos com a intenção de explicitar nossa escolha por determinados momentos que acreditamos serem capazes de fornecer elementos para a compreensão do cenário em que as histórias em quadrinhos de super-heróis se tornaram *mainstream*. Pois se a origem é percebida sincronicamente, a invenção se apresenta de forma diacrônica ao se ocupar, em um mesmo movimento, dos objetos apresentados e do sujeito do conhecimento, expondo assim a fabricação de um olhar, uma leitura possível. (FOUCAULT, 2003)

Nesse sentido, se a invenção está sempre ocorrendo, inclusive no momento da escrita dessa tese, ao buscarmos compreender o cenário em que a produção de histórias em quadrinhos estava imersa durante a década de 1990 e 2000, acabamos nos aproximando de nossa própria invenção genealógica ao elegermos as décadas de 1930, 1960 e 1980 como detentoras de elementos capazes de nos fornecerem leituras possíveis sobre nosso objeto, dentre eles o desenvolvimento da relação entre público consumidor e histórias em quadrinhos de super-herói.

A relação entre público e quadrinhos de super-heróis, a partir da quantificação das vendas, pode começar a ser percebida no final da década de 1930 quando o gênero surgiu nos Estados Unidos. (VERGUEIRO, 2011) As primeiras histórias venderam meio milhão de cópias durante este período, continuando com o crescimento durante a década de 1940 quando vinte e cinco milhões de exemplares foram vendidos. Contudo, a censura praticada durante a década de 1950, ao culpabilizarem o gênero pela delinquência juvenil, afastou parte do público. Em 1960, o mercado começou a se reerguer, principalmente, em decorrência do surgimento da *Marvel Comics*. Durante a década de 1970 e o início de 1980, os quadrinhos buscaram se reinventar para atrair o público mais maduro, o que acabou abrindo caminho para o crescimento experimentado durante parte da década de 1990. Contudo, a utilização exacerbada de algumas estratégias mercadológicas acabou desaguando em uma nova e maior crise no mercado de histórias em quadrinhos.

Pelo que podemos perceber até aqui, as histórias em quadrinhos vivenciaram momentos cíclicos de crescimento e declínio, algo que nos ajuda a compreender algumas das transformações vivenciadas pela indústria em decorrência da maior ou menor necessidade de retomada de público.

Ao problematizarmos a pergunta lançada anteriormente e a necessidade de compreendermos a relação apresentada, acabamos retornando ao surgimento das histórias em quadrinhos durante a década de 1930. Foi com a intenção de compreendermos a consolidação

do gênero super-herói dentro dos quadrinhos que acabamos percebendo três importantes elementos: a capacidade técnica e visual dessa nova mídia, o preço de produção e a relação desenvolvida entre o gênero e o público.

A questão tecnológica se torna importante para a compreensão da capacidade das histórias em quadrinhos de absorverem tão confortavelmente o gênero super-herói. Nenhum outro meio de comunicação de massa existente naquele período era capaz de construir o mundo daqueles/as personagens e reproduzir suas habilidades extraordinárias de maneira fidedigna. O cinema ainda não possuía o desenvolvimento técnico suficiente para representar visualmente superpoderes. O rádio, por sua vez, perdia muito do impacto narrativo ao deixar a cargo da imaginação do ouvinte a construção imagética de características extraordinárias. Dessa forma, as histórias em quadrinhos acabaram absorvendo de maneira mais apropriada e reproduzindo imageticamente a atmosfera super heroica. (VERGUEIRO, 2011)

O segundo ponto a ser considerado é o quão mais barato era para produzir uma história em quadrinho quando comparada com outras mídias, como o cinema. Os quadrinhos, além da vantagem técnica em relação ao cinema, conseguiam obter sucesso justamente onde essa outra mídia acabava falhando, no preço de produção. Um filme era uma forma de arte muito mais cara financeiramente para ser produzida.

Os orçamentos para filmes hoje raramente ficam abaixo de \$4 milhões - eles podem ir tão alto quanto \$50 milhões ou mais. Os quadrinhos são mais baratos, e eles são mais baratos exatamente onde o cinema é mais caro. A DC Comics não custa mais caro fazer John Byrne desenhar Superman colocando uma estação em órbita ou se banhando na superfície de uma estrela, que mostrar Clark Kent cruzando a rua em seu caminho para o escritório (REYNOLDS, 1994, p. 17)

Produzir uma história em quadrinho, independente dos elementos visuais extraordinários necessários para a narrativa, era muito mais econômico do que produzir a mesma história com os mesmos elementos em uma outra mídia. O custo de produção, devido a fatores como elenco, cenário e efeitos especiais aumentava em vários dígitos ao se optar por uma produção fílmica.

Por fim, o último e talvez mais importante ponto, seja a relação desenvolvida entre gênero e consumidores/as. Da ordem do imaterial, a compreensão dessa relação nos ajuda a pensar em que medida o público consumidor dessas histórias em quadrinhos se afeiçoaram a elas e passavam a nutrir determinado grau de empatia pelos/as personagens, se preocupando com a história e a manutenção da revista. Assim, ao alcançarem esse nível de relação, as editoras conseguiam fazer com que o público possivelmente voltasse a comprar o próximo quadrinho lançado daquele/a personagem.

Contudo, devemos refletir sobre as vendas alcançadas por essas histórias tendo em vista que, mesmo com o desenvolvimento de uma forte relação empática, ainda estamos nos referindo a um gasto feito em um período no qual os Estados Unidos enfrentavam os efeitos pós crise econômica. Nesse sentido, até que ponto esse aspecto emocional não exerceu força suficiente e fez com que o público consumidor enfrentasse minimamente alguns efeitos da recessão para continuar comprando?

Outra possibilidade seria refletirmos sobre a classe social na qual o público consumidor se inseria, tendo em vista as condições econômicas necessárias para tanto. Todavia, mesmo se optássemos por esse caminho interpretativo, acreditar que meio milhão de cópias alcançadas durante a década de 1930 se deveu apenas a uma parcela da população economicamente capaz de ter acesso ao produto não nos parece tão provável.

Assim, dentre as razões encontradas que acabaram contribuindo para que as histórias em quadrinhos se tornassem a mídia mais apropriada para absorção do nascente gênero de super-herói estão o desenvolvimento de uma relação com o público e com a história estadunidense, ser um produto mais barato para ser produzido quando comparado ao cinema e possuir uma melhor capacidade técnica de reproduzir imagneticamente elementos que outros meios de comunicação em massa ainda não possuíam. Além disso, podemos destacar a acessibilidade como outro elemento importante, tendo em vista que estes quadrinhos eram encontrados em bancas de jornais de cidades grandes e pequenas, o que acabava contribuindo para que o público infante-juvenil tivesse fácil acesso ao produto. (VERGUEIRO, 2011)

Assim, buscando compreender o desenvolvimento da relação empática entre o quadrinho de super-herói e o público, a fim de percebermos como isso afetou diretamente na consolidação da indústria de quadrinhos e na popularização do gênero, nos aproximamos mais uma vez do início da década de 1930.

As histórias em quadrinhos eram uma nova mídia, assim como cinema e rádio, contudo, possuíam sua própria lógica de produção, distribuição e público. (VERGUEIRO, 2011) Nos Estados Unidos, o modelo de história em quadrinhos que conhecemos atualmente, com páginas em formato de revistas dobradas ao meio e grampeadas juntas, tomou forma em 1933 quando a *Eastern Color Printing Company* usou prensas de jornais que estavam ociosas no período da noite para publicar *Funnies on Parade*, um livro que compilava tiras de jornais dominicais. (HOWE, 2017) Até então, as tiras de jornais eram o espaço destinado – talvez o único do período – às histórias em quadrinhos.

No ano seguinte, 1934, a empresa publicou a primeira edição de *Famous Funnies* com preço de dez *cents* e vendeu 200 mil exemplares em bancas de jornais/revistas. Posteriormente,

a série passou a render 30 mil dólares por mês, fazendo com que outras editoras também começassem a apostar nesse tipo de publicação. Tiras de jornais dominicais como *Tarzan*, *Flash Gordon* e *Popeye* foram as mais vendidas. Contudo, estas histórias não eram inéditas, tratavam-se de coletâneas organizadas e publicadas em um novo formato recém surgido. A primeira revista em quadrinhos com conteúdo inédito foi uma antologia em preto e branco no formato de 25 por 38 centímetros – um tamanho considerado grande para o período – chamada *New Fun*. (HOWE, 2017)

Todavia, apenas em 1937 a produção começou a se assemelhar a uma linha de montagem industrial, na qual diferentes profissionais eram encarregados por partes específicas e apenas ao final, após a junção de todos os serviços, as histórias em quadrinhos ficavam prontas.

O roteirista entregava o roteiro a uma linha de montagem composta de ilustradores veteranos sem muita opção de emprego ou a recém-graduados da escola de artes, armados com pranchas Bristol de 35 por 53. Eles, por sua vez, repartiam a ação numa série de quadros simples, elaboravam os desenhos a lápis, acrescentavam o cenário, adornavam a arte com nanquim, inseriam os diálogos e passavam guias de cores à gráfica. Não era a rota da fortuna, mas, na agonia da depressão, era trabalho garantido. (HOWE, 2017, p. 10)

Mesmo com as transformações na linha de produção, a criação de uma história em quadrinho ainda parecia ter apenas três etapas: roteiro, desenho e impressão. Com roteiro e desenho feitos por profissionais diferentes, o trabalho na criação não nos parecia ser a melhor oportunidade de emprego para esses “ilustradores veteranos” e muito menos para os “recém-graduados das escolas de artes”, todavia, era o que aquela indústria fornecia para estes profissionais no pós-1929.

Apesar da produção de histórias em quadrinhos ter passado a utilizar conteúdo original, deixando de usar tiras dominicais grampeadas, o gênero responsável pela consolidação dessa nascente indústria e pela definição do cenário *mainstream* estadunidense atual, só apareceu em 1938 a partir da criação do *Superman*.

[...] em 1938, Jerry Siegel e Joe Shuster, dois garotos de Cleveland de 23 anos, venderam uma história de treze páginas chamada “Superman” para a National Allied Publications por US\$130. O personagem era uma mistura de tudo o que as crianças gostavam – heróis dos pulps, ficção científica, mitos da Antiguidade – em um só esplêndido pacote nas cores primárias. (HOWE, 2017, p. 10-11)

Histórias de heróis não eram novidade naquele momento, pois esse tipo de personagem já era utilizado nos *pulp fictions*⁵⁰. Contudo, talvez a astúcia de Siegel e Shuster tenha residido

⁵⁰ Eram revistas de entretenimento rápido feitas com papel barato a partir da polpa de celulose. Ficaram conhecidas como *Pulp*, *Pulp Fiction* ou *Revistas Pulp* e substituíram publicações anteriores como os folhetins no início de 1900. As histórias em quadrinhos de super-herói são consideradas derivações da literatura *pulp*.

justamente na união do personagem heroico com os superpoderes em um plano de fundo de ficção científica e mitos da Antiguidade. Somado a esses outros elementos, um apelo multicolorido pareceu direcionar o produto final para um público infanto-juvenil.

A criação do Superman, em meados de 1938, se articulou diretamente com o surgimento do gênero⁵¹ de super-herói, proporcionando algo que se tornou quase que sinônimo desse tipo de quadrinho: o grande número de vendas.

Ao estreitar como atração de capa da Action Comics n. 1, Superman fez sucesso da noite para o dia. Na sétima edição, Action já vendia meio milhão de exemplares por número. A empresa irmã da National, a Detective Comics (as duas em breve viriam a fundir-se para virar DC Comics), introduziu Batman, outro cruzado de capa, e deu título próprio ao Superman – bem no momento em que a concorrência começava a lançar uma onda de plágios fantasiados e cheios de cor. (HOWE, 2017, p. 11)

Com uma venda estimada em meio milhão de exemplares, uma novidade para aquele período, torna-se compreensível a produção de outras histórias em quadrinhos de super-herói visando a nascente demanda oriunda do lançamento de *Superman*. O surgimento deste personagem articulou-se, naquele momento, diretamente com a história recente dos Estados Unidos, algo que nos permite começar a perceber a relação entre personagem e público.

Siegel e Shuester, além de unirem todos os elementos mencionados anteriormente, fizeram com que os/as cidadãos/ãs estadunidenses conseguissem sentir empatia pela história ao se identificarem com o esperançoso tom existente. Mesmo em um período em que graves problemas econômicos assolavam a sociedade, o quadrinho parecia dialogar com sentimentos positivos buscados por uma população sem perspectivas.

Superman surgiu como o último filho de seu planeta natal e foi enviado para a Terra por seu pai. Juntamos a esta história outros elementos como superpoderes, bondade e uma vontade sem fim de ajudar fracos e inocentes, temos assim um cenário cheio de elementos bíblicos, messiânicos e de esperança. (FLOR, 2014)

Através destes elementos o quadrinho conseguiu fazer com que o público se identificasse com a história, algo que acabou sendo refletido no grande número de vendas. Essa capacidade de ultrapassar o sistema palavra-imagem e acessar um lado mais emocional contribuiu para que o surgimento deste personagem se tornasse importantíssimo para a consolidação das histórias de super-heróis nos Estados Unidos e para a própria história do gênero.

⁵¹ Nildo Viana define o gênero como superaventura, nele o universo ficcional é marcado pela existência de seres super poderosos, super-heróis ou supervilões, sendo o primeiro possuidor de qualidades sobre-humanas. (VIANA, 2005)

Todavia, as histórias do *Superman* não foram as únicas a alcançarem esse tipo de relação com o público. Mesmo o *Batman*, personagem lançado posteriormente, também conseguiu causar empatia em parte dos/as leitores/as que se identificavam com a cruzada anticrime. Sua história teve início com a morte de seus pais, assassinados por um homem que se tornou ladrão devido às dificuldades financeiras provocadas pela crise econômica estadunidense. Apesar de não possuir o mesmo tom esperançoso do personagem anterior e os superpoderes, os elementos detetivescos e o arsenal de equipamentos supriram essa ausência do enredo.

Estes dois personagens, não foram os únicos a fomentar essa relação de identificação do público com o gênero. Esse tipo de apelo também foi alcançado pelo *Capitão América*, personagem criado durante a Segunda Guerra Mundial pela editora *Timely Comics* que anos depois se tornou *Marvel Comics*.

“Passei a noite inteira rabiscando”, lembrou Simon. “Camisa cota de malha, músculos protuberantes no peito e no braço, roupa colante, luvas e botas com aba dobradas embaixo do joelho. Desenhei uma estrela no peito, faixas que iam do cinto até uma linha sob a estrela, e colori o uniforme de vermelho, branco e azul. Acrescentei um escudo.” Na parte inferior da página, escreveu Super Americano. Depois repensou e mudou o nome para Capitão América [Captain America]. (HOWE, 2017, p. 16)

No caso do *Capitão América*, a empatia foi alcançada a partir do contexto histórico em que a história foi criada, da narrativa adotada e do aspecto visual do super-herói. O personagem tratava-se de um jovem inicialmente fraco fisicamente, mas que lutava por justiça e liberdade, despertando assim admiração por seus ideais. Sua criação estava diretamente ligada ao contexto da Segunda Guerra Mundial e da entrada dos EUA no conflito, portanto, estava dotado de simbolismos. O personagem, assim como o *Superman* e outros super-heróis, cumpria o papel de ser um representante fictício estadunidense em momentos de conflitos entre potências imperialistas. (VIANA, 2011)

Tenha sido por seus pretensos ideais patrióticos, pela narrativa antinazismo ou pela incorporação visual da bandeira estadunidense ao seu uniforme, o personagem acabou alcançando boa parte do público, afinal, a primeira escolha de nome para o personagem ser *Super Americano* é muito significativo dois ideais representados e do público pretendido.

Kirby fez o lápis da edição, mas Simon passou a arte final para um antigo colega de Syracuse, o cartunista Syd Shores – que era graduado em artes, reservado, passara sete anos trabalhando numa fábrica de uísque e viria a ser o terceiro funcionário da Timely. No primeiro dia de emprego, Simon botou Shores numa mesa na sala que já dividia com Kirby, entregou a capa que Kirby havia acabado de desenhar e pediu para ele passar o nanquim. A capa mostrava Capitão América dando um soco em Hitler. (HOWE, 2017, p. 17)

Além do uniforme inspirado na bandeira estadunidense e do escudo como símbolo de defesa da democracia, a capa de *Capitão América* nº1, lançada em 20 de novembro de 1940, trouxe o personagem socando a cara de Adolf Hitler. A união desses elementos vendeu um bom número de revistas ao promover a identificação do público com a história. A utilização do personagem acabou se estendendo ao *front* de batalha, inclusive, tendo edições distribuídas durante o conflito para incentivar os soldados estadunidenses.

Esta primeira edição aproximou-se do meio milhão de cópias vendidas pela revista do *Superman*. Em um mercado em crescimento, o quadrinho do *Capitão América* liderou as vendas da *Timely* fazendo com que em dois anos o número de revistas vendidas mensalmente saltasse de 15 para 25 milhões e, em 1943, chegasse a 30 milhões ao ano. (HOWE, 2017)

Dentre alguns fatores, para que possamos compreender a relação estabelecida entre histórias em quadrinhos e público consumidor, devemos perceber que estas histórias, assim como um filme e outras produções humanas, estão carregadas de representações da sociedade em que elas foram produzidas, estando inseridas em um sistema de atitudes, valores compartilhados e formas simbólicas. (PESAVENTO, 1995) Por possuir essa natureza representativa, esses quadrinhos foram capazes de despertar a empatia e facilitar a aproximação com o público.

Para Sandra Pesavento, só é possível compreender a representação através da articulação texto/contexto. Nessa articulação não se pode abandonar a ideia da totalidade para estabelecer a compreensão de um texto. (PESAVENTO, 1995) Nesse sentido, para compreendermos a relação entre empatia, público e vendas, nos aproximamos da forma como as histórias em quadrinhos trouxeram em suas narrativas representações de uma sociedade em que o próprio público consumidor estava inserido, desta forma contribuindo com o surgimento ou a manutenção de sentimentos como a esperança em *Superman*, o combate ao crime em *Batman* e a luta pela liberdade em *Capitão América*.

Os Estados Unidos, particularmente, estavam recém-saídos de uma violenta recessão que havia afetado o mundo inteiro. O país buscava firmar-se como potência mundial, intentando fortalecer sua economia e ampliar seu público consumidor. Dessa maneira os super-heróis dos quadrinhos, ainda que de forma não totalmente consciente, refletiram os anseios do cidadão norte-americano em busca de autoafirmação, de ascensão social e de domínio do meio ambiente que o cercava. (VERGUEIRO, 2011, p. 146)

Essas histórias em quadrinhos acabavam evocando esses anseios, tornando-os sensíveis e alcançando a empatia do público consumidor, algo que refletia diretamente na quantidade de revistas compradas.

Tendo em vista que a sociedade também é instituída imaginariamente, pois se apresenta simbolicamente através de um sistema de ideias e imagens que constituem a representação do real, é que acreditamos na potência destas representações como elemento mediador entre público e o gênero super-herói. O discurso e a imagem, mais do que meros reflexos estáticos da sociedade, podem acabar se tornando instrumentos de constituição de poder e transformação da realidade, nesse caso, da nascente indústria de histórias em quadrinhos. Nesse sentido, devido ao imaginário ser “representação; jogo de espelhos onde o “verdadeiro” e o aparente se mescla em uma composição onde a metade visível evoca qualquer coisa de ausente e difícil de perceber” (PESAVENTO, 1995, p. 24), as histórias em quadrinhos de super-herói acabaram desenvolvendo essa capacidade de evocar anseios e relacionar-se com o público consumidor do período.

Dessa maneira, os/as quadrinistas, produtores e integrantes da sociedade onde prevaleciam essas emoções, acabavam projetando esses sentimentos nas narrativas quadrinísticas ao conceder aos/as personagens características que elucidavam ou despertavam mutuamente algo que o público consumidor estava sentindo naquele momento. Todavia, da mesma maneira que o momento econômico e bélico contribuiu para a emergência dos super-heróis, a superação desta situação também colaborou com a perda de espaço do gênero. A partir de 1945, com o final da Segunda Guerra e o início de um relativo período de paz, a superaventura passou a perder parte do apelo que possuía. (VIANA, 2011)

As histórias em quadrinhos de super-herói, ao surgirem em um momento em que a população estadunidense ansiava por esperança e liberdade – estando inclusive disposta a preterir problemas cotidianos através de uma diversão fugaz e fantasiosa que lhes fornecesse um mundo diferente do vivido –, se valeram do desenvolvimento de uma relação empática entre o público consumidor e as histórias como instrumento de consolidação do gênero.

Nesse sentido, percebemos a existência de um ciclo entre aspectos da ordem do emocional e do material que se retroalimentaram, fomentando o desenvolvimento da relação entre as histórias em quadrinhos de super-herói, a empatia com o público e o número de vendas alcançado, contribuindo assim para a consolidação da nascente indústria de quadrinhos.

Além dos pontos mencionados, devemos observar também a capacidade de incorporação do gênero de super-herói, a qual lhe permitia agregar vários outros gêneros de histórias em quadrinhos dentro da sua narrativa. Um único arco de história poderia transitar por gêneros como ficção científica, fantasia, terror, romance ou crime, tornando os quadrinhos de super-herói um “supergênero” (GUERRA, 2016) ou mesmo um “hipergênero” capaz de

dialogar com vários outros. Essas múltiplas possibilidades de incorporação narrativa forneciam maior acessibilidade ao multifacetado público consumidor.

Todavia, se por um lado refletimos sobre o desenvolvimento da relação entre conjuntura histórica, contexto narrativo e empatia, por outro, também devemos considerar os abalos sofridos em momentos de diminuição empática ou mesmo afastamento, por exemplo, durante a censura praticada com as histórias em quadrinhos na década de 1950.

Em um período onde a televisão ainda não era uma grande força cultural, o cinema era destinado principalmente ao público adulto e não existiam videogames, as histórias em quadrinhos se tornaram o principal entretenimento de crianças e adolescentes estadunidenses e, também por isso, alvo do psicólogo alemão, radicado nos Estados Unidos, Fredric Wertham.

Em seu livro, *Sedução do Inocente*, o psicólogo realizou severas críticas às histórias em quadrinhos ao responsabilizá-las pela delinquência juvenil. Histórias que abordavam crime e terror foram culpabilizadas por influenciar negativamente os jovens daquele período. Ao gênero super-herói foi imputada a responsabilidade pela violência, homossexualidade e masoquismo. Uma comissão aberta no Senado dos EUA apurou o caso e convidou representantes das editoras para deporem sobre o tema. Mesmo com o acontecimento de algumas audiências e o adiamento de outras, o dano provocado à imagem das histórias em quadrinhos foi suficientemente capaz de afastar parte do público e impactar as vendas.

Na tentativa de frear o impacto causado, um grupo de editores/as formou a *Comics Magazine Association of America* e criou regras de auto-regulamentação inspiradas no Código Hays⁵². De acordo com este código de ética as histórias em quadrinhos ficavam proibidas de usar as palavras horror e terror, utilizar zumbis, vampiros, fantasmas e lobisomens, criar histórias que despertassem simpatia por criminosos/as ou desrespeitassem o casamento. (HOWE, 2017) As distribuidoras de histórias em quadrinhos decidiram não distribuírem os títulos que não possuíam o selo do Código de Ética para os pontos de venda.

O número de histórias em quadrinhos produzidas acabou caindo pela metade. As vendas também sofreram um grande impacto, fazendo com que editoras falissem, empresários/as abandonassem o mercado e cortes orçamentários passassem a acontecer mensalmente. (HOWE, 2017)

Prejudicada pela censura, a indústria de quadrinhos de super-herói, personificadas pela *Marvel* e *DC*, as duas maiores editoras naquele período, buscaram tentar recuperar a boa

⁵² Foi um código de autocensura aplicado aos filmes lançados nos Estados Unidos entre 1930 e 1968. O nome foi dado em homenagem a Will H. Hays, presidente da Associação de Produtores e Distribuidores de Filmes da América, que contribuiu com a aplicação mais rígida do que era aceitável ou não para os filmes estadunidenses.

imagem do gênero e retomar o público. Stan Lee e Carmine Infantino, os dois editores-chefes destas editoras durante a década de 1960, buscaram formular estratégias para angariar novamente o respaldo perdido pela indústria. Os dois planejaram criar uma Academia das Artes dos Quadrinhos na tentativa de transformar o olhar negativo que passou a incidir sobre as revistas, equiparando-as assim a outras formas reconhecidas de arte. Além disso, idealizaram um serviço de palestras sobre quadrinhos e um troféu anual para que profissionais do ramo reconhecessem e premiassem importantes contribuições artísticas e literárias para a área (HOWE, 2017) Contudo, das alternativas planejadas, apenas o prêmio acabou sendo criado.

A reunião desses dois editores e as estratégias pensadas ultrapassavam as obrigações inicialmente destinadas ao cargo que ocupavam. Se levarmos em consideração que, a princípio, a função central de um editor-chefe era comandar o processo de produção e edição das histórias em quadrinhos dentro da editora em que trabalhavam, Lee e Infantino pareciam pensar além do espaço que lhes era devido, demonstrando um olhar além-cargo e uma compreensão sobre o produto que tinham em mãos, a forma como o mercado estava sendo impactado e a consciência da necessidade de aumentar as redes estabelecidas, bem como da imagem da indústria. Todavia, também devemos levar em consideração que o contexto existente fazia com que algumas funções fossem acumuladas pela mesma pessoa e esta desempenhasse outras responsabilidades.

Contudo, mesmo com essas iniciativas, o código só perdeu forças e deixou de ser adotado pelas editoras durante as décadas de 1970 e 1980. Neste período, os/as adolescentes que compunham a base consumidora nos anos anteriores à censura haviam crescido e, por tanto, perdido parte do interesse pelas histórias que se adequavam aos termos do código. Ao mesmo tempo em que esses/as jovens adultos/as passaram a preferir as histórias das editoras ainda acorrentadas ao código de ética, novas editoras, quadrinistas independentes e lojas especializadas começavam a surgir, passando a disputar espaço e público.⁵³

No meio dessa disputa, as duas maiores editoras de histórias em quadrinhos de super-herói e, conseqüentemente, as detentoras da maior parte do mercado de vendas de histórias, trataram, cada uma a sua maneira, de abandonar o código e voltar a disputar o espaço perdido com a migração desses/as leitores/as.

Nesse sentido, além do gradual abandono do *comics code*, estas editoras também buscaram outras estratégias visando a reaproximação com o público perdido. Mudanças nas narrativas, na arte e até mesmo no acabamento gráfico dos quadrinhos foram realizadas.

⁵³ Acontecimentos como o surgimento de novas editoras, artistas independentes e lojas especializadas em histórias em quadrinhos serão melhor abordados durante o segundo capítulo dessa tese.

A partir de 1986, as histórias em quadrinhos de super-herói começaram a desfrutar de maior respeitabilidade também por parte do público não consumidor. *Batman: o Cavaleiro das Trevas*, de Frank Miller, ganhou destaque em revistas como *Rolling Stone* e *Spin* que citavam o retorno do quadrinista responsável por *Demolidor*⁵⁴. A criação de histórias que retomavam aspectos violentos e a adoção de papel de alta qualidade, nos mostrando uma possível transformação na forma como os quadrinhos eram enxergados, possuíram grande importância na reaproximação com o público. Outros títulos como *Monstro do Pântano*, de Alan Moore e *American Flagg*, de Howard Chaykin, também incorporaram alguns desses elementos e contribuíram com a transformação do olhar que incidia sobre os quadrinhos. Até mesmo o *Superman* ganhou destaque no programa de televisão *Today Show* com o autor John Byrne sendo entrevistado por Jane Pauley. (HOWE, 2017)

Essas transformações contribuíram com o surgimento de um novo formato de história em quadrinho, as *graphic novels*. Esse novo formato não estava necessariamente vinculado a cronologia oficial das editoras, possuía narrativas mais complexas e arte mais estilizada, além de serem impressas em papel de melhor qualidade com tamanho diferenciado dos demais. Com estas modificações, editoras como a *DC Comics* buscavam retomar parte do público que havia se tornado adulto e deixado de se interessar pelos quadrinhos.

Esta mudança de mentalidade permitiu que, no final da década de 1980, *graphic novels* como *Cavaleiro das Trevas* e *Watchmen* fossem publicadas, as quais, ao buscarem uma reformulação do gênero super-herói, acabaram contribuindo para que os quadrinhos ganhassem um novo status artístico e para a transformação do cenário *mainstream* estadunidense. (VERGUEIRO, 2011)

Estes quadrinhos, além de lidarem de forma complexa com temáticas como autoritarismo, moral, ética, patriotismo, guerra, liberdade individual e coletiva, saindo assim de um maniqueísmo simplificador, também remodelaram a estética utilizada nos desenhos com cores mais escuras e adotaram um cuidadoso acabamento gráfico. Todas essas mudanças foram realizadas em conjunto com histórias repletas de ação e violência, detalhe que acabou contribuindo com o início de uma revolução dentro do próprio gênero de super-herói.

Além desses, naquele período, alguns outros títulos também tiveram grande importância dentro da *DC Comics* e contribuíram com a mudança de visão editorial da editora.

Monstro do Pântano trouxe uma história repleta de elementos místicos e abordou a relação homem-natureza fazendo uso de uma profunda metalinguagem. O sucesso de crítica e

⁵⁴ Personagens criado por Stan Lee e Bill Everett em 1964 para a *Marvel Comics*.

público alcançado por esses três títulos possibilitou o surgimento de um selo editorial dentro da *DC Comics* destinado à publicação de histórias em quadrinhos desse tipo, o selo *Vertigo*. (MAZUR; DANNER, 2014)

John Constantine: Hellblazer inaugurou o selo *Vertigo* da *DC*. *Constantine* era um investigador que manipulava poderes sobrenaturais e salvava o mundo sem se preocupar com as consequências de seus atos, muitas vezes sacrificando amizades e amores. No quadrinho *The Sandman*, o terror sutil e a natureza cruel do personagem *Morfeu/Sonho*, misturou folclore, fábulas, medo e esperança, além de questionar as premissas maniqueístas estabelecidas pela mitologia católica. (MAZUR; DANNER, 2014) Dentro das normas estabelecidas anteriormente pelo *comics code*, essas histórias não poderiam ser publicadas tendo em vista a existência de personagens que ultrapassavam a dualidade entre bem e mal, além de narrativas repletas de monstros e mutilações.

Com isso, percebemos o surgimento de histórias narrativas e esteticamente mais complexas, com discussões que assumiam o tom mais político, sombrio e violento e que pareciam reagir ao conservadorismo imposto aos quadrinhos nas décadas anteriores. Contudo, com exceção de *Cavaleiro das Trevas*, todas as outras histórias mencionadas foram criadas por quadrinistas britânicos contratados pela *DC Comics*. Esse detalhe acaba nos fornecendo indícios para refletir sobre a relação existente entre a contratação de artistas estrangeiros e as transformações do mercado de histórias *mainstream* estadunidenses.

Nesse sentido, é compreensível que as editoras tenham buscado artistas de fora dos Estados Unidos para modificar o que vinha sendo criado e publicado. A busca por renovação nos roteiros, no estilo e na estética não foi algo exclusivo apenas desse período.

Se por um lado percebemos a necessidade da *DC* em contratar artistas britânicos para criar novos quadrinhos, por outro, também podemos refletir sobre a estratégia da editora de trazer quadrinistas que já faziam sucesso em outros grandes mercados. Ao mesmo tempo em que enxergavam nesses quadrinistas a possibilidade de renovação do conteúdo produzido, a editora parecia ser consciente da necessidade de estabelecimento de redes de contato a partir e para a contratação de novos nomes.

Nesse mesmo período, a *Marvel Comics* acabou investindo no aumento da produção e, conseqüentemente, fazendo com que mais revistas fossem lançadas mensalmente. Personagens de sucesso possuíam duas edições lançadas por mês e até alguns desconhecidos ganharam suas próprias revistas. A editora, assim como sua principal rival, também tratou de abandonar o *comics code* e contratou novos quadrinistas para reinventar suas histórias. Contudo, ao contrário da *DC*, que no final da década de 1980 buscou reinventar seus quadrinhos

a partir de narrativas mais complexas e menos duais, a *Marvel* acabou investindo e apelando ao público masculino através de quadrinhos com estética exagerada e sexualizada. Quadrinistas como Todd McFarlane, Jim Lee e Rob Liefeld acabaram enfatizando o desenho em detrimento de uma narrativa elaborada e um roteiro complexo. Todavia, mesmo na contramão do selo *Vertigo*, essas publicações acabaram atraindo determinada parcela do público e vendendo milhões de revistas. (HOWE, 2017) Isso nos mostra que, naquele momento, apesar de possuírem estratégias diferentes, as duas editoras conseguiram êxito em suas empreitadas.

Todd McFarlane assumiu na *Marvel* os desenhos do *O Espetacular Homem-Aranha* em 1988. O quadrinista inseriu grandes olhos no personagem e passou a desenhar poses acrobáticas impossíveis para um ser humano, além de desenhar as teias do personagem de uma maneira realisticamente tridimensional. O sucesso alcançado com essas modificações fez com que McFarlane ganhasse uma revista completamente nova do personagem na qual ele comandaria roteiro e desenho. A primeira edição de *Homem-Aranha* foi lançada em 1990 e quebrou o recorde de 1,7 milhão de exemplares vendidos em 1948 pela revista do *Capitão Marvel* da editora *Fawcett Comics*. (TUCKER, 2018) Os quadrinhos de super-herói da *Marvel* pareciam esboçar reação ao alcançar um grande número de vendas.

No ano seguinte, 1991, foi a vez do quadrinista novato Rob Liefeld lançar o quadrinho *X-Force*. Derivado da revista *Novos Mutantes*, a narrativa focava em uma força de assalto superpoderosa com armas exageradamente grandes. A revista atingiu a marca de quatro milhões de cópias vendidas. Recorde quebrado apenas dois meses depois com o lançamento de *X-men* n°1. Desenhado por Jim Lee, o título conseguiu vender oito milhões de exemplares. (TUCKER, 2018)

Os quadrinhos lançados pela *Marvel* estavam vendendo muitas cópias. Contudo, as histórias utilizavam muito mais o apelo estético dos desenhos que uma narrativa profunda e complexa como a *DC*. Mas não apenas isso, outras estratégias como a utilização de capas variantes e *cards* colecionáveis também contribuíram com o impulsionamento dessas vendas. Todavia, mesmo com as variáveis apontadas e com as diferentes estratégias utilizadas, as duas editoras pareciam mover esforços suficientes, cada uma a sua maneira, para reverter prejuízos causados pós *comics code*, dessa maneira, conseguindo alcançar um bom número de vendas e tornar o gênero super-herói atraente novamente para diferentes públicos e faixas etárias.

Contudo, se durante esse período, mesmo com as dificuldades apontadas, as histórias de super-herói ainda eram o gênero de maior consumo de massa e por isso mantinham seu *status* de quadrinho *mainstream*, em mercados de outros países a situação era diferente. Se nos Estados Unidos a compreensão sobre o que era uma história em quadrinho *mainstream*, durante as

décadas de 1980 e 1990, passou diretamente pelo desenvolvimento da relação empática entre o público consumidor e o gênero de super-heróis, que tipo de relação e quais gêneros narrativos se desenvolveram em outros grandes mercados de produção de quadrinhos? Quais elementos podem nos ajudar a perceber distanciamentos e aproximações entre esses mercados? Nesse sentido, é necessário compreendermos que não é porque os quadrinhos de super-herói desenvolveram esse tipo de relação com o público estadunidense, tornando-se assim um produto de consumo de massa, que este gênero se desenvolveu da mesma forma em outros locais.

Para além do contexto estadunidense, em outros países, histórias de ficção científica, fantasia, terror e crime massificaram-se entre os/as consumidores/as e ajudaram a moldar o cenário *mainstream* dessas regiões. Mercados como o franco-belga, o japonês e o brasileiro, não desenvolveram exatamente o mesmo tipo de relação com os quadrinhos de super-herói, mesmo que esses mercados também tenham publicado uma quantidade considerável de histórias desse gênero. O Brasil, inclusive, publicava muitos quadrinhos de super-heróis produzidos nos Estados Unidos.

A *bande dessinée* europeia, tendo consolidado gêneros narrativos como fantasia heroica, aventura histórica, suspense e humor juvenil, também estava enfrentando a interferência especulativa na produção das histórias em quadrinhos no final da década de 1980. A Alemanha assistia ao surgimento de uma pequena vanguarda quadrinística, a Espanha desfrutava do impulso criativo proveniente dos heróis do início de 1980, a França e a Bélgica viam uma nova geração de artistas sedimentar o campo alternativo da *bande dessinée* em um circuito internacional no começo de 1990. (MAZUR; DANNER, 2014)

A revista alemã *Strapazin*, formada por artistas suíço-alemães, arregimentou uma vanguarda inspirada nas diretrizes da revista francesa *Metal Hurlant* e da *Raw*. A *Strapazin*, assemelhando-se a estratégia adotada pela *Marvel*, focou na expressão visual em detrimento da prosa e de uma narrativa linear, dessa forma partindo de desenhos expressivos ao invés de um modelo literário denso como estava sendo feito pela *DC Comics* nos Estados Unidos. Contudo, mesmo a *Strapazin* aparentando se aproximar da estratégia utilizada pela *Marvel*, a editora deixava nítida a influência da arte moderna através da combinação de desenhos expressivos e do uso poético da linguagem imagética.⁵⁵ As palavras não se preocupavam em exprimir o sentido literário, mas em fornecer elementos que tornassem a composição imagética mais

⁵⁵ Não pretendemos afirmar que uma editora se assemelhava a outra editorialmente de forma consciente, muito menos que havia algum tipo de cópia estratégica. Intencionamos apenas refletir sobre possíveis aproximações estratégicas e distanciamentos entre mercados diferentes.

inteligível e expressiva. Artistas como Feuchtenberger e a poeta Katrin de Vries criaram personagens oníricos sombrios e exploraram temas como o corpo feminino, a sexualidade e a reprodução das mulheres na sociedade, dessa maneira, tornando suas histórias muito mais complexas. (MAZUR; DANNER, 2014)

Nesse sentido, devemos observar que no início da década de 1990 a queda do Muro de Berlim e a reunificação alemã permitiram uma produção mais plural de histórias em quadrinhos, tendo em vista os variados estilos de artistas formados/as em diferentes academias de belas artes. Esse processo contribuiu para a transformação da *bande dessinée* e com sua massificação perante o público.

Contudo, muitos artistas não conseguiram trabalho em grandes editoras. Dessa forma, alguns jovens cartunistas direcionaram suas produções para grupos menores que privilegiavam a criatividade e a expressão acima do gênero narrativo e da comercialização, fazendo com que surgissem grupos editoriais cooperativos como a *L'Association*. O objetivo principal era expandir o conteúdo temático, mas, sobretudo, rejeitar o padrão capa dura com 48 páginas e papel brilhante estabelecido graficamente pela *graphic novel mainstream* estadunidense. Assim, um tipo de estilo informal *underground* que se utilizava de tapeçarias medievais, focava na autobiografia e no humor autodepreciativo angariava espaço.

O quadrinho *Persepólis*, da autora Marjane Satrapi e lançado pela *L'Association*, se tornou um *best-seller* ao retratar de maneira autobiográfica e sensível a infância da autora no Irã após a revolução de 1979, seus estudos na Áustria, a volta ao seu país de origem para estudar Belas Artes e a decisão de emigrar para a França. Ao unir simbolismo, questões políticas pós-coloniais, gênero e humor, Satrapi se transformou em um marco internacional das *graphic novels*. A autora também ganhou notoriedade nos Estados Unidos, mesmo sua obra não se enquadrando ao gênero narrativo e ao estilo de desenho popularizado naquele momento.

Além da *L'Association*, surgiram no mesmo período outras pequenas editoras francófonas como o grupo belga *Fréon* e *Amok*. Essas iniciativas não apenas se rebelaram contra as restrições comerciais da *bande dessinée*, eles as ignoraram completamente. A *Fréon* e a *Amok* dialogavam com a fase inicial da *Strapazin* e com a espanhola *Madriz* através de uma abordagem misteriosa do simbólico e de temas como a imigração e a busca de identidade em grupos minoritários. (MAZUR; DANNER, 2014)

Desde meados da década de 1990, os grandes editores franceses tinham percebido que a pequena imprensa de *bande dessinée* atendia a um nicho de público. Ao movimento alternativo pode ser creditada a abertura de oportunidades nas editoras mainstream de trabalho não convencional por artistas mais jovens [...] (MAZUR; DANNER, 2014, p. 281)

Esse fenômeno ficou conhecido como *La Nouvelle Bande Dessinée*, onde o nicho *mainstream* buscava imitar o formato alternativo. Isso possibilitou parcerias entre a *L'Association* e editoras voltadas para o consumo de massa, inclusive gerando a produção de quadrinhos com capa dura, papel brilhante e retomando gêneros narrativos culpabilizados pela estagnação da criatividade francesa nos quadrinhos. Contudo, mesmo estas parcerias gerando produtos mais próximos graficamente ao padrão *mainstream*, estes quadrinhos trouxeram mais profundidade narrativa e sensibilidade para gêneros considerados clássicos na *bande dessinée* francesa, o que se tornou um sucesso de público durante a década de 1990. (MAZUR; DANNER, 2014)

Deixando um pouco o cenário alemão e franco-belga, partimos para o mercado japonês durante a década de 1990. Naquele momento, parte dos *mangás* japoneses sofriam um processo de cerceamento produtivo liderado por associações de pais e donas de casa que afirmavam estar protegendo as crianças do caráter prejudicial das histórias.

Esse movimento assemelhava-se ao ocorrido nos Estados Unidos durante 1950, mas possuía suas especificidades no tocante ao conteúdo censurado. O movimento justificava sua ação a partir da preocupação com o conteúdo sexualmente explícito publicado em revistas que nem sempre eram dirigidas apenas ao público adulto, como no caso das revistas destinadas ao público mais jovem (*shonen*⁵⁶).

Alguns mangás acusados por essas associações de prejudicar a moral da população, mesmo não possuindo conteúdos sexualmente explícitos, possuíam histórias em que homens adultos se relacionavam com adolescentes, algo que ajuda, a princípio, a compreensão do cenário existente. A temática sexual, além de ter se desenvolvido de maneira explícita nos quadrinhos japoneses, parecia ter conquistado parte do público jovem e adulto.

A atuação dessas associações fez com que os *mangás* que possuíam cenas explícitas de sexo e nudez, fossem eles destinados ao público adulto ou não, fossem perseguidos e artistas e editores/as presos/as. A repercussão deste movimento acabou gerando um processo de suavização do sexo e da violência contida nos quadrinhos japoneses, além de iniciar um processo de separação explícita do público alvo para cada revista, surgindo assim os nichos *josei*⁵⁷ e *seinen*⁵⁸. Apenas a partir dessa regulamentação etária das produções o sexo pôde continuar existindo nas revistas destinadas ao público adulto. A partir desse processo de regulamentação, os/as editores/as passaram a possuir cada vez mais poder que os/as

⁵⁶ *Mangá* destinado ao público jovem masculino entre 12 e 18 anos.

⁵⁷ *Mangá* destinado ao público feminino adulto.

⁵⁸ *Mangá* destinado ao público masculino adulto.

criadores/as, tendo em vista ser responsabilidade deles/as o controle sob o conteúdo produzido e o seu direcionamento. (MAZUR; DANNER, 2014)

Através deste processo de adaptação e controle do conteúdo narrativo e imagético, o gênero de *mangá* com garotas mágicas ressurgiu no início dos anos 1990. Nesse tipo de mangá meninas comuns conseguiam se transformar em mulheres adultas, maduras e com superpoderes. O enredo consistia em lutas que envolviam mudanças de figurino e o aparecimento de uma versão poderosa e *fashion* da outrora adolescente. (MAZUR; DANNER, 2014) Talvez o exemplo mais conhecido no Brasil deste gênero seja o *mangá Sailor Moon*. Outro gênero que retomou prestígio foi o de samurai errante. Pelas mãos de Takehiko Inoue surgiu *Vagabond*, uma ficção épica histórica do típico guerreiro que vaga, focando assim no crescimento pessoal, nas fraquezas humanas e nos grandes combates.

Em meio ao cenário de regulação da produção e de gêneros que surgiram, durante as décadas de 1980 e 1990, a editora *Garô* representou o padrão anticomercial e alternativo. A editora buscava autores/as independentes e prometia maior liberdade criativa, editorial e mercadológica que em outras empresas. Todavia, não ofertava pagamento ou percentual sobre o lucro das vendas, proporcionado apenas a publicação, mas não a remuneração. Os/as criadores/as que aceitaram essa proposição conseguiram desenvolver histórias que normalmente não teriam sido publicadas no cenário *mainstream* do *mangá*. Algumas dessas histórias ficaram marcadas pela mistura de fatos cotidianos, sonhos e uma forte noção de localização e atmosfera, como no caso dos *mangás* de Yuko Tsuno. (MAZUR; DANNER, 2014)

Passando do cenário *mainstream* japonês para o mercado de histórias em quadrinhos do Brasil, percebemos que o contexto político brasileiro interferiu diretamente na produção das histórias em quadrinhos ao longo das décadas. Com o golpe militar de 1964, o projeto de incentivo ao quadrinho nacional defendido por João Goulart foi retirado de pauta, o que dificultou o desenvolvimento do setor. (JÚNIOR, 2004). Com a falta do investimento previsto pelo projeto para a produção de conteúdo nacional, o cenário acabou ficando exposto à publicação de quadrinhos estrangeiros, o que contribuiu para a inserção dos quadrinhos estadunidenses de super-herói e com o alinhamento político cultural. (CIRNE, 1982)

No final da década de 1980, a editora *Abril* publicava os quadrinhos de super-herói produzidos nos Estados Unidos. Contudo, sobretudo em São Paulo, também eram produzidas histórias autorais independentes que buscavam espaço no mercado e contestavam a censura da ditadura militar, o autoritarismo e a hipocrisia da classe média-alta. Cartunistas e chargistas como Glauco (*Geraldão*), Laerte (*Piratas do Tietê*), Angeli (*Chiclete com Banana*) e Fernando

Gonzalez (*Níquel Náusea*) mostravam a realidade brasileira a partir de um ponto de vista urbano/paulistano, sob a ótica de uma juventude inconformada e contestadora que utilizava o humor escatológico para conseguir espaço no cenário e conseguir discutir a cultura brasileira. (VERGUEIRO, 2011) Mesmo o público alcançado não se equiparando ao dos *comics* estadunidenses, estes artistas conseguiram influenciar outros e também produções posteriores, além de contribuírem para a transformação do cenário brasileiro de quadrinhos. (MOYA, 1996)

No circuito *mainstream* brasileiro os heróis estadunidenses e os personagens *Disney* se destacavam há muitos anos em termos de publicação e vendas, desta forma intensificando um processo de “aculturação” através dos quadrinhos. (CIRNE, 1982; DORFMAN; MATTELART, 1975) Para Cirne, a maneira estereotipada como os quadrinhos estadunidenses lidavam com a realidade latino-americana, generalizando contextos geográficos, históricos, sociais e culturais, além de estabelecer hierarquias e centralizar os EUA como berço de diversas características positivas, contribuiu como forma de controle cultural. Além de dificultar a publicação de materiais nacionais, pois parte das grandes editoras concentrava todo o seu planejamento e capital financeiro na compra de direitos de publicação de *comics* estadunidenses.

Contudo, da mesma forma que o movimento paulistano questionou o *mainstream* estadunidense e o que ele representava, outros autores se inspiraram no movimento autoral estadunidense e no seu estilo para criar histórias que refletissem a condição humana de maneira mais simples, como no caso do *Menino Maluquinho* criado por Ziraldo na década de 1980 e a revista *Animal* lançada pela *Diffusion Editorial*, mais fiel ao cenário *underground* estadunidense. (BARBOSA, 2006).

Posteriormente, artistas como o próprio Ziraldo e Maurício de Sousa, criador da *Turma da Mônica*, alcançaram um grande prestígio editorial no mercado de quadrinhos brasileiro devido ao sucesso e as boas vendas alcançadas por suas produções, algo que com o passar do tempo acabou crescendo cada vez mais. (BARBOSA, 2006)

Nesse sentido, percebemos que durante as décadas de 1980 e 1990, diferentemente do cenário *mainstream* estadunidense, em mercados de outros países diferentes gêneros narrativos haviam se massificado na população. Se nos Estados Unidos as histórias de super-herói haviam encontrado nos quadrinhos uma mídia propícia e confortável, em outras localidades, gêneros como a fantasia, a ficção científica, as aventuras históricas, as guerreiras mágicas, dentre outros, ganharam parte do público sem estarem diretamente ligadas ou inseridas dentro do gênero super-herói.

Contudo, alguns outros pontos sobre o cenário das histórias em quadrinhos estadunidenses precisam ser salientados. A partir da reflexão realizada, percebemos que o gênero super-herói possuiu muita importância na consolidação da indústria de história em quadrinhos, mesmo tendo surgido posteriormente ao nascimento da mesma. Quadrinhos como *Superman* e *Capitão América*, a partir da identificação alcançada pelo público e a grande quantidade de títulos vendidos, contribuíram com a massificação da recém-nascida mídia e também com a consolidação do gênero. Contudo, o gênero enfrentou diferentes etapas posteriormente ao seu surgimento. Viana periodizou os quadrinhos de superaventura estadunidenses da seguinte maneira:

- a) a época do nascimento, que vai da criação do Superman até o final da Segunda Guerra Mundial;
- b) a época da crise, que vai de 1945 até o final da década de 1950;
- c) a época da retomada e renovação, que ocorre a partir do final da década de 1950 até o final dos anos 1960;
- d) a época do "envelhecimento dos super-heróis, que vai do final da década de 1960 até 1980;
- e) a época da reorganização e inovação, que vai de 1980 até os dias de hoje. (VIANA, 2011, p. 17)

O desenvolvimento da relação entre público consumidor e os quadrinhos de super-heróis passou por diferentes momentos entre aproximação e distanciamento, contudo, percebemos que entre as décadas de 1990 e 2000, esse gênero narrativo ainda era o mais consumido pela população leitora e, conseqüentemente, dominava o mercado de quadrinhos estadunidense.

Desta maneira, acabamos percebendo três pontos importantes que nos ajudam a compreender o cenário existente naquele período: I) A definição do que era ser uma editora *mainstream* nos Estados Unidos passava diretamente pela publicação de histórias em quadrinhos de super-herói. II) Nem toda editora que publicava histórias de super-heróis conseguia alcançar o público e ter suas revistas massificadas o suficiente para se tornar editora *mainstream*. III) Mesmo com o domínio do gênero super-herói e das editoras que publicavam, poderiam existir editoras que possuíam um grande consumo de massa e não publicassem histórias necessariamente de super-heróis.

Esses pontos nos ajudam a compreender como a relação entre o público e o gênero de super-herói acabou contribuindo com a definição do que era ser uma editora *mainstream* nos Estados Unidos naquele período. É nesse sentido que no próximo tópico nos aprofundaremos no funcionamento das editoras que publicaram esse gênero narrativo.

2.2 ENTRE EDITORAS *MAINSTREAM*: PRODUÇÃO DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS NOS EUA.

Compreender que durante 1980, 1990 e o início dos anos 2000 as histórias em quadrinhos *mainstream* no mercado estadunidense tinham relação direta com o gênero de super-heróis foi apenas o início da nossa caminhada. Com a intenção de nos aprofundarmos neste cenário, buscamos identificar as editoras que naquele período publicaram essas histórias e as pessoas que comandavam o processo de produção.

Desse modo, buscando descobrir quais eram essas editoras, onde estavam localizadas, como funcionavam e quem eram os/as editores/as⁵⁹. Portanto, mapeamos as editoras estadunidenses que publicaram ou de alguma maneira possuíam histórias em quadrinhos em circulação naquele período.

Contudo, devido à grande quantidade de histórias em quadrinhos publicadas mensalmente encontrada – uma média de 300 títulos – tivemos que mudar nossa metodologia de busca. A princípio, estávamos tentando catalogar todas as histórias em quadrinhos publicadas naquele período e assim rastrear as editoras que as publicaram. Contudo, a partir da compreensão da relação entre quadrinhos *mainstream* e histórias de super-herói, buscamos separar editoras que publicavam ou não esse gênero narrativo, delimitando melhor a necessidade de nos aprofundarmos sobre cada uma daquelas empresas.

Todavia, mesmo com esse filtro, a quantidade de revistas encontradas permaneceu maior do que esperávamos e dificultou o mapeamento das editoras. Até aquele momento, além da média de 300 histórias em quadrinhos publicadas mensalmente nos EUA, havíamos encontrado 85 diferentes editoras ou estúdios⁶⁰, como podemos ver na tabela abaixo:

Tabela 1 – Editoras que publicavam nos EUA entre 1980 e 2000

(continua)

EDITORAS EUA	ANOS	LOCAL
3-D Zone	1983 - 2003	EUA
Aardvark-Vaneheim	1977	CANADÁ
Abacus	1987 - 1990	EUA
Aircel	1985 - 1994	CANADÁ
Alchemy	1975 - 1999	REINO UNIDO
American Comics Group	1943 - 1978	EUA
AC : Americomics	1983 - 1988	EUA

⁵⁹ Funcionários/as encarregados/as de gerenciar o processo de edição de uma história em quadrinho.

⁶⁰ Nem todas estas 85 editoras encontradas publicaram quadrinhos durante todo o período pesquisado. Algumas funcionaram apenas durante alguns anos específicos e não possuíram longevidade, outras estão funcionando até os dias atuais, como no caso da *Marvel*, *DC* e outras.

Tabela 1 – Editoras que publicavam nos EUA entre 1980 e 2000

(continuação)

EDITORAS EUA	ANOS	LOCAL
Antarctic Press	1990 - 1999	EUA
Anything but Monday	1988 - 1989	EUA
Apple	1986 - 1994	EUA
Arcane	1998 - 1999	EUA
Archie	1939 - 2019	EUA
Arrow Comics	1985 - 2002	EUA
Black Tie	1986 - 1989	EUA
Blackstreet	-	-
Blackthorne	1984 - 1989	EUA
Bruce Hershenson	1973 - 1975	EUA
Caliber	1989 - 2019	EUA
California Grimpet	1977 - 1977	EUA
Cat Head	1983 - 1998	EUA
CFW	1988 - 1992	EUA
Charlton Comics	1945 - 1986	EUA
Comic Legends	1988	CANADÁ
Comico	1982 - 1997	EUA
Comics Interview	-	-
Continuity (estúdio)	1985 - 1994	EUA
Dark Horse Comics	1992 - 2019	EUA
DC Comics	1935 - 2019	EUA
Double Diamond	1988 - 1995	EUA
EC Comics	1944 - 2019	EUA
EF Graphics	1988 - 1989	EUA
Eclipse	1978 - 1994	EUA
Eternity	1986 - 1988	EUA
Excaliber	-	-
Fandom House	1982 - 1994	EUA
Fantagor	1982 - 1994	EUA
Fantagraphics	1971 - 2019	EUA
Fantastic Fanzine	1972	-
Fawcett	1919 - 1992	EUA
First Comics	1983 - 2015	EUA
Genesis West	1987 - 1994	EUA
Gladstone	1985 - 1999	EUA
Greater Mercury	1989 - 1992	EUA
Ground Zero	1987 - 1997	EUA
Harvey Comics	1940 - 1998	EUA
Hero	-	-
Image Comics	1992 - 2019	EUA
Innovation	1989 - 1993	EUA
Jabberwocky	1976 - 1995	EUA
Jademan	1984 - 1992	HONG KONG
Kid Gang Comics	1995 - 1996	-
Kitchen Sink	1969 - 1999	EUA
Komik Arkyives	1990 - 1990	CANADÁ
Last Gasp	1970 - 2019	EUA

Tabela 1 – Editoras que publicavam nos EUA entre 1980 e 2000

(conclusão)

EDITORAS EUA	ANOS	LOCAL
Lighthouse	1988 - 1992	CANADÁ
Malibu Comics	1987 - 1996	EUA
Marvel Comics	1939 - 2019	EUA
Mighty Comics Group	1966 - 1967	EUA
Miller Publishing Company	1987 - 1993	EUA
Mirage	1984 - 2009	EUA
New England	1988 - 2017	EUA
Northstar	1988 - 1995	EUA
Now	1986 - 1994	EUA
Pacific	1977 - 1984	EUA
Palliard	1989 - 2000	EUA
Pioneer	1988 - 1990	EUA
Quality Comics/Fleetway	1987 - 1993	EUA
Lorne-Harvey/Recollections	1988 - 2005	EUA
Revolutionary Comics	1989 - 1994	EUA
Rip Off	1969 - 1998	EUA
Saving Grace	1976 - 1976	EUA
Slave Labor	1986 - 2011	EUA
Sparky	-	-
Skywald	1970 - 1974	EUA
Tekno Comix	1995 - 1996	EUA
Topps Comics	1938 - 1998	-
Tower Comics	1965 - 1969	EUA
Trident	1989 - 1993	REINO UNIDO
TSR	1976 - 1996	EUA
Valiant Comics	1991 - 1991	EUA
Viz	1987 - 2019	EUA
Vortex	1982 - 1994	CANADÁ
Warp	1978 - 2011	EUA
Yahoo	1971 - 1974	EUA
Zolna	1988 - 1991	EUA

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados coletados no site *Comichron*. (MILLER, 2018)

A partir deste mapeamento, encontramos 85 diferentes editoras que publicaram ou possuíam alguma história em quadrinho em circulação entre o final da década 1980 e o início dos anos 2000. Conseguimos identificar 9 editoras oriundas de 3 países diferentes (Canadá, Reino Unido e Hong Kong), 6 de décadas anteriores a 1980, mas que por algum motivo ainda possuíam histórias em quadrinhos circulando nas lojas, e 5 que não conseguimos nenhuma informação relacionada a origem e/ou ano de funcionamento.

Com a intenção de identificarmos quais editoras poderiam ser incluídas no cenário *mainstream* a partir da reflexão estabelecida no tópico anterior, buscamos identificar as histórias de super-heróis publicadas pelas mesmas. Todavia, a dificuldade em realizar esse tipo

de mapeamento mediante a quantidade de histórias que não conseguimos definir fazer parte ou não desse gênero, fez com que optássemos em focar nossa atenção nos números de vendas das revistas. Desta forma, nossa análise passou a incidir sobre as editoras que apareciam no topo do ranking de venda de quadrinhos a partir da identificação das histórias que estavam liderando. Assim, ao voltarmos a atenção para as vendas das editoras durante o período, acabamos percebendo que a relação entre os quadrinhos de super-herói e o cenário *mainstream* se relacionava de uma maneira muito mais explícita financeiramente.

A partir dos dados fornecidos pela *Capital City Distribution*⁶¹ percebemos que, em junho de 1989, das 429 histórias em quadrinhos vendidas nos EUA, as 20 primeiras posições eram de histórias de super-herói. Ao nos aprofundarmos, descobrimos que entre as 50 primeiras posições, apenas um título não pertencia a esse gênero narrativo – *Aliens* da editora *Dark Horse* –, encontrando-se somente na trigésima-quarta posição.

A tabela construída abaixo apresenta os números referentes as 10 primeiras posições dos títulos mais vendidos. É evidente que trabalhar com os números fornecidos por uma única empresa pode deixar algumas lacunas ou mesmo facilitar imprecisões, afinal, títulos podem não ter sido contabilizados de maneira adequada e até mesmo não entrado na contagem por algum motivo desconhecido que só seria descoberto com dados fornecidos por outra distribuidora. Contudo, essas são as informações existentes tendo em vista que, naquele momento, o monopólio de distribuição daqueles quadrinhos pertencia a *Capital City Distribution*.

Tabela 2 – Ranking dos quadrinhos mais vendidos em junho de 1989

POSIÇÃO	PREÇO	UNIDADES VENDIDAS	EDITORIA	TÍTULO
1	\$0.75	118.650	DC	Batman
2	\$0.75	111.200	DC	Batman
3	\$1.00	75.300	Marvel	X-Men
4	\$1.00	74.700	Marvel	X-Men
5	\$2.00	60.700	Marvel	X-Factor Annual
6	\$1.50	58.500	Marvel	Excalibur
7	\$1.00	55.250	Marvel	X-Factor
8	\$1.50	54.000	Marvel	Wolverine
9	\$1.50	53.750	Marvel	Wolverine
10	\$0.75	49.900	DC	Detective Comics

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados coletados no site *Comichron*. (MILLER, 2018)

Assim, percebemos que, naquele momento, as editoras *Marvel Comics* e *DC Comics* dominavam as dez primeiras posições em vendas, nos fornecendo um panorama inicial da

⁶¹ A *Capital City Distribution* foi uma distribuidora de histórias em quadrinhos que se localizava na cidade de Madison, Wisconsin, e funcionou de 1980 a 1996, quando foi adquirida pela rival *Diamond Comic Distributors*.

disputa entre essas duas empresas pelo mercado de quadrinhos nos EUA. Mas não apenas isso, entre as 50 primeiras posições que mencionamos, as duas editoras foram as únicas que figuraram no ranking, com exceção da trigésima-quarta posição que ficou com a editora *Dark Horse Comics*. Ao avançarmos para janeiro de 1995, metade da década, verificamos a manutenção do domínio das histórias em quadrinhos de super-herói e das editoras que as publicaram, conseqüentemente, fazendo novamente as duas editoras mencionadas anteriormente figurarem em um grande número de colocações. (MILLER, 2018)

Tabela 3 – Ranking dos quadrinhos mais vendidos em janeiro de 1995

POSICÃO	PREÇO	UNIDADES VENDIDAS	EDITORA	TÍTULO
1	\$1.95	127.600	Marvel	Amazing X-Men
2	\$1.95	126.300	Marvel	Astonishing X-Men
3	\$1.95	119.200	Marvel	Weapon X
4	\$1.95	114.600	Marvel	Generation Next
5	\$1.95	107.100	Marvel	Gambit & The X-Ternals
6	\$1.95	102.100	Marvel	Factor X
7	\$1.95	100.400	Marvel	X-Man
8	\$1.95	95.100	Marvel	X-Calibre
9	\$1.95	79.600	Image	Spawn
10	\$3.95	79.200	Marvel	X-Men Chronicles

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados coletados no site *Comichron*. (MILLER, 2018)

Novamente as histórias de super-heróis continuavam a figurar entre as vinte primeiras posições de títulos mais vendidos naquele mês. Entre as cinquenta primeiras posições – de um total de 600 títulos – apenas quatro quadrinhos não pertenciam a esse gênero narrativo, sendo *Star Wars Dark Empire II* a primeira a aparecer no ranking na vigésima posição. Além disso, novamente as editoras *Marvel* e *DC* pareciam dominar o cenário mercadológico de quadrinhos, tendo em vista que 33 dos 50 títulos mais vendidos naquele mês – respectivamente 18 e 15 –, pertenciam às duas empresas. (MILLER, 2018)

Contudo, em janeiro de 1995, mesmo ainda possuindo a maior quantidade de títulos entre os mais vendidos, as duas maiores editoras começaram a disputar o mercado de maneira mais direta com outras empresas. Se no final da década de 1980, *Marvel* e *DC* emplacaram as dez primeiras posições entre os mais vendidos, na metade da década de 1990 a *DC* já não aparecia neste top 10. Essa situação apresenta um possível reflexo das diferentes estratégias

comerciais adotadas pelas duas empresas, indicando, a princípio, maior êxito da *Marvel Comics*.

A *Marvel* figurava em nove posições e a *Image*, uma nova editora, alcançou o nono lugar. O cenário estava mudando a partir de um movimento de transformação do conteúdo produzido, das relações de trabalho e do surgimento de novas empresas.

Naquele mês, a *Image Comics* conseguiu emplacar um total de onze títulos entre as 50 primeiras posições, 4 a menos que a *DC* e 7 que a *Marvel*. Além disso, a editora também conseguiu fazer seis revistas figurarem à frente da revista melhor colocada da *DC Comics*, que se encontrava na décima-oitava posição. Outras editoras também apareceram na lista das cinquenta revistas mais vendidas daquele mês. Dentre elas estavam a *Tekno Comics* (3 títulos/41º, 46º e 49º posição) *Dark Horse Comics* (2 títulos/21º e 35º posição) e *Crusade Comics* (1 título, 47º posição). (MILLER, 2018)

Todavia, mesmo tendo ocorrido modificações no cenário de vendas entre as editoras que disputavam o mercado de quadrinhos, é interessante percebermos que se levarmos em consideração o número total de unidades vendidas, *Marvel Comics* e *DC Comics*, além de possuírem 33 dos 50 títulos mais vendidos naquele mês, ainda possuíam as duas maiores quantidade de unidades vendidas. (MILLER, 2018)

Tabela 4 – Unidades vendidas por editora em janeiro de 1995

POSIÇÃO	EDITORA	UNIDADES VENDIDAS
1	Marvel	1.303.800
2	DC	480.926
3	Image	455.200
4	Tekno	79.100
5	Dark Horse	68.800
6	Crusade	25.900

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados coletados no site *Comichron*. (MILLER, 2018)

A partir do ranking dos 50 títulos mais vendidos, percebemos que juntas, *Marvel* e *DC*, possuíam um total de 1.784.726 revistas vendidas naquele mês, continuando assim como as duas editoras com maior número de unidades vendidas. *Marvel* e *DC Comics* eram, ainda naquele momento, as duas editoras de histórias em quadrinhos que mais vendiam e que emplacaram o maior número de títulos nos EUA. Nesse sentido, é necessário chamarmos atenção que as revistas publicadas pelas duas eram quase que em sua totalidade de super-heróis.

Mesmo com o passar dos anos e o conseqüente aumento no valor de mercado dessas empresas, as duas editoras conseguiram se manter no topo e dominar o cenário de histórias em quadrinhos de super-herói.

A indústria de super-heróis agora vale bilhões de dólares e, como era há cinquenta anos, Marvel e DC permanecem sendo os únicos grandes jogadores – a Coca-Cola e a Pepsi dos collants –, continuando a batalhar um contra o outro, como Batman e o Coringa. (TUCKER, 2018, p. XI)

Tucker, utilizando-se das cifras bilionárias atuais – algo um pouco distante da realidade daquele período –, equipara as editoras às duas maiores empresas de refrigerante dos Estados Unidos. Isso nos faz refletir se a comparação é feita devido apenas ao domínio do mercado de quadrinhos exercido pelas duas editoras, ou se também equiparava a importância e a massificação do produto das duas empresas ao valor significativo alcançado pelos refrigerantes perante a sociedade estadunidense. Além de fornecer uma visão da grandiosidade financeira das duas editoras, o autor, ao afirmar que as duas continuavam comandando o mercado de histórias em quadrinhos, acaba evidenciando que há muito tempo não ocorriam mudanças tão significativas. Nesse sentido, Tucker acaba reforçando a imagem de dominação mercadológica das duas empresas, algo que só começou a sofrer alterações mais profundas durante a década de 1990.

Se continuarmos com o ranking das cinquenta histórias em quadrinhos mais vendidas nos Estados Unidos e prosseguirmos para dezembro de 2000, novamente, percebemos o domínio das vendas exercido pelas histórias de super-heróis e pelas editoras *Marvel* e *DC*. Nessa lista, os únicos quadrinhos que não pertenciam ao gênero mencionado eram as revistas pertencentes a editora *Dark Horse Comics* – *Star Wars Darth Maul* e *Witchblade Aliens Darkness Predator Mindhunter*. Das 50 primeiras posições, apenas seis não pertenciam a *Marvel* ou *DC*, ficando distribuídas entre *Image* (4 títulos/9º, 25º, 31º e 45º posição) e *Dark Horse* (2 títulos/41º e 42º posição).

Tabela 5 – Ranking dos quadrinhos mais vendidos em dezembro de 2000

POSIÇÃO	PREÇO	UNIDADES VENDIDAS	EDITORA	TÍTULO
1	\$2.99	117.085	Marvel	Ultimate X-Men
2	\$2.25	106.514	Marvel	Ultimate X-Men
3	\$3.50	104.643	Marvel	X-Men
4	\$3.75	77.397	Marvel	JLA
5	\$2.25	77.328	Marvel	Wolverine
6	\$2.25	66.367	Marvel	Avengers
7	\$2.99	66.325	Marvel	Punisher
8	\$3.50	66.209	Marvel	Ultimate X-Men 2000
9	\$2.50	63.545	Image	Spawn
10	\$2.99	62.927	Marvel	Daredevil (resolicited)

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados coletados no site *Comichron*. (MILLER, 2018)

Na lista analisada, 30 revistas pertenciam à Marvel e 14 à DC. As duas editoras juntas possuíam 88% do ranking dos 50 títulos mais vendidos naquele mês, sendo que a *Marvel* possuía mais que o dobro da segunda editora colocada. Dessa maneira, a partir da análise das três tabelas – do final da década de 1980, da metade da década de 1990 e do início dos anos 2000 – acabamos percebendo que as histórias de super-herói dominavam o ranking de vendas de quadrinhos e que *Marvel Comics* e *DC Comics* eram as duas editoras que mais venderam revistas em quadrinhos durante todo o período. (MILLER, 2018)

É a partir da percepção de domínio mercadológico do gênero de super-herói que nos aproximamos dessas duas editoras de histórias em quadrinhos com a intenção de nos aprofundarmos na relação entre o gênero e o cenário *mainstream* estadunidense. Mas afinal, quando surgiram essas editoras que dominavam as vendas de histórias em quadrinhos naquele período e quem eram as pessoas que chefiavam a produção?

A *DC Comics* é uma editora estadunidense atualmente situada na cidade de Burbank, no estado da Califórnia. A editora é subsidiária da companhia *Warner Media* e detém a propriedade intelectual de muitos/as personagens, dentre eles *Superman*, *Batman*, *Mulher-Maravilha*, *Aquaman*, *Flash* e *Liga da Justiça*. A empresa nasceu da fusão das companhias *National Allied Publications* e *Detective Comics*, dando origem, inicialmente, a *National Comics*.

O início da DC remonta a 1935, quando um ex-oficial de cavalaria e autor de literatura *pulp* chamado major Malcolm Wheeler-Nicholson criou a *New Fun Comics*. O tabloide preto e branco era notável por ser o primeiro gibi a incluir material original. Editores vinham republicando ralas coletâneas de tiras dominicais desde a década de 1920, mas a *New Fun Comics* é considerada a primeira revista em quadrinhos moderna.

A empresa de Wheeler-Nicholson, chamada de *National Allied Publications*, lançou mais cinco edições antes de ficar sem dinheiro. Precisando de recursos, o major se uniu a uma empresa chamada *Independent News* empreendimento de publicação e distribuição que tinha sido lançado em 1933 por um imigrante judeu, Harry Donenfeld, e seu gerente de negócios, Jack Liebowitz. Donenfeld era um negociador malandro, e havia rumores de que tinha conexões com a Máfia. Liebowitz era o homem dos números, discreto.

Donenfeld estava no negócio das revistas desde os anos 1920, e ganhou seu dinheiro bancando uma série de romances populares picantes. [...]

Foi no ambiente social hostil que Donenfeld e Liebowitz chegaram a um acordo com Wheeler-Nicholson para financiar mais quadrinhos. A *Independent News* estava procurando diversificar seu catálogo, focado no público feminino, e expandi-lo para áreas mais inocentes do mercado editorial. As histórias em quadrinhos pareciam oferecer exatamente isso.

O novo empreendimento foi chamado de *Detective Comics, Inc.*, e mais tarde daria seu nome à editora consolidada. O primeiro título lançado sob a nova parceria foi em março de 1937, a revista *Detective Comics* n.º 1. A edição oferecia uma série de histórias curtas, incluindo uma com o advogado Speed Saunders enfrentando um vilão chamado Cap'n Scum, e outra estrelando o investigador particular Slam Bradley, criado por Jerry Siegel e Joe Shuster.

Wheeler-Nicholson, ainda enfrentando problemas de fluxo de caixa, foi forçado a sair em 1938, e Donenfeld e Liebowitz assumiram o controle da *Detective*, bem como dos outros dois títulos, *More Fun* e *New Adventure*.

A empresa logo se expandiria em junho de 1938, com o lançamento de *Action Comics* nº1, a estreia do *Superman*.

Foi ele que começou tudo - e Donenfeld pagou apenas 130 dólares pelos direitos. Este foi o gibi que nos deu o arquétipo do super-herói como agora o conhecemos e marcou o início de uma forma de arte americana.⁶² (TUCKER, 2018, p. 5-6)

Além do pioneirismo em lançar a “primeira revista em quadrinhos moderna”, a editora⁶³ também acabou contribuindo para a inauguração do gênero de super-herói através da criação do *Superman* e do arquétipo que envolvia personagens com superpoderes para solucionar problemas e acabar com vilões, apresentando assim um plano de fundo maniqueísta de bem versus mal. Os direitos sobre o personagem que moldou uma “forma de arte americana”, nas palavras do autor, custaram apenas 130 dólares a Donenfeld e Liebowitz, uma quantia consideravelmente irrisória tendo em vista toda a produção que acabou sendo desenvolvido a partir dali. Devemos notar também que, mesmo se tratando do “início” desse modelo de história em quadrinhos nos EUA, o público alvo da nova mídia parecia já haver sido escolhido, tendo em vista que a expansão planejada mirava um público mais inocente, provavelmente as crianças.

No início, a *National Comics* não enfrentou uma grande concorrência por parte de outras empresas, afinal, fazia pouco tempo que o formato de história em quadrinhos havia surgido e o gênero de super-herói, apesar do sucesso alcançado pelo quadrinho do *Superman*, havia acabado de ser inaugurado pela própria editora. Algumas das transformações desse cenário inicial de dominação só ocorreram a partir da década de 1960, dentre outros fatores, com o surgimento da *Marvel Comics*, uma espécie de eterna rival.

Reed Tucker (2018) fala sobre o surgimento da *DC* e da *Marvel*, mas particularmente sobre a disputa de mercado protagonizada pelas duas editoras e todos os movimentos realizados em um cenário que produção, quadrinistas e vendas estavam cercados por tensões, acirramentos e competição. O autor mostra como a cada década, após o surgimento da *Marvel* (1961), o mercado foi sofrendo transformações que particularmente estavam entrelaçadas ao número de títulos vendidos pelas duas empresas e a recorrente competição pelo público consumidor.

⁶² É curioso e instigante como autores estadunidenses continuam generalizando particularidades culturais dos EUA como sendo pertencentes a todo o continente americano. Fica a devida inquietação salientada para futuras análises e pesquisas relacionadas aos quadrinhos ou qualquer outra forma de arte.

⁶³ Posteriormente, com o passar dos anos e a falência de outras empresas, a editora passou a adquirir os direitos de personagens da *Quality Comics*, *Fawcett Comics*, *Charlton Comics*, *EC Comics* e *WildStorm*, além das propriedades criadas em parceria com a *Milestone Comics*.

Pela maior parte do século XX, foi a DC, na época conhecida como National, a líder incontestável no jogo dos *collants*, tendo criado o género com a HQ do Superman, de Joe Shuster e Jerry Siegel, em 1938. Por muito tempo, a DC tinha a maior parte do dinheiro, os melhores talentos e escritórios confortáveis dentro de um arranha-céu revestido em ouro no centro de Manhattan. Seus títulos vendiam milhões de cópias por ano e seus personagens icônicos eram familiares para quase todos nos Estados Unidos. (TUCKER, 2018, p. XIV)

O domínio absoluto da *DC*, pelo menos até a década de 1960, além de poder ser medido pelo sucesso alcançado por *Superman* e outros/as personagens, poderia ser também percebido através dos requintes luxuosos que rodeavam o dia-a-dia do corpo editorial e a sede física da empresa. A grande quantidade financeira movimentada com as vendas de milhões de títulos possibilitou que a empresa ficasse localizada em um bairro caro e disputado de Nova York, o centro de Manhattan. O arranha-céu aonde a editora alugava salas, além de possuir partes revestidas em ouro, também possuía confortáveis escritórios para seus funcionários, algo não muito comum em um momento no qual outras editoras faziam seus quadrinistas dividirem minúsculas salas e desconfortáveis ambientes de trabalho.

Mas não foram apenas os detalhes físicos do prédio em que a *DC Comics* estava localizada, durante a década de 1960, que nos fizeram perceber que a editora desfrutava de uma boa situação financeira a qual lhe proporcionava uma realidade diferente de outras editoras. O status icônico que seus/suas personagens alcançaram, tornando-os/as mais reconhecíveis que personagens de outras empresas também nos ajuda a perceber o quanto a editora se destacava no cenário *mainstream* de super-heróis.

Retornando ao ambiente físico da sede, percebemos a existência de uma mentalidade mais corporativa na empresa que em outras, como veremos na *Marvel*. O clima empresarial pode ter contribuído para que algumas pessoas não acreditassem que naquele prédio eram produzidas histórias em quadrinhos de super-herói destinadas, a princípio, para um público infanto-juvenil. A idealização de como deveria ser uma empresa produtora de quadrinhos de personagens que usavam *collants* coloridos e capa, inicialmente, pode ter feito com que a utilização de ternos e gravatas fosse vista de forma estranha para uma editora daquele tipo.

Ao entrar nos escritórios da DC em 1960, os visitantes seriam perdoados se achassem que estavam entrando em uma empresa de seguros. As salas espaçosas no décimo andar do Edifício Grolier, no número 575 da Lexington Avenue, em Nova York, transpiravam uma insipidez particular, como se alguém houvesse esquecido: "Ei, nós fazemos super-heróis aqui." Elas eram limpas e confortáveis - o prédio com sua fachada de alumínio anodizado dourado acabara de ser construído -, mas não acumulava muitos pontos no quesito personalidade. Uma fileira de escritórios ficava alinhada em uma parede, cercado uma área de produção central. Arquivos que guardavam artes originais se espalhavam por ali. (TUCKER, 2018, p. 1)

Ao comparar o escritório da *DC Comics* com uma empresa de seguros, o autor, novamente, fornece indícios que o circunspecto ambiente existente na editora não era o esperado por ele, ou pelo menos poderia não ser o encontrado em outras editoras do período. Tucker, por contraposição, parece possuir uma normativa, ou pelo menos uma expectativa, de como deveria parecer o escritório de uma editora de histórias em quadrinhos naquele período. Talvez ao perceber o ambiente corporativo existente na *DC*, algo semelhante a uma linha de produção, o próprio autor tenha questionado até que ponto essa mentalidade pode ter transbordado das paredes dos escritórios para as páginas das narrativas em quadrinhos. Afinal, como um lugar que aparentava tanta sisudez e possuía tão pouca expressividade visual poderia ser responsável pela criação de histórias que deveriam ser divertidas?

Além do clima luxuoso, da disposição física do ambiente e da forma como os/as funcionários/as se vestiam, esse aspecto mais sério também pode ser percebido a partir do comportamento exercido dentro e fora do ambiente de trabalho, principalmente, através da forma como esses/as quadrinistas eram percebidos/as por pessoas que não sabiam da sua profissão.

E quanto aos homens estrangulados pelo colarinho diariamente? Os editores da DC estavam longe de ser os desleixados que largaram a faculdade de arte, o tipo de gente que se espera encontrar em um negócio cuja base era tinta e papel Canson. Em vez disso, eles eram tipos de meia-idade com planos de carreira, pessoas que poderiam ser confundidas no metro com um gerente de filial de banco. Eles tinham esposas, casas, hipotecas, pertenciam a organizações profissionais. Eram homens sérios, respeitáveis, cujas mortes mais tarde estariam no obituário do *New York Times*, "Os editores tinham um pequeno clube de cavalheiros", o falecido editor e desenhista Joe Orlando, que se juntou à DC em 1968, disse em 1998, "Todos os dias, um almoço de duas horas. Eles usavam cotoveleiras de couro nos seus ternos de tweed, sugavam cachimbos vazios e debatiam as questões liberais daquele dia." (TUCKER, 2018, p. 2-3)

Mais uma vez por oposição, Tucker, ao mesmo tempo em que nos fornece um olhar sobre o cotidiano dos/as editores/as da *DC Comics*, acaba contribuindo para a compreensão de elementos que pareciam diferenciar a editora em relação a outras. Aqueles funcionários não pareciam partilhar de algumas características consideradas comuns a editores/as de histórias em quadrinhos de outras empresas. Ao afirmar que aqueles/as editores/as não pareciam pessoas que haviam abandonado a faculdade de artes e eram homens de meia idade, o autor acaba nos dando indícios para pensar que os funcionários de outras editoras poderiam ser jovens recém-saídos do mundo universitário.

Ao afirmar que aqueles editores "eram homens sérios, respeitáveis, cujas mortes mais tarde estariam no obituário do *New York Times*" (TUCKER, 2018, p. 2-3), o autor, além de novamente salientar a sisudez do ambiente a partir das pessoas que o compunham, acaba

também fornecendo elementos para pensar seus parâmetros de seriedade e respeitabilidade e como eles eram percebidos em relação a outras editoras.

A lógica apresentada nos faz perceber que a *DC Comics*, dentro de seu ambiente corporativo, estava fornecendo a seus editores possibilidades financeiras capazes de lhes possibilitar a manutenção de uma carreira, o pagamento de suas hipotecas e a construção de uma família. A existência deste “clube de cavalheiros”, nos ajuda a perceber o tipo de relação estabelecida dentro da editora e como ela acabava sendo refletida na produção de histórias em quadrinhos, tendo em vista que, possivelmente, homens sérios e de meia-idade produziram quadrinhos com elementos representativos de suas próprias personas e visões de mundo.

Assim, em troca de todas as possibilidades elencadas, a editora em questão exigia de seus funcionários uma postura diferente da encontrada em outros locais. Não associamos aqui seriedade, no sentido amplo da palavra, a compromisso, ou a falta dele com o trabalho em desenvolvimento, mas sim a uma lógica mais rígida e severa. Isso se torna perceptível na maneira como a *DC* enxergava seu próprio produto e não compreendia como os quadrinhos produzidos pela *Marvel*, em determinado momento, puderam superar algumas de suas histórias. Na visão da *DC*, eles possuíam os/as melhores funcionários/as, personagens e histórias e não havia possibilidade de uma empresa superar isso sem se portar da mesma maneira que eles.

Nesse sentido, outro ponto que contribuiu para a percepção da existência de uma mentalidade estritamente corporativa de escritório dentro da *DC Comics* é a forma como esta perspectiva era reproduzida nas relações de trabalho entre chefes e funcionários. Os/as editores/as acabavam fomentando a existência de um ambiente hierarquicamente controlador e sem muito espaço para discussões ou mediações com roteiristas e desenhistas, algo que a princípio nos parece incoerente para uma empresa na qual o produto é construído a partir de várias etapas e por diferentes pessoas.

Eles dominaram seus feudos do alto, cada um controlando uma estrebaria de títulos - as vezes por décadas. Um freelancer que trabalhou para a DC nos anos 1960 se recorda que foi exigido que ele comprasse para o seu editor um presente de Natal e não o contrário.

Provavelmente, o mais poderoso do grupo era Mort Weisinger, que estava no comando da família de HQs mais vendidas do Superman, que também incluía *Superman's Girlfriend Lois Lane* e *Superman's Pal Jimmy Olsen*.

Weisinger nascera no Bronx, em 1915, e tinha entrado nas publicações através do fandom de ficção científica. Ele se juntou à DC em 1941, onde ficaria por cerca de trinta anos. Era firme, inteligente e havia estudado em Yale. Era também um idiota de primeira classe. As histórias dos seus abusos chegam as dezenas, ou até centenas. Se você o conhecesse, provavelmente teria uma que valeria ser contada. Shooter que escreveu para Weisinger nos anos 1960, conta que o editor o tratava como "lixo" e lançava insultos contra ele, como retardado. (TUCKER, 2018, p. 3)

Ao comparar os cargos de editores/as a feudos nos quais cada editor/a geria as revistas que estavam em sua posse da maneira como quisesse, o autor salienta que o grande controle destes funcionários não permitia espaço para sugestões ou discordâncias de funcionários/as que julgassem estar abaixo na cadeia de comando, desta forma, inclusive, ficando no cargo a frente de revistas específicas por um grande período de tempo. Mesmo que alguns/mas roteiristas e/ou desenhistas acabassem ficando durante muitas edições em um determinado título, eles/as ainda estavam sujeitos/as aos mandos e desmandos das vendas do quadrinho e, conseqüentemente, poderiam ser retirados/as a qualquer momento da posição, situação que, a princípio, não parecia se estender aos/as editores/as naquele período.

Contudo, se a forma com a qual o editor Mort Weisinger gerenciava seu núcleo de revistas e tratava os/as quadrinistas não pode ser estendida para a compreensão de todo o cenário existente na *DC Comics* no que toca a relação editor/a-quadrinista, ela, a princípio, ainda nos permite inferir sobre a existência de um ambiente de trabalho que excedia os aspectos da seriedade e da rigidez, ultrapassando esses limites e se tornando constrangedor e até abusivo.

Nesse sentido, perceber o tipo de relação desenvolvida dentro da editora nos fornece possibilidades de compreender seu funcionamento e como esse ambiente acabou sendo transportado para dentro das histórias em quadrinhos. Tucker, afirma que um dos grandes problemas que a *DC Comics* passou a enfrentar em sua disputa com a *Marvel* durante as décadas de 1960, 1970 e 1980, foi justamente a manutenção desta mentalidade séria e circunspecta que impedia a editora de desenvolver suas histórias de uma maneira leve em que o público continuasse possuindo empatia pelos personagens. (TUCKER, 2018)

A sisudez editorial acabava sendo transportada para as narrativas, tornando-as sérias demais e fazendo com que cada vez menos consumidores/as continuassem se identificando com as histórias. A percepção da necessidade de se levar menos a sério, criar personagens menos icônicos e perfeitos acabou sendo incorporada pela *Marvel Comics* já em sua primeira história lançada em 1961.

Retornando às décadas as quais apresentamos os números de vendas das duas editoras anteriormente, percebemos que paulatinamente a *Marvel Comics* acabou ultrapassando a *DC Comics* em número de revistas vendidas. Reed Tucker, ao analisar a disputa mercadológica entre as duas editoras entre as décadas de 1960 e os dias atuais, mostrou que a *DC* não encarava a *Marvel* como uma grande concorrente, inclusive tendo dificuldades para compreender como algumas histórias em quadrinhos lançadas pela rival conseguiam ultrapassar seus números de vendas. A falta de compreensão aparecia inclusive em decisões editoriais que buscavam imitar a concorrência. Sem perceber que a mudança estava na maneira como as histórias eram

contadas e como isso contribuía para que o público se identificasse com os/as personagens e seu cotidiano, e não em modelos específicos de capas, ampliação da linha editorial ou maior precificação. A *DC*, com o passar das décadas, acabou perdendo parte do espaço nas vendas e seu posto dominante no cenário *mainstream* de quadrinhos. (TUCKER, 2018)

Contudo, se esse ambiente rígido era o encontrado dentro da *DC Comics*, algo que acabou transparecendo em suas histórias e personagens ao longo de todas essas décadas, na *Marvel*, a princípio, ele parecia não existir da mesma forma, ou pelo menos se apresentava como um véu que mascarava um ambiente de exigências semelhantes através de uma aparência de diversão e irreverência.

A *Marvel Comics* é uma editora estadunidense de histórias em quadrinhos localizada atualmente na cidade de Nova York. A empresa foi comprada pela *The Walt Disney Company* em 2009, quando a companhia adquiriu a *Marvel Entertainment*, empresa-mãe da editora. (HOWE, 2017) A empresa também é dona de diversos/as personagens dentre eles/as *Homem-Aranha*, *Capitão América*, *Thor*, *Hulk*, *Pantera Negra*, *Viúva Negra*, *X-men* e *Vingadores*.

Martin Goodman, o fundador da *Marvel*, nasceu em 1908 no Brooklyn e era filho de imigrantes russos. No período da Grande Depressão, ao retornar a Nova York depois de ter trabalhado em vários lugares, conseguiu um emprego como representante editorial da *Eastern Distributing*. Mesmo com a posterior falência desta empresa, Goodman havia guardado dinheiro suficiente para fundar, juntamente com o colega Louis Silberkleit, a *Newsstand Publications*. Em um pequeno escritório localizado na baixa Manhattan, os sócios lançavam revistas de *westerns*⁶⁴, histórias de detetive e contos românticos por quinze *cents* a edição. Contudo, em 1934, a distribuidora *Newsstand Publications* também faliu e deixou milhares de dólares em dívidas com gráficas. Louis Silberkleit resolveu largar o projeto, mas Goodman continuou e convenceu seus credores a lhe deixarem continuar publicando os títulos até que ele conseguisse recuperar o dinheiro e pagar as dívidas. (HOWE, 2017)

Assim como a *DC* e outras editoras, a *Marvel* também não surgiu com o nome que conhecemos atualmente. Conhecida, naquele momento, como *Timely Comics*, a editora publicou sua primeira revista em 31 de agosto de 1939.

Marvel Comics n.1 [...] contemplava o sucesso em todas as suas 64 páginas: o Anjo [The Angel], herói bigodudo de Paul Gustavson, inspirado no Santo; o aventureiro das selvas Ka-Zar, de Ben Thompson (uma cópia de Tarzan reaproveitada dos pulps de Goodman); o caubói Cavaleiro Mascarado [Masked Raider], de Al Anders; e cartuns de piadinhas para preencher espaço vago. (HOWE, 2017, p. 13)

⁶⁴ Temática que ficou conhecida no Brasil como histórias de velho-oeste ou *bang-bang*.

A primeira revista em quadrinhos lançada pela editora trazia o nome que futuramente passaria a ser adotado pela empresa. Posteriormente, no início da década de 1950, a empresa passou a ser chamada de *Atlas Comics*. O nome *Marvel Comics* só começou a ser utilizado oficialmente pela editora em 1961, ano do lançamento do quadrinho *Quarteto Fantástico* e de alguns outros super-heróis.

Desde o seu início em 1939, a rivalidade com a *DC* era perceptível, afinal, estamos nos referindo a duas editoras que ao longo dos anos passaram a possuir a mesma proposta de publicação: quadrinhos de super-herói. Fosse através da contratação de quadrinistas pertencentes a outra editora, da semelhança entre alguns personagens ou mesmo da disputa nos números de vendas, as duas empresas, aos poucos, passaram a disputar público e mercado.

A primeira edição, *Marvel Comics* n°1, vendeu 80 mil exemplares em setembro de 1939, fazendo com que Goodman pedisse reimpressão e alcançasse a venda de mais 800 mil cópias. A edição com 64 páginas de múltiplas histórias, um número de páginas razoavelmente grande para o período, vendeu mais edições que a média de alguns títulos da *DC* do período. (HOWE, 2017)

A disputa pelo mercado consumidor e pela mente de jovens aficionados/as por histórias em quadrinhos movimentava a produção das duas editoras, estimulando uma competição entre as produções e funcionários/as das duas empresas. Mesmo a *Marvel Comics* alcançando um grande número de vendas com sua primeira publicação no final na década de 1930, a *DC* ainda possuía o maior número de vendas totais daquele período. Tendo em vista que a editora mais antiga possuía mais tempo no mercado, público estabelecido e dispunha de personagens consolidados/as, esse domínio inicial não é exatamente uma surpresa.

Apenas em 1961, após o enfrentamento de algumas crises cíclicas, a *Marvel* lançou a revista que marcou a adoção deste nome pela empresa, alcançando um maior público com suas novas histórias e efetivando o processo de consolidação da editora. Após alguns anos, como vimos anteriormente, a editora passou a possuir os títulos mais vendidos, assumindo assim a posição de destaque anteriormente pertencente à *DC*. *Quarteto Fantástico* n°1, co-criada por Stan Lee e Jack Kirby⁶⁵, ajudou a *Marvel* a disputar um maior pedaço do mercado. A utilização de mecanismos narrativos capazes de aproximar público e história, da mesma maneira que a *DC* fez em 1938 com o *Superman*, possibilitou que a nova editora alcançasse a empatia do público e passasse a se identificar com seus/suas personagens.

⁶⁵ Existiam divergências entre os dois autores da forma como isso aconteceu e do papel de cada um na criação.

Desta forma, passaram a usar uma linguagem mais coloquial composta por palavras cotidianas, sediar as histórias em cidades reais, humanizar seus personagens através de dúvidas e problemas, fazendo com que eles/as transmitissem uma sensação de real existência no mundo e não fossem metáforas divinas de perfeição. Além disso, os/as personagens pareciam dividir um universo unificado de histórias em quadrinhos onde vários elementos de uma determinada história apareciam em outras, dessa forma fazendo com que leitores/as acreditassem que a qualquer momento eles/as poderiam se encontrar em algum momento da narrativa. E isso de fato acabou acontecendo com a criação de histórias onde esses/as personagens passavam a interagir por algum motivo.

Além disso, Stan Lee fazia o possível para disseminar a imagem de um “ambiente de trabalho utópico, no qual os joviais artistas trocavam piadas enquanto labutavam alegremente sob o mesmo teto.” (HOWE, 2017, p. 35) A mítica existência do *Marvel Bullpen*, grupo de “magníficos quadrinistas” que se reuniam na *Madison Avenue n° 655* para trabalharem em um ambiente agradável, feliz e confortável era propagandeada e utilizada como mais um elemento na aproximação entre editora e público.

Aquilo era um negócio que o Stan Lee botava nas revistinhas, mas os artistas ficavam esparramados pela ilha”, disse o artista de Homem de Ferro, Don Heck, a um entrevistador. “Eu ia ao escritório umas duas vezes por semana, e outros iam também duas vezes [...] mas a gente nunca se cruzava.” (HOWE, 2017, p. 35)

Percebemos que, mesmo que uma imagem de união e irreverência fosse a divulgada pela própria *Marvel Comics*, a possível existência desse ambiente agradabilíssimo poderia ser questionada através da fragmentação do corpo editorial, ou mesmo pelas inúmeras disputas criativas e editoriais tornadas públicas entre os quadrinistas Stan Lee, Jack Kirby, Steve Ditko, que, durante anos, discutiram dentro da empresa e em público o papel de cada um na criação de personagens da editora.

Diferentemente da conhecida imagem empresarial da *DC Comics* com editores engratados de meia-idade em salas confortáveis e rigidez no ambiente de trabalho, a *Marvel*, mais precisamente Stan Lee, buscava transmitir uma aura de jovialidade e alegria, mesmo que na realidade os artistas não estivessem constantemente juntos durante a produção, o espaço físico fosse bem menos confortável que o propagandeado e o clima de liberdade criativa não funcionasse exatamente da maneira exposta nas revistas.

Outro importante fator para compreendermos o funcionamento da produção de histórias em quadrinhos na *Marvel Comics*, além dos apresentados anteriormente, e talvez outro ponto que a diferenciava da rigidez empresarial existente na *DC* era a utilização do “método *Marvel*”. Era exigido que os artistas transformassem um argumento básico em uma história

concisa imageticamente e com ritmo, na qual Stan Lee escrevia os diálogos após a finalização dos desenhos das páginas. Era preciso que os quadros funcionassem como um filme mudo, minimizando assim a necessidade de explicação verbal e qualquer complicação que exigisse mudança nos desenhos. Assim, a partir do argumento criado por Lee, os artistas colaboravam com suas próprias ideias para as narrativas, tramas, cenários e personagens. (HOWE, 2017)

O método *Marvel*, a princípio, se apresentava como um grande paradoxo entre liberdade e controle criativo. Ao mesmo tempo em que um única pessoa era responsável pela criação do argumento-base que era utilizado nas histórias, exercendo assim um controle absoluto sobre o sentido geral da narrativa e não permitindo interferências externas, esse método também acabava permitindo determinada dose de liberdade criativa ao transferir para os/as quadrinistas toda a responsabilidade de criar imageticamente a história, fazendo com que eles/as pudessem inserir os elementos que quisessem desde que o argumento base fosse respeitado. Assim, ao mesmo tempo em que Stan Lee parecia controlar toda a criação da história através do argumento, também parecia não possuir o total controle imagético da narrativa já que ficava a cargo dos/as desenhistas a criação dos/as personagens, cenários e outros elementos necessários. Dessa forma, até onde o método *Marvel* permitia determinada liberdade criativa e/ou restringia a autonomia dos/as quadrinistas surge como um ponto interessante para reflexão posterior.

Assim, percebemos que tanto *DC* como *Marvel* possuíam particularidades como editoras durante a década de 1960. A primeira estava consolidada no mercado a mais tempo, possuía personagens conhecidos/as e icônicos/as, alugava escritórios confortáveis em um luxuoso prédio localizado em um bairro disputado da cidade, seus editores eram pessoas de meia idade que utilizavam gravatas nos colarinhos das camisas e sua linha editorial funcionava aos moldes de uma cadeia de montagem, criando e produzindo histórias que começavam a não encontrar ressonância empática no público. A segunda estava oficialmente surgindo, criando seus/suas personagens e tramas, desfrutava de salas não tão confortáveis e seu corpo editorial muitas vezes trabalhava a distância ou ficava espalhado pela cidade, produziam quadrinhos que mexiam com o imaginário do público e vendiam cada vez mais revistas.

A partir dessa percepção, compreendemos um pouco da dinâmica que passou a embalar a disputa entre essas duas editoras pelo domínio mercadológico das vendas das histórias em quadrinhos de super-herói. Cada uma a sua maneira, utilizando-se de estratégias diferentes para alcançar o público que, com o passar da década de 1960 e 1970 começou a se tornar adulto e questionar algumas narrativas, passando a exigir novas e diferentes histórias.

A *Marvel* iniciou a década de 1980 com o lançamento de *X-men* n° 137, Stan Lee já não era mais o responsável pelos quadrinhos e estava dedicado a produção de desenhos animados, Jim Shooter, o mesmo jovem que na década de 1960 foi chamado de retardado pelo editor-chefe da *DC Comics* Mort Weisinger, havia assumido o cargo de editor-chefe em 1978. (HOWE, 2017)

Na *DC*, o grande lançamento que iniciou a década foi *Ronin*, Mort Weisinger não era mais o editor-chefe e esse cargo agora pertencia a Dick Giordano, encarregado de realizar mudanças capazes de fazer a editora voltar a vender tanto quanto antes e alcançar a *Marvel* que, naquele momento, dominava o mercado de vendas.

Os elementos apresentados no início desse tópico, quando nos referimos ao período entre as décadas de 1980 e 1990, podem nos ter feito supor que as duas editoras estavam no ápice de suas produções e vendas, vivenciado um excelente momento financeiro e não enfrentando nenhum tipo de problema mercadológico. Afinal, as tabelas construídas nos mostravam um grande número de títulos vendidos e um elevado valor de arrecadação. Contudo, algo que as tabelas não nos mostraram foi o considerável encolhimento das vendas em comparação com os números praticados na década de 1960 e 1970.

As 118.650 mil cópias vendidas de *Batman* em junho de 1989, as 127.600 mil cópias de *Amazing X-Men* em janeiro de 1995 ou as 117.085 mil cópias de *Ultimate X-Men* em dezembro de 2000 não conseguiram alcançar números próximos ao meio milhão praticado em décadas anteriores com apenas uma revista. Mesmo que durante essas décadas tenhamos histórias em quadrinhos que conseguiram atingir grandes somas – falaremos delas mais a frente –, esses casos pontuais não representavam a percepção geral do cenário do período.

Todavia, algo que as tabelas analisadas nos ajudaram a perceber, além do domínio das histórias de super-herói, foi que entre a década de 1980, 1990 e 2000, *Marvel* e *DC Comics* pareciam dominar o mercado de quadrinhos *mainstream* e que este fato estava diretamente ligado ao gênero narrativo que elas publicavam. Contudo, as duas editoras haviam enfrentado mudanças e o mercado estava passando por transformações, tendo em vista elementos como a ultrapassagem da *Marvel* em relação ao número de títulos no topo do ranking apresentado anteriormente.

Nesse sentido, compreendemos melhor quem eram essas editoras, a mentalidade existente nos bastidores, onde elas estavam localizadas, que tipo de quadrinhos elas publicavam e os números de vendas praticados pelo mercado ao longo de algumas décadas. Assim, caminhamos um pouco mais na direção da compressão do cenário mercadológico de histórias em quadrinhos *mainstream* estadunidense entre as décadas de 1990 e 2000.

2.3 UMA NOVA CRISE MERCADOLÓGICA: QUEDA NAS VENDAS DE QUADRINHOS DE SUPER-HERÓIS NOS ESTADOS UNIDOS.

Ao desenvolvermos esse capítulo, percebemos que durante as décadas de 1990 e 2000 as histórias de super-herói não só estavam inseridas dentro do circuito *mainstream* estadunidense de quadrinhos, como também haviam dominado esse cenário, contribuindo inclusive com parâmetros que definiam que tipo de quadrinho poderia ser incluso ou não dentro dele. Além disso, ao mapearmos as editoras que naquele período publicavam histórias de super-herói e analisarmos os números de vendas, também percebemos que *Marvel Comics* e *DC Comics* possuíam a maior quantidade de revistas vendidas e, conseqüentemente, absorviam boa parte do público leitor de histórias em quadrinhos.

Nesse sentido, a partir da enorme quantidade de títulos vendidos por essas duas editoras, poderíamos fazer, a princípio, duas inferências: a) O mercado de histórias em quadrinhos de super-herói desfrutava de um período de incrível crescimento das vendas. b) Essas duas editoras logravam um êxito que outras não conseguiam.

Em parte, as duas inferências não estão incorretas. Tanto as histórias em quadrinhos de super-herói desfrutavam de um grande crescimento nas vendas tendo em vista o próprio período, quanto *Marvel* e *DC* lograram maiores conquistas que outras editoras e por isso dominavam o cenário *mainstream* de quadrinhos. Contudo, mesmo as duas afirmações não sendo falsas e nem se excluindo mutuamente – muito pelo contrário, elas acabavam se somando – isso não refletia a integralidade do contexto existente durante as décadas de 1980, 1990 e 2000.

Alguns quadrinhos de super-herói lançados por *Marvel* e *DC* realmente alcançaram ótimas vendas naquele período. As *graphic novels Cavaleiro das Trevas* e *Watchmen* – lançadas pela *DC Comics* no final da década de 1980 – e as edições nº1 de *Homem-Aranha*, *X-Force* e *X-men* – lançadas pela *Marvel Comics* no início da década de 1990 – venderam milhões de cópias se assemelhando a revistas do período que antecedeu a Segunda Guerra, quando os quadrinhos de super-herói estavam no auge. (HOWE, 2017)

Contudo, mesmo que estas edições específicas tenham conseguido vender milhões de cópias, isso não implicou necessariamente que todos os outros títulos de super-herói dessas editoras também conseguiram alcançar o mesmo feito durante todo o período. A edição nº1 de *X-men* de Jim Lee, lançada em 1991, vendeu 8 milhões de exemplares (HOWE, 2017), número que boa parte das revistas não conseguia alcançar, tendo em vista que em junho de 1989, apenas

dois anos antes, o quadrinho de super-herói mais vendido alcançou apenas 118.650 mil cópias. (MILLER, 2019)

Por tanto, devemos levar em consideração que nem todos os quadrinhos lançados por essas editoras conseguiram vender a mesma quantidade de cópias das histórias mencionadas anteriormente. Nesse sentido, para compreendermos as razões por trás de alguns desses números, devemos levar em consideração alguns elementos que ao longo da década de 1980 e, principalmente 1990, contribuíram para que algumas histórias em quadrinhos vendessem milhões de cópias, mas, que com o avançar da década, acabaram também se tornando responsáveis por uma crise mercadológica que provocou uma grande queda nas vendas.

Dessa forma, devemos considerar novamente elementos como a relação empática entre público e os/as personagens – como no caso dos *X-men* que possuíam uma forte identificação com as discussões étnico-raciais –, a fama dos/as quadrinistas responsáveis pela criação do quadrinho – algo que naquele momento começava a adquirir maior importância perante o público – e as estratégias mercadológicas utilizadas para alavancar as vendas.

Todos esses pontos são de extrema importância para compreendermos o cenário existente naquele período. Contudo, o prestígio adquirido por alguns/mas quadrinistas e, principalmente, as estratégias utilizadas pelas editoras para aumentar as vendas de histórias em quadrinhos, surgem como elementos indispensáveis para nossa problematização, pois estes influenciaram diretamente no abundante crescimento das vendas e na posterior saturação do mercado, provocando o desgaste do gênero, o afastamento de parte do público e a queda nas vendas a partir da metade da década de 1990.

Dessa maneira, buscamos também compreender em que medida as transformações provocadas por essa crise contribuíram para aproximação com o Brasil e com a empresa *Art&Comics*. Dentre as possíveis hipóteses que nos ajudam a refletir sobre o que ocorreu naquele momento e como isso acabou contribuindo para que as enormes vendas acabassem desaguando em uma crise, aparecem o uso excessivo de estratégias mercadológicas como capas variante e *cards* colecionáveis, uma cronologia complexa que se arrastou por décadas de histórias, a preponderância do desenho em detrimento de uma narrativa roteiristicamente coesa e o envelhecimento de uma geração que não se interessava mais pelas histórias produzidas anteriormente.

A partir de 1970, mas principalmente em 1980, algumas editoras de histórias em quadrinhos, dentre elas *Marvel* e *DC*, começaram a abandonar as recomendações do *comics code authority* e paulatinamente voltaram a utilizar nas histórias elementos censurados. Com a intenção de recuperar o público que havia se distanciado devido a censura de alguns elementos

das histórias, as editoras passaram a conceder maior importância a produção de quadrinhos que pudessem agradar a esta parcela do que seguir o código de ética. Todavia, com a intenção de retomar as vendas, as duas editoras utilizaram diferentes estratégias durante 1980 e 1990.

Devido a diminuição das vendas, causada pelo afastamento do público insatisfeito com a implementação do *comics code* e pelo envelhecimento dos/as leitores/as de quadrinhos, surgiram algumas projeções que estimavam que em 1984 o mercado de histórias em quadrinhos teria sido extinto. (TUCKER, 2018) Contudo, uma nova forma de mercado acabou surgindo e contribuindo para a renovação do cenário.

Até a década de 1970, as editoras vendiam os quadrinhos apenas em bancas de jornais e revistas através de um sistema de venda consignada. Esse sistema, apesar de ter sustentado o mercado durante muitas décadas, acabava gerando prejuízo para as editoras tendo em vista que elas eram obrigadas a receber a devolução dos quadrinhos que não haviam sido vendidos e, conseqüentemente, recebiam apenas o pagamento pelas cópias vendidas. Assim, visando obter alguma margem de lucro, o número de quadrinhos produzidos era muito maior do que o número de vendidos, o que acabava gerando um maior investimento inicial e, conseqüentemente, um grande prejuízo ao passo que esses quadrinhos não eram vendidos em sua totalidade. Algumas estimativas falam que para cada 50 mil revistas vendidas eram produzidas 200 mil cópias, ou seja, quatro vezes o número vendido. (TUCKER, 2018) Além disso, alguns quadrinhos eram devolvidos avariados e não poderiam ser colocados de volta no mercado, aumentando ainda mais o prejuízo, pois muitos destes acabavam sendo descartados.

A partir dessa realidade e da perspicácia comercial de algumas pessoas que resolveram apostar no contato direto com as editoras, no final da década de 1970, acabou surgindo o mercado direto de vendas e as primeiras lojas especializadas em histórias em quadrinhos. Se antes as vendas eram feitas de forma consignada, a partir daquele momento, estas lojas especializadas passavam a comprar os quadrinhos em definitivo, desobrigando as editoras de recolherem os encalhes e realizando o pagamento antecipado em troca de uma margem maior de desconto. Isso acabou gerando lucros maiores, mais rápidos e menos problemas para as editoras que transferiram a responsabilidade de vender para as lojas especializadas e o ônus de qualquer tipo de prejuízo.

O surgimento dessas lojas especializadas e do novo sistema de vendas só foi possível pois naquele momento existia o crescimento de dois novos tipos de público: colecionadores/as e especuladores/as. O primeiro grupo era formado por leitores/as entusiasmados/as que viviam imersos/as no mundo dos quadrinhos e compravam mais de uma edição para guardar em suas coleções. (TUCKER, 2018) O segundo grupo era formado por pessoas que buscavam comprar

a maior quantidade possível de quadrinhos que acreditavam poder especular e lucrar com a venda posteriormente.

A venda em bancas pelo sistema de consignação não foi imediatamente substituída pela venda em lojas especializadas através do mercado direto. Esse processo foi sendo consolidado ao longo das décadas de 1980 e 1990. Contudo, essas mudanças aos poucos contribuíram para a transformação do cenário. Em 1985 “as vendas da Marvel nas lojas especializadas e nas bancas [...] estavam de igual para igual. O público da editora estava mais dedicado, cheio de dinheiro para gastar e mais velho. Era pegar ou largar.” (HOWE, 2017, p. 205)

Colecionadores/as e especuladores/as não surgiram sozinhos/as, eles/as vieram acompanhados/as do poder econômico para adquirir as revistas em quadrinhos que as habituais crianças não possuíam, pois, geralmente, se tratavam de pessoas mais velhas que continuavam a gostar de quadrinhos. Essa era uma nova faixa etária para as editoras, pois estas ainda acreditavam que seu público alvo era formado apenas por crianças que não possuíam dinheiro suficiente para realizar muitas compras. Contudo, a partir do momento em que as empresas perceberam que estavam lidando com um público capaz de investir maior quantidade de dinheiro e possuíam maior dedicação pelo produto, a produção de quadrinhos começou a passar por mudanças gráficas, quantitativas e de preço. O mercado começou a ser inundado por uma maior diversidade de quadrinhos com formatos gráficos mais luxuosos, fazendo com que os preços comesçassem a aumentar.

As duas editoras passaram a experimentar diferentes formatos de tamanho e acabamento gráfico, além de novas técnicas de impressão em alta qualidade, algo que não era financeiramente viável dentro do esquema de venda consignada com as bancas, pois as empresas não possuíam como realizar esse tipo de investimento inicial sem possuir segurança a respeito da quantidade de quadrinhos vendidos e do lucro obtido após o retorno dos encalhes.

Em 1982, a *Marvel* lançou *A Morte do Capitão Marvel* em formato *graphic novel* ao preço de 5,95 dólares. Contudo, talvez, algumas das mudanças mais substanciais no mercado só tenham sido viabilizadas a partir da publicação, em 1983, da minissérie em seis edições *Ronin* da *DC Comics*. Ao custo de 2,95 dólares, com 48 páginas e sem anunciantes – algo inesperado para um momento onde anúncios ainda representavam a entrada de um maior fluxo de caixa para as editoras –, a história criada por Frank Miller, o quadrinista responsável pelo sucesso do personagem *Demolidor* na *Marvel Comics*, trouxe além da utilização deste novo formato gráfico, uma história sem filtro e praticamente sem interferência editorial, além do possível contrato mais bem pago da época. (TUCKER, 2018) Todavia, apesar dessas mudanças,

a resposta do público não foi exatamente o que a editora esperava, o que não a impediu de desenvolver as possibilidades surgidas a partir do cenário desbravado por esse quadrinho.

Já a *Marvel*, principalmente durante a década de 1990 quando o mercado direto de venda de quadrinhos havia se consolidado, apostou em mecanismos capazes de elevar o número de vendas por edição de forma imediata e durante o próprio lançamento. Assim, o departamento de vendas de banca da *Marvel*, baseando-se nas vendas de revistas que ofereciam brindes ensacados juntos com as edições, passou a adotar a mesma estratégia e a utilizar capas variantes com diferentes colorizações, revistas vendidas ensacadas e *cards* colecionáveis. A editora almejava o público formado por colecionadores/as e especuladores/as, os quais haviam contribuído para a consolidação do mercado direto, tendo em vista que eles/as eram os/as principais consumidores/as desse novo tipo de produto.

Em si, a HQ de McFarlane não tinha nada de especial – 22 páginas de um argumento raso no qual o Homem-Aranha enfrentava criminosos e fazia uma visitinha a Mary Jane, enquanto o Lagarto sanguinariamente despachava três larápios e uma testemunha inocente, tudo com narração exagerada e onomatopeias constantes. Mas a edição vendeu mais de um milhão de exemplares – a versão com tinta prateada, a versão com tinta normal e as versões ensacadas de ambas – só nas lojas de quadrinhos em junho de 1990. Uma loja de Los Angeles alugou holofotes para receber repórteres (e centenas de fregueses) no lançamento extraordinário que marcou para a meia-noite. Antes mesmo de a edição chegar às bancas (800 mil exemplares sem saquinho; 125 mil com), a Marvel já tinha um recorde. Os colecionadores ficavam matutando se deviam ou não tirar o gibi do saquinho, e aí se deram conta de que, se quisessem ler, era melhor comprar duas. (HOWE, 2017, p. 234)

Em junho de 1990 chegou às bancas a edição n°1 do *Homem-Aranha* roteirizado e desenhado pelo jovem quadrinista Todd McFarlane. Os quatro modelos da revista venderam mais de um milhão de cópias devido a estratégia que, utilizando-se do espírito colecionista e especulativo de parte do público, acabou obrigando a compra de mais de uma edição da mesma revista caso essas pessoas quisessem conservar pelo menos uma edição em bom estado para guardá-la em uma coleção ou vendê-la posteriormente com um preço mais elevado.

Naquele momento, a partir da perspectiva do colecionismo e da especulação financeira, o quadrinho parecia transcender cada vez mais o status de entretenimento, deixando de ser apenas um item direcionado a diversão de um público específico, e tornando-se um produto gerador de distinção e agregador de valor para outra parte desse mesmo público. As estratégias utilizadas na divulgação do lançamento da revista do *Homem-Aranha*, vide o aluguel de holofotes e a cobertura feita por repórteres, nos indicam a proporção do prestígio alcançado por aquele produto. Afinal, meia-noite como horário escolhido para o lançamento nos indica a existência de determinado grau de ansiedade sobre a chegada do produto às lojas, transmitindo a ideia que o acontecimento daquele fato não podia aguardar até o dia posterior. Além disso, a

presença de tantas pessoas nas lojas especializadas no meio de uma madrugada para comprar quase todas as edições antes que elas chegassem às bancas, também nos fornece um olhar sobre o desejo provocado por aquele quadrinho. O medo do esgotamento da edição, fosse para colocá-la em uma coleção ou para revendê-la posteriormente, pode ter impulsionado o cenário existente na noite do lançamento, corroborando assim com o sucesso da estratégia adotada pela editora.

Todavia, nas palavras do autor, o quadrinho parecia não possuir nada tão extraordinário no que tange a história, muito pelo contrário, a simplicidade e a superficialidade pareciam comandar o enredo. A aposta parecia ser muito mais na capacidade de venda gerada pelas diferentes versões de capas e brindes ensacados, que na narrativa. O mérito do produto parecia ter sido deslocado da história em si para o acabamento gráfico utilizado como estratégia mercadológica de venda, se valendo dessa maneira, não do desenho ou da narrativa, mas do colecionismo e da especulação gerados em cima daquele produto, algo que cada vez mais passava a contribuir com a elevação das vendas.

A Marvel, contudo, havia aberto as portas para o futuro. Os cinco meses que o departamento industrial havia passado fazendo experiências para a edição platinada renderam diversos protótipos – capas laminadas, capas em relevo – que podiam passar por aperfeiçoamentos e serem aplicados em títulos vindouros. Não apenas em edições limitadas, mas em tiragens de seis dígitos. Era só Todd McFarlane que vendia Homem-Aranha n.1 ou eram as capas? Uma edição de *O Incrível Hulk* foi produzida às pressas com tinta fosforescente; as vendas tiveram alta de 300%, o que levou à reimpressão imediata. Seguiram-se uma capa metálica para *Surfista Prateado* e uma capa de *Motoqueiro Fantasma* que brilhava no escuro, as duas rendendo igual sucesso. (HOWE, 2017, p. 234)

As experiências feitas pela *Marvel* para *Homem-Aranha* n°1 renderam outras possibilidades de capas, fazendo com que a produção de quadrinhos da empresa fosse elevada para milhões de exemplares impressos e a preocupação em maximizar as vendas fosse possibilitada através da utilização desses protótipos. A própria editora, naquele momento, ainda parecia possuir dúvidas sobre a responsabilidade da estratégia no total de títulos vendidos. Afinal, o sucesso alcançado pela venda dos quadrinhos havia sido em decorrência apenas das capas estilizadas ou do prestígio do quadrinista também?

Dessa maneira, a editora decidiu expandir a estratégia e aplicá-la em outros títulos. O aumento de 300% das vendas de *O Incrível Hulk*, uma edição feita às pressas e por tanto, possivelmente, sem o devido cuidado narrativo e estético, além do sucesso das edições do *Surfista Prateado* e do *Motoqueiro Fantasma*, revistas que historicamente não possuíam bons números de vendas, nos fazem perceber que as capas variantes estilizadas pareciam movimentar muitos mais o mercado que a qualidade das histórias em quadrinhos.

A *Marvel*, naquele momento, enxergando a oportunidade para aumentar as vendas através de artifícios mercadológicos que apelavam ao colecionismo e à especulação, sem prezar especificamente pela qualidade narrativa das histórias em quadrinhos, apostou no aumento da produção dentro desses moldes. Aproveitar ao máximo o momento pareceu ser a ordem dos departamentos responsáveis pelas capas e vendas, não se preocupando, inclusive, com a possível saturação de um mercado que sofria com crises cíclicas. Contudo, mesmo que inicialmente as vendas tenham sido ótimas, nem todos/as enxergavam positivamente a aposta nesse modelo.

Em retrospectiva, alguns veriam esse momento como abrir a Caixa de Pandora. “Eu estava me aproveitando dos anseios do mercado e alimentando a ganância dos especuladores”, escreveu anos depois o diretor de vendas que desenvolvera a edição platina de Homem-Aranha, tentando expiar o pecado. “Não há nada intrinsecamente errado em criar produtos para abastecer demanda; mas tirar vantagem da base de consumidores é algo comparável a estupro consentido, pelo que me consta.” (HOWE, 2017, p. 234-235)

No período, os/as responsáveis pela produção das capas e pelas vendas não pareceram ter se importado com as consequências da estratégia. Mesmo anos depois do momento em questão, a fala do responsável pelo setor de vendas da *Marvel*, ao mesmo tempo em que adquire um forte peso simbólico ao comparar a vantagem tirada da base consumidora a um “estrupe consentido”, também parece suavizar as consequências gerais causadas pelo abastecimento forçado de uma demanda e a falta de preocupação com o impacto gerado no mercado pela especulação. Nesse sentido, no mínimo, a frase e a reflexão se tornam paradoxais.

Por conta desse tipo de artifício, as edições bateram recordes e venderam milhões de cópias, obtiveram destaque em programas de televisão e importantes revistas (HOWE, 2017), contribuindo para que as editoras ganhassem milhões de dólares. Todavia, o excesso de capas variantes e o fornecimento de diferentes brindes, acabou contribuindo com a saturação do mercado e a conseqüentemente diminuição da demanda com o passar dos anos.

Apesar da aparente elevação das vendas, o crescimento acabou ocorrendo de maneira artificial por não refletir exatamente um aumento no número de consumidores de histórias em quadrinhos, mas sim o aumento na compra de exemplares da mesma edição por pessoas que já consumiam o produto, provocando um inchaço nas vendas mensais das edições que adotaram esses artifícios. Dessa maneira, não se tratou de uma maior popularização das histórias em quadrinhos de super-herói, muito menos do alcance do público que não as consumia, mas apenas a multiplicação das vendas dentro do próprio nicho de colecionadores/as e especuladores/as. Isso acabou contribuindo com o encolhimento das vendas à medida que o público não conseguia mais absorver todos esses produtos, o que acabou iniciando um processo

de desgaste desses quadrinhos dentro da sua própria base consumidora. Afinal, o que fazer com tantas histórias em quadrinhos iguais quando não existe um novo público para comprar o produto? Para quem revender se os/as colecionadores/as já possuíam aquelas edições, ou mesmo especular a raridade de uma revista que possuía várias outras iguais? A bolha da especulação começou a dar indícios que acabaria estourando.

Essa mentalidade não era exatamente algo novo, pelo menos não na *Marvel Comics*. O uso de artifícios com a intenção de tirar proveito do público e induzir o aumento imediato das vendas das revistas, mesmo que de forma pontual e dentro da própria base consumidora, era algo feito pela editora desde o seu surgimento em 1930. O fundador da editora, Martin Goodman, acreditava poder elevar o lucro da empresa apenas com o aumento da quantidade de publicações que faziam sucesso.

Chegara a uma fórmula simplista para o sucesso: “Se você tem um título que pega, é só botar mais”, disse à *Literary Digest*, “que o lucro vai bater à sua porta”. O negócio era ficar antenado nas tendências, sem querer algo mais que literatura descartável. “Fãs”, decretou, “não se interessam por qualidade”. Quando o mercado voltou a afundar, Goodman ficou à tona: bastava encher as revistas com republicações de outras editoras, sem dizer que não eram histórias inéditas. (HOWE, 2017, p. 10)

O pensamento de Goodman nos ajuda a perceber dois elementos: a) O fundador da editora acreditava na máxima de quanto mais produto mais lucro, tendo em vista a perspectiva que o mercado seria capaz de absorver sua produção. b) A preocupação com a qualidade do produto era menor do que com a quantidade produzida, pois o público consumidor era subestimado.

Produzir uma maior quantidade de revistas parecia ter maior importância que a qualidade da história, do desenho e do acabamento gráfico, vide a enxurrada de revistas interligadas a títulos que faziam sucesso que surgiram ao longo das décadas. A cada título que vendia muitas cópias, outros interligados a eles eram criados, desfrutando assim de personagens semelhantes, pertencentes à mesma família, possuindo superpoderes parecidos ou existindo em realidades paralelas. Personagens como *Homem-Aranha* e os *X-men*, desde que haviam alcançado determinado sucesso, passaram a ganhar revistas interligadas ou desdobramentos de grupos que haviam se dividido.

A mentalidade que permeava a editora desde o seu surgimento até a década de 1990, quando houve a explosão das capas variantes, nos ajuda a perceber que as histórias em quadrinhos de super-herói não eram vistas, pelo menos dentro do setor de vendas da *Marvel*, a partir do seu valor literário e/ou artístico. Percebemos também a depreciação do gosto e da capacidade do público em avaliar a qualidade do material. Os responsáveis pelas vendas

pareciam acreditar que os/as consumidores/as absorveriam todo e qualquer produto lançado apenas pelo colecionismo, não considerando fatores como o envelhecimento do público e o surgimento de uma bolha especulativa que poderia estourar a partir da saturação do mercado.

No final de 1960, mesmo com o surgimento de algumas histórias que revolucionaram a indústria, a editora ainda parecia perpetuar uma mentalidade mais produtivista que qualitativa. Com algumas exceções entre roteiristas e desenhistas – vide Stan Lee e Carmine Infantino que buscaram estratégias para elevar o status artístico dos quadrinhos – mudanças que possibilitassem o maior reconhecimento dos quadrinhos ainda não estavam no primeiro plano das editoras. Mesmo que apontemos as histórias do *Quarteto Fantástico* e do *Homem-Aranha*, surgidos na década de 1960, como exemplos de narrativas que apresentaram super-heróis mais complexos e discutiram problemas cotidianos, ainda podemos afirmar que essa transformação foi muito mais uma iniciativa dos/as quadrinistas (roteiristas e desenhista) que da cadeia de comando ou mesmo do departamento de vendas. Talvez a oficialização da *Marvel Comics* na década de 1960, o surgimento destes personagens e o sucesso alcançado tenham contribuído justamente com a mentalidade de lucro imediato através de mais produtos daquele tipo.

Havia um ou dois anos, Lee vinha dizendo a seus roteiristas que as histórias Marvel deveriam ter apenas “a ilusão de mudança”, que os personagens nunca deviam evoluir muito, senão suas representações entrariam em conflito com o que estava planejado em outras mídias. (HOWE, 2017, p. 73)

Contudo, Stan Lee, co-criador de dois dos quadrinhos responsáveis pela reinvenção da empresa em 1960 e editor-chefe naquele período, parecia acreditar ter encontrado a fórmula para manter o interesse do público e as boas vendas. O quadrinista, junto com os co-criadores Jack Kirby e Steve Ditko, alcançaram a empatia do público quando criaram personagens socialmente disfuncionais e mais humanos, diferenciando-os da natureza divina e perfeita dos personagens da *DC Comics*.

Desta maneira, priorizar as características mais humanas dos/as personagens parecia ser a fórmula encontrada pelo editor-chefe da *Marvel*. Assim, a referida “ilusão da mudança” se tratava da manutenção desses elementos, ocorrendo de forma que os/as personagens, ao final de cada história ou arco de histórias, retornassem a um ponto narrativo semelhante ao que estavam inicialmente. Dessa forma, a história poderia conter diversos elementos e alterações pontuais, mas ao final da narrativa, de alguma maneira, o status estabelecido inicialmente deveria ser retomado de forma que o/a leitor/a desfrutasse de uma narrativa que parecia progredir, mas que de fato não avançava tanto. Somado a isso, outro fator que contribuiu para

a existência dessa estratégia foi a preocupação da editora com as adaptações feitas em outras mídias, algo que em 1960 influenciava o planejamento da editora e o trabalho do editor-chefe.

Contudo, se por um lado a *Marvel* parecia desconhecer a capacidade do seu público em avaliar o conteúdo, por outro parecia ter bastante conhecimento sobre a faixa etária que consumia seu produto e que tipo de história deveriam produzir para agradar.

“A ideia”, disse Gerry Conway, “era que você tinha um ciclo e a cada três anos você trocava os leitores. Quando os meninos batiam na puberdade, paravam de ler gibi e você tinha que ir atrás de outro grupo de garotos com dez anos. O objetivo era escrever material que fechasse com essa faixa etária”. Se você tinha que se ater à ilusão de mudança, o máximo que se podia almejar era fazer um reset para a nova safra de garotos de dez anos. (HOWE, 2017, p. 130)

As palavras do quadrinista nos indicam que a editora acreditava conhecer a faixa etária e o gênero do público consumidor de suas histórias, imaginando assim que o público alvo eram meninos de dez anos. Talvez por acreditar que o seu público era composto apenas por esse grupo específico, desconsiderando assim pessoas com mais idade e meninas, a editora tenha subestimado a capacidade dos/as leitores/as em avaliar a qualidade das histórias produzidas e assim apostado na estratégia produtivista. Além disso, a *Marvel* também parecia possuir conhecimento sobre a rotatividade desse público tendo em vista a diminuição do interesse pelas histórias em quadrinhos ao passo em que a puberdade se aproximava. Dessa maneira, na década de 1960, o planejamento da produção precisava ser desenvolvido e posto em prática de forma a coincidir com a alternância etária deste ciclo para maximizar as vendas.

Assim, a cada geração de garotos de dez anos que se aproximava da puberdade e, possivelmente, deixava de se interessar pelos quadrinhos de super-herói, outro grupo, mais novo, passava a ser alvo do interesse da editora. Assim, a ilusão da mudança mencionada anteriormente parecia acabar sendo sincronizada com esses ciclos e, dessa maneira, fazendo com que o status inicial fosse retomado a cada novo grupo de crianças que desenvolviam o interesse pelos quadrinhos da editora.

Contudo, se durante a década de 1960 a editora pareceu considerar apenas esse grupo específico como foco das suas publicações, a partir das décadas de 1980 e 1990 a percepção da editora sobre seu público consumidor sofreu um alargamento. As editoras de quadrinhos de super-herói aos poucos foram percebendo que essa renovação etária não estava mais ocorrendo na mesma intensidade. Se antes grupos de novas crianças surgiam para substituir as antigas que estavam crescendo e começando a se desinteressar pelos quadrinhos, naquele momento, essa renovação parecia estar sofrendo uma interrupção.

Todavia, ao mesmo tempo em que o público infantil foi diminuindo, o grupo de jovens-adultos que mantinham o interesse por histórias em quadrinhos foi crescendo e ganhando poder de compra suficientemente capaz de provocar mudanças na indústria dos quadrinhos ao passo que passaram a exigir um maior desenvolvimento das histórias.

A partir daquele momento, a editora buscou desenvolver melhor algumas histórias a partir de um processo de complexificação da narrativa e da utilização de abordagens mais sombrias, pessimistas e menos duais, algo que a princípio pode nos indicar a mudança de público alvo, tendo em vista a produção de quadrinhos que exigiam uma maior maturidade para a compreensão integral da narrativa.

Outro ponto que nos ajudou a perceber a mudança de público alvo por parte das editoras foi o foco dado aos fatores colecionismo e especulação, pois, provavelmente, os garotos de dez anos não eram os responsáveis pela compra de vários exemplares de uma mesma edição. Podemos, nesse momento, até estar nos referindo a parte do público que nas décadas anteriores foi o alvo dessas editoras, mas que na década de 1980 tornaram-se adultos que mantinham o interesse pelos quadrinhos e possuíam condições financeiras para comprar uma boa quantidade de edições, as quais tinham, inclusive, sofrido um grande aumento de preço durante as décadas.

Compreendida a mentalidade existente desde o surgimento da *Marvel Comics*, retornamos ao debate iniciado anteriormente sobre as estratégias mercadológicas adotadas durante as décadas de 1980 e 1990 pelas duas maiores editoras de quadrinhos de super-heróis. O desgaste provocado pelo excesso de capas e brindes em detrimento da qualidade das histórias, embora tenha ajudado na formação de uma bolha especulativa, não foi o único fator que contribuiu para o distanciamento de parte do público consumidor de histórias em quadrinhos do super-herói *Marvel* e *DC*.

Outro ponto era a complexa e extensa linha cronológica das histórias em quadrinhos, algo que praticamente obrigava os/as leitores/as a possuírem uma grande bagagem de leitura para conseguirem compreender as histórias. Essa necessidade impedia que novos/as leitores/as se aproximassem dos quadrinhos, pois não havia como adquirirem edições mais antigas, fosse por elas não estarem mais disponíveis no mercado ou por estarem muito caras em decorrência do aumento dos preços e da especulação existente no período. Esse era um problema que acabou tomando maiores proporções a cada nova mega saga lançada pelas editoras.

Em dez anos, o preço da edição avulsa havia triplicado para 75 cents, de forma que os nove capítulos de *Guerras Secretas II*, fora a enchente de edições interligadas nas séries, somavam mais de trinta dólares de cada mesada contadinha. Aliás, em 1985 a *Marvel* estava a fim de quebrar muitos cofrinhos – de uma hora para outra, era como se nenhuma série estivesse só. No meio de *Guerras Secretas II*, John Byrne desistiu de escrever *Tropa Alfa* e decidiu trocar de lugar com o roteirista de *Hulk*, Bill Mantlo;

eles engendraram um crossover entre as séries, de forma que você era obrigado a ler as duas ou nenhuma. X-Men e Novos Mutantes, ambas de Claremont, ficaram cada vez mais entrelaçadas e ainda tinham o fluxo constante de minisséries derivadas. O Homem-Aranha agora era uma franquia por conta própria, pois A Teia do Aranha [Web of Spider-Man] juntou-se a Surpreendente Homem-Aranha e Espetacular Homem-Aranha, e a trama de cada série tinha influência sobre a outra. (HOWE, 2017, p. 205)

Guerras Secretas foi um megaevento, ocorrido em 1980, que reuniu vários/as personagens da *Marvel* em um enorme *crossover*⁶⁶. A *Mattel*, empresa produtora de brinquedos, havia adquirido direitos para a produção de bonecos dos/as personagens da editora, mas para que isso pudesse ocorrer era necessário a publicação de uma história que proporcionasse muita divulgação dos/as personagens. (HOWE, 2017)

A forma como foi lançada a mega saga *Guerras Secretas II* nos ajuda a perceber como a *Marvel* se utilizou da interligação entre as edições para forçar o público a comprar toda uma determinada linha de histórias em quadrinhos, algo que contribuiu com o aumento das vendas e do lucro, tendo em vista a necessidade da complementaridade das edições para que o/a leitor/a compreendesse a completude da história. Contudo, o entrelaçamento de séries e a produção de mega *crossovers* entre vários títulos, ao mesmo tempo em que gerou maior lucro, também contribuiu com o afastamento de novos/as leitores/as, principalmente em um período no qual o preço por edição avulsa havia triplicado. Nesse sentido, a editora pareceu preferir garantir o ganho maior entre o público já existente que pulverizar os lucros através do alcance de mais consumidores/as. Ou seja, parecia ser preferível abrir mão do alcance em relação a um novo público e, possivelmente, novos compradores/as, do que do lucro gerado pela base que já possuíam.

O fã ideal da *Marvel Comics* era o que comprava todos os crossovers, todas as edições número um (talvez virassem edição de colecionador) e não tinham necessariamente muito em comum com os reflexivos e chapados que faziam festa com o Warlock de Jim Starlin, o Doutor Estranho de Steve Englehart e o Howard, o Pato de Steve Gerber. (HOWE, 2017, p. 206)

A idealização de um público consumidor para a *Marvel* parecia não fugir do colecionismo e/ou da especulação, criando assim uma espécie de enclausuramento para o seu próprio produto. Se anteriormente o conteúdo focava nas crianças de dez anos, agora o alvo eram os jovens-adultos que estruturavam a bolha existente no mercado. Howe, ao mencionar que a editora acreditava que o público consumidor ideal não possuía muito em comum com os fãs dos quadrinhos do Warlock e do Doutor Estranho, famosos pela reflexão social e pela

⁶⁶ Evento fictício em que dois ou mais personagens, cenários ou acontecimentos diferentes passam a integrar ou interagir em uma mesma mídia ou produto.

psicodelia, acaba nos mostrando que a editora possuía uma percepção sobre a profundidade reflexiva que deveria existir em cada quadrinho dependendo do público ao qual ele se destinava.

Dessa maneira, a questão novamente voltava a ser estrategicamente mercadológica e se interligava a produção das histórias em quadrinhos.

O problema foi que *Guerras Secretas II* tomou a estratégia de grande saga da predecessora e a multiplicou exponencialmente, de forma que a ação espirrou em quase todas as séries regulares que a editora produzia. Mais de trinta edições de outros títulos Marvel – de *Demolidor* e *Doutor Estranho* a *Micronautas* e *Rom* – saíram com um triângulo na capa para identificá-las como parte da saga. (HOWE, 2017, p. 204)

A editora utilizou a mega saga e a interligação entre vários títulos para forçar o público consumidor a comprar todas as edições, dificultando assim o acesso de novos/as leitores/as devido ao valor necessário para adquirir todas as edições e a necessidade de leituras complementares para compreensão da totalidade das histórias. A estratégia acabou tomando grandes proporções e forçando a editora a marcar as edições pertencentes a saga, atitude tomada, possivelmente, pelo temor que o público perdesse alguma edição em meio a tantas lançadas, abandonasse as compras e prejudicasse os lucros.

Mesmo que a *Marvel* ainda buscasse manter a “ilusão de mudança” como forma de evitar grandes alterações de *status*, era praticamente impossível que em algum momento as histórias não acabassem precisando de alguma leitura anterior para serem compreendidas. Um familiar de algum/a personagem que apareceu em uma edição específica, a morte de alguma entidade, uma guerra ou mesmo o surgimento de um novo grupo, todos esses são exemplos de pontos em que as narrativas podiam passar a depender de uma leitura prévia e que necessariamente obrigaria o/a leitor/a a possuir familiaridade com anos de cronologia.

O caso da *Marvel Comics* se torna ainda mais emblemático, pois desde o seu surgimento a editora ficou conhecida pela unificação do seu universo de histórias em quadrinhos, no qual existiam cidades do mundo real e os/as personagens viviam se cruzando em algum ponto da narrativa. (HOWE, 2017) Podemos citar como exemplo a existência do *Homem-Aranha*, do *Demolidor* e dos *Vingadores* na cidade de Nova York e de histórias onde estes personagens dialogavam ou se ajudavam no dia-a-dia.

A *DC Comics* também não se distanciava tanto nesse cenário. Apesar da editora nunca ter primado por um universo coeso no qual as histórias se interligavam, ela também sofria devido a enorme quantidade de personagens de terras diferentes dentro do seu fictício multiverso⁶⁷, algo que muitas vezes acabava confundido leitores/as menos acostumados/as com

⁶⁷ O Multiverso é um conceito criado pela *DC Comics* no qual infinitos universos, com suas próprias versões do planeta Terra (Terras Paralelas), coexistem e ocupam o mesmo espaço, estando separados apenas por uma

esse conceito. A continuidade das histórias sempre foi um problema para a editora, pois, diferentemente da *Marvel*, cujo o universo foi criado por um pequeno grupo de pessoas, o que acabou facilitando o controle, o mundo da *DC* havia sido criado aleatoriamente fragmentado ao longo de décadas sem um plano como guia. (TUCKER, 2018)

Na *DC* o/a mesmo/a personagem possuía versões diferentes e, portanto, histórias também diferentes de acordo com a terra em que ele/a havia sido criado/a. O ápice desse problema culminou com a produção do enorme *crossover* em 1986 conhecido como *Crise nas Infinitas Terras*, um megaevento que reuniu várias histórias e personagens da editora, no qual o final tratou de pôr fim, mesmo que momentaneamente, ao conceito de terras paralelas e em anos de cronologia desorganizada. (TUCKER, 2018)

A existência dessa enorme e complexa cronologia praticamente inviabilizada a manutenção do público que não se encaixava dentro da perspectiva do colecionismo e a chegada de novos/as leitores/as, dessa maneira, sendo mais um dos fatores responsáveis pelo distanciamento de parte do público durante algumas décadas.

Contudo, os fatores apresentados até então não foram os únicos responsáveis pelo desgaste do cenário. Com o amadurecimento do público e a consequente mudança de gosto, ficou cada vez mais difícil para as editoras manterem a qualidade dos quadrinhos escondida atrás das estratégias das capas variantes, edições nº1 e mega *crossovers*. Todavia, isso não quer dizer que imediatamente a qualidade passou a ser uma preocupação e as estratégias mercadológicas adotadas até aquele momento foram abandonadas. Esse foi um processo lento.

Quase imediatamente após a última edição de *Guerras Secretas* sair, Carol Kalish palestrou num encontro de donos de lojas de quadrinhos. “Vamos ser sinceros”, ela disse. “*Guerras Secretas* foi uma porcaria, não foi?” (Os lojistas concordaram unanimemente.) “Mas não vendeu?” O salão deu vivas. “Bom, então podem se preparar para *Guerras Secretas 2!*” (HOWE, 2017, p. 203)

Carol Kalish era a responsável pelo contato entre a *Marvel* e os donos de lojas especializadas em quadrinhos. Portanto, as vendas dependiam diretamente da relação estabelecida entre ela e os/as lojistas. Nesse ponto, percebemos que o sucesso de vendas alcançado por *Guerras Secretas* propiciou o planejamento de uma continuação da história dentro dos moldes estabelecidos para o aumento das vendas. Como já havíamos falado, a preocupação com a qualidade da história não era o principal foco da editora. Contudo, isso

diferença vibracional. Esse conceito surgiu nas histórias do personagem Flash, o qual conseguia alcançar essas diferentes Terras através da sua super velocidade que lhe permitia vibrar em diferentes frequências. O conceito foi encerrado, a princípio, na década de 1980 com a história *Crise nas Infinitas Terras* que destruiu as Terras Paralelas e fez com que vários/as personagens fossem recriados/as em um único universo coeso. Essa história, além de utilizar de um grande *crossover* entre personagens para atrair o público e vender mais, também serviu para reorganizar a linha cronológica e os/as personagens da editora.

também não parecia ser uma grande preocupação para os/as lojistas, dessa maneira, nos fazendo perceber que as duas partes estavam cientes da escolha pela quantidade em detrimento da qualidade.

Outro elemento importante para a compreensão do cenário em que a crise mercadológica se desenvolveu foi a adoção de um estilo de desenho que passou a priorizar formas físicas exageradas e a sexualização dos/as personagens, principalmente dos corpos das mulheres. Quadrinistas como Todd McFarlane, Jim Lee e Rob Liefeld que ganharam destaque dentro da *Marvel* entre o final da década de 1980 e, principalmente, o começo de 1990, passaram a incorporar aos/as personagens um físico exageradamente musculoso, poses impossíveis anatomicamente, grandes armas e outras características que visavam chamar a atenção do público leitor através do exagero visual.

A estética disforme e exagerada adotada por esses quadrinistas acabou marcando de tal forma os quadrinhos produzidos por *Marvel* e *DC* durante a década de 1990, suplantando inclusive a lembrança sobre produções que não utilizaram o mesmo estilo, que mesmo recentemente, matérias de sites especializados em crítica quadrinística continuam repercutindo o período como uma “década perdida”. Seja pela estranheza causada aos olhos de quem hoje se debruça sobre os desenhos desses artistas ou pela enorme crise que acabou atingindo a indústria de quadrinhos logo após os milhões de títulos vendidos por esses quadrinistas. A questão é que o período segue sendo retratado como um momento de questionável produção criativa, inclusive, sendo culpabilizado pelo posterior afastamento de parte do público.

A chamada “década perdida dos quadrinhos de superheróis” é sempre lembrada para ninguém esquecer que ela tem que ser esquecida. Confuso? Pois é típico do que aconteceu nesses anos em que os gibis dos supertipos da *Marvel* e da *DC*, via de regra, caíram consideravelmente de qualidade, marcados por roteiros estapafúrdios e personagens com formas anatomicamente improváveis. Nesse período, as duas editoras também viram surgir muitas concorrentes com produtos de gosto duvidoso. (RAMONE, 2015)

Contudo, como já mencionamos, essas histórias, a princípio, tiveram uma ótima recepção pelo público, venderam milhões de cópias no começo de 1990, contribuíram para o aumento do lucro das editoras e para a fama dos quadrinistas que as desenharam. Naquele período, cada vez mais o foco pareceu migrar do roteiro para o desenho. Contudo, assim como os outros elementos apontados, essa supervalorização do desenho em detrimento de uma história narrativamente complexa também acabou contribuindo com a saturação do mercado que a cada nova virada de foco parecia cada vez mais insatisfeito com o que estava sendo produzido.

Apesar do desgaste posterior provocado pelo estilo de desenho adotado por esses quadrinistas, não podemos negar que a partir da década de 1980 a produção de histórias em quadrinhos de super-herói das editoras *mainstream* passou a creditar maior importância aos desenhos em detrimento dos roteiros, conseqüentemente, fazendo com que os/as desenhistas passassem a receber maior importância na produção desses quadrinhos.

Se durante 1930 e 1940 os/as personagens eram os/as grandes responsáveis por atrair o público, a partir de 1960 eles/as passaram a disputar o prestígio também com os/as criadores/as, fossem roteiristas ou desenhistas. Personagens e quadrinistas passaram a dividir a atenção e a movimentarem as vendas. Muito do sucesso alcançado durante aquele período ocorreu devido a relação desenvolvida entre quadrinistas e consumidores/as. Mas no começo da década de 1970 a situação começou a mudar, os/as anteriormente desconhecidos/as criadores/as passaram a ultrapassar os personagens em grau de importância em algumas situações.

Diana Schutz, na época gerente da loja Comics & Comix em Berkeley.

“A gente lia Marvel nos anos 1960 tanto por conta dos personagens quanto dos caras que faziam. Nunca que aquilo ia dar certo sem ter por trás o Stan e o Jack, ou o Stan e o Steve. Quando entramos nos anos 1970, a equação começou a pesar ainda mais para o lado dos autores, e acabou gerando as editoras independentes, o mercado direto – guiado por autores, não personagens, nem editoras que publicavam esses personagens. (HOWE, 2017, p. 192)

A fala da gerente da loja especializada na venda de histórias em quadrinhos nos ajuda a perceber novamente a existência da relação empática entre público e personagem durante os anos de consolidação da indústria. Contudo, ao avançarmos para 1970, a gerente pareceu conferir unicamente a Stan Lee, Jack Kirby e Steve Ditko – respectivamente o roteirista e os dois desenhistas responsáveis pela criação de famosos personagens e histórias na *Marvel* – a responsabilidade pelo sucesso de uma história em quadrinho, não levando em consideração aspectos mais ligados a própria essência narrativa do/a personagem ou mesmo questões mercadológicas. Percebamos que naquele momento os/as personagens pareciam não possuir mais tanto mérito pelas histórias e pela identificação com o público, mas sim artistas específicos, gerando inclusive a desconfiança sobre o sucesso de alguma história sem o envolvimento de um/a quadrinista X ou Y da preferência do público.

A mudança na forma como o público percebia a importância dos/as autores/as na produção das histórias em quadrinhos acabou contribuindo com a resignificação do papel desses/as dentro das próprias editoras. Nas décadas anteriores, os/as autores/as não possuíam muito poder de negociação ou mesmo direitos sobre suas propriedades intelectuais, ficando destinados/as apenas a criação segundo os ditames editoriais. A partir da década de 1970 e,

principalmente, com a reformulação dos quadrinhos e a busca por um *status* artístico após o abandono do *comics code*, alguns/mas quadrinistas começaram a ganhar maior poder para influenciar os trabalhos e as produções em que estavam envolvidos/as, tendo em vista que os nomes de alguns/mas autores/as passaram a possuir força suficiente para aumentar a venda da revista a qual estivessem veiculados/as.

Era verdade que a equipe criativa de *Guerras Secretas* – que seria escrita pessoalmente por Jim Shooter e ilustrada por Mike Zeck e John Beatty – não era uma escalação superstar. O trabalho de Zeck e Beatty em *Capitão América* fizera sucesso, mas eles não tinham os seguidores devotos de um John Byrne ou de um Frank Miller – os fãs que dariam venda garantida. A verdade era que a Marvel estava fraca em roteiristas e artistas Rei Midas, que pudessem armar filas instantâneas por um gibi só com seu nome. “Em meados dos anos 1980, com o advento de *Guerras Secretas*, parece-me que a Marvel estava tentando virar a balança e puxar tudo para o lado dos personagens, não dos autores.” (HOWE, 2017, p. 192)

Se por um lado percebemos o prestígio que determinados/as autores/as começaram a possuir durante aquele período – gerando inclusive dúvidas se um megaevento como *Guerras Secretas* conseguiria se tornar um sucesso, tendo em vista uma equipe criativa que, nas palavras do autor, não possuía um “toque de Midas” capaz de elevar as vendas apenas com seus nomes –, por outro, também podemos inferir que em uma década na qual o foco havia sido transferido dos/as personagens para os/as autores/as, a *Marvel* parecia apostar, pelo menos neste caso, no seu produto e não nos nomes por trás da produção da história em quadrinho. Fosse pela indisponibilidade desses/as artistas que haviam adquirido um enorme sucesso – estivessem eles/as ocupados/as com outras séries ou editoras –, ou por uma questão estratégica, pois o foco da *Mattel* e da *Marvel* era a promoção dos/as personagens e a posterior venda de bonecos, a editora acabou não utilizando esses/as artistas para a promoção do *crossover*, algo que poderia ter ofuscado a ideia inicial das empresas.

Contudo, nem todo/a quadrinista conseguiu alcançar esse nível de prestígio perante o público e, conseqüentemente, desfrutar dessa transformação de *status*. Contudo, os/as autores/as que conseguiram alcançar essa fama acabaram abrindo portas que possibilitaram mudanças não apenas na forma como as histórias em quadrinhos eram produzidas, mas também nas relações de trabalhos que permeavam o cenário. Mudanças na forma de contratação dos/as artistas, no pagamento, na distribuição dos quadrinhos e até o surgimento de novas editoras foram possibilitados a partir dessas transformações.

O surgimento deste novo cenário só foi possibilitado a partir do prestígio alcançado por esses/as quadrinistas e com a enorme quantidade de títulos vendidos pelas editoras. Através das diversas estratégias mencionadas, o deslocamento de forças proporcionou a mudança de foco do produto para os/as produtores/as.

Nesse sentido em um momento onde a produção de quadrinhos havia crescido em consonância com a intensificação do espírito colecionista e especulativo de parte do público, permitido que alguns/mas quadrinistas passassem a desfrutar de maior prestígio, percebemos que as estratégias mercadológicas utilizadas para aumentar as vendas conseguiram efetivamente elevar o número de revistas vendidas e o lucro das editoras.

Contudo, ao mesmo tempo em que essas estratégias, utilizadas de forma intensiva, lograram êxito mercadológico, contribuíram também para o desgaste das histórias em quadrinhos do gênero super-herói, ao passo que mercado e público não conseguiam mais absorver a produção e começaram a ficar saturados das narrativas que não prezavam pela qualidade da história, mas apenas por questões visuais e gráficas. A partir desse desgaste, as vendas que haviam desfrutado do enorme crescimento anterior, começaram a cair bruscamente. Era o estouro da bolha especulativa na metade da década de 1990. (HOWE, 2017) Além do que nos fala Howe (2017), podemos perceber nas tabelas abaixo a gradual queda nos números de vendas dessas editoras.

Tabela 6 – Número de vendas Marvel - década de 1990

MÊS/ANO	EDITORA/TÍTULO	POSIÇÃO RANKING MAIS VENDIDOS	UNIDADES VENDIDAS
04/1993	Marvel/ X-Men Unlimited	18°	500.000
12/1993	Marvel/ X-Men	2°	208.300
12/1994	Marvel/X-Men	2°	208.300
12/1996	Marvel/Uncanny X-Men	1°	190.955
12/1997	Marvel/Avengers	2°	194,439
12/1998	Marvel/X-Men	2°	135,558
12/1999	Marvel/X-Men	1°	117,491

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados coletados no site *Comichron*. (MILLER, 2018)

Ao analisarmos a tabela construída com os números de títulos vendidos pela *Marvel* durante toda a década de 1990, podemos perceber uma representativa queda no número de exemplares vendidos por edição durante todo o período após o início da década.⁶⁸ Iniciamos pelo mês de abril de 1993 e escolhemos também para análise o mês de dezembro de todos os

⁶⁸ Os quadrinhos desenhados por Rob Liefeld, Todd McFarlane e Jim Lee – edições que venderam milhões de cópias e bateram diversos recordes – foram lançados em 1990 e 1991. Dessa maneira, optamos por analisar os números de vendas de 1992 até 1999, objetivando perceber o cenário mercadológico pós esses lançamentos. Contudo, só encontramos dados sobre essa década a partir de abril de 1993 e por isso iniciamos nossas tabelas nesse ano.

posteriores anos da década de 1990, visando construir uma melhor percepção sobre o cenário mercadológico existente naquele momento.

Dessa forma, torna-se perceptível que em abril de 1993 a *Marvel*, com as 500 mil unidades de *X-Men Unlimited*, sua revista mais vendida daquele mês, não conseguia se aproximar das 4 milhões de cópias vendidas de *X-Force* por Rob Liefeld, muito menos dos 8 milhões de revistas *X-men* n°1 vendidas por Jim Lee em 1991. Esse número, apesar de alto quando confrontado com o restante dos anos, representava uma queda de 87,5% e 93,5%, quando comparado, respectivamente, as vendas de *X-Force* e *X-men* n°1.

Além do diagnóstico dessa enorme queda em abril de 1993, podemos perceber que durante todos os posteriores anos da década de 1990⁶⁹ os números continuaram diminuindo seguidamente, com exceção de dezembro de 1997 quando a editora pareceu ter ensaiado uma pequena recuperação quando comparado ao mesmo mês do ano anterior. Contudo, essa retomada acabou não sendo consolidada, tendo em vista que em dezembro de 1998 o número de cópias da revista mais vendida voltou a cair de forma drástica.

Em abril de 1993, apesar das 500 mil unidades vendidas serem o maior número alcançado para aquele mês durante a década⁷⁰, a revista mais vendida pela *Marvel Comics* amargava apenas a 18ª posição no ranking de títulos mais vendidos daquele mês. Isso nos faz perceber que, apesar da queda no número de vendas ser grande, naquele ano, outras revistas ainda alcançaram número maiores que os praticados por essa editora e mais próximos dos recordes estabelecidos anteriormente. O caso da revista *Adventures of Superman (DC Comics)*⁷¹, nos faz perceber que apesar de significativo, esse declínio pode ter sido menos brusco do que imaginamos, pelo menos ao relativizarmos os anos subsequentes ao início da década e levarmos em consideração as vendas alcançadas por essas outras revistas e editoras naquele mês.

Outro elemento que podemos depreender é que, assim como havíamos mencionado anteriormente, tanto *Marvel* como *DC* começaram a enfrentar maior concorrência de outras editoras, vide a quantidade de títulos vendidos por *Valiant* e *Image* naquele mesmo mês. Essas duas editoras conseguiram emplacar 4 revistas (1º e 3º respectivamente) entre os 10 títulos mais vendidos enquanto a *Marvel* nenhuma, além de 24 revistas (11º e 13º respectivamente) entre

⁶⁹ Por motivos que ainda não conseguimos identificar, de julho a dezembro de 1995 a *Marvel Comics* não figurou em nenhuma colocação do ranking dos 300 títulos mais vendidos, sendo que de janeiro a junho daquele ano a editora conseguiu praticamente dominar o top 10 dos mais vendidos. (MILLER, 2018)

⁷⁰ Abril/1995: 338.500 cópias (*X-Men Omega*). Abril/1996: *Marvel* não aparece na lista dos 300 títulos mais vendidos do mês. Abril/1997: 179.378 cópias (*Uncanny X-Men*). Abril/1998: 149.541 (*Uncanny X-Men*). Abril/1999: 129.900 (*Uncanny X-Men*). (MILLER, 2018)

⁷¹ Abril de 1993 na próxima tabela.

os 50 títulos mais vendidos, totalizando quase a metade. As duas maiores editoras do período, além dos elementos elencados até esse momento, passavam a disputar com outras empresas o mercado consumidor de histórias em quadrinhos. Essa transformação acabou acarretando significativas mudanças no mercado no tocante à produção e às relações de trabalho.

Mesmo que a *DC Comics* não tenha adotado efetivamente o mesmo tipo de estética utilizada pelos quadrinistas *Marvel*, lançado os quadrinhos desenhados por Liefeld, McFarlane e Lee e nem alcançado o mesmo número de títulos vendidos, é importante percebermos que estas empresas e a consequente “saúde financeira” das duas sofria, com a mesma intensidade ou a partir das mesmas causas, quando o público consumidor do gênero super-herói aumentava ou diminuía as compras de quadrinhos em decorrência de alguma estratégia mercadológica empregada, como a saturação que apresentamos durante esse tópico.

Nesse sentido, vejamos a tabela em que analisamos os números praticados pela *DC Comics* durante a década de 1990.

Tabela 7 – Número de vendas *DC* - década de 1990

MÊS/ANO	EDITORA/TÍTULO	POSIÇÃO RANKING MAIS VENDIDOS	UNIDADES VENDIDAS
04/1993	DC/Adventures of Superman	1°	3.454.000
12/1993	DC/Superman: Man of Steel	4°	178.600
12/1994	DC/Superman: Man of Steel	4°	178.600
12/1995	DC/DC vs. Marvel	1°	317.800
12/1995	DC/Batman	7°	100.000
12/1996	DC/DC-Marvel: All Access	22°	88.851
12/1997	DC/JLA	10°	109,108
12/1998	DC/Kingdom	8°	101,097
12/1999	DC/JLA	6°	84,172

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados coletados no site *Comichron*. (MILLER, 2018)

A partir dos números dessa tabela, podemos perceber algumas aproximações com as vendas praticadas pela *Marvel Comics*, mas também alguns distanciamentos. Diferentemente da editora rival, a *DC*, em abril de 1993, ainda conseguia manter o número de cópias da sua revista mais vendida no patamar dos milhões (3.454.000 unidades), dessa maneira, estando muito acima dos 500 mil exemplares da concorrente. Mas não apenas isso, a *DC* também havia

emplacado os cinco títulos mais vendidos daquele mês e todos ultrapassaram 1 milhão de cópias vendidas.⁷²

Talvez essa relativa predominância, tendo em vista que nos anos anteriores a *Marvel* havia mantido as primeiras colocações, tenha ocorrido em decorrência da saturação do mercado devido às estratégias utilizadas pela editora concorrente e a possível migração de parte do público para os quadrinhos da *DC*. Outro fator que nos ajuda a refletir sobre as mais de 3 milhões de unidades vendidas pela revista *Adventures of Superman* naquele mês e, conseqüentemente, corrobora com a percepção de que estas editoras estavam investindo em novos formatos e melhores acabamentos gráficos, é que esta história em quadrinho se tratava de uma “edição de colecionador”, ou seja, uma revista feita possivelmente com formato, cores e acabamento gráfico diferentes dos utilizados comumente, com uma maior preocupação com a história e destinada a um público específico. Além de ter sido a revista mais vendida naquele mês, esta edição ainda possuía o maior preço de mercado entre todas as revistas vendidas pela editora, custando \$2.95 contra os habituais \$1.95 das demais revistas. Ou seja, além de ter sido a edição com o maior número de unidades vendidas, também foi o título que mais arrecadou, pois possuía o maior preço cobrado, totalizando assim uma possível arrecadação de \$10.189.300,00.

Contudo, é interessante percebermos que mesmo com esses números, ano após ano as vendas da editora começaram a cair drasticamente e, muitas vezes, quase não conseguiram alcançar a marca das 100 mil unidades vendidas. Com exceção de dezembro de 1995, quando o quadrinho mais vendido pela *DC* ultrapassou as 300 mil revistas vendidas, todos os outros anos a empresa passou a enfrentar uma considerável queda nas vendas, chegando inclusive a não ultrapassar as 90 mil unidades vendidas em dezembro de 1996 e ficando apenas na 22ª posição no ranking daquele mês. Todavia, mesmo em 1995, quando alcançou o melhor indicador dentre os analisados após 1993, é necessário que percebamos que o quadrinho lançado (*DC vs. Marvel*) se tratava de um *crossover* entre os/as personagens das duas editoras, sendo, portanto, uma estratégia mercadológica que utilizava o apelo do público mais fanático, sedento por histórias que unissem ou confrontassem seus “ícones de capa”.

Podemos depreender, a partir dessa informação, que, mesmo não parecendo ter enfrentado uma queda nas vendas tão acentuada no início da década, assim como a *Marvel*, a *DC* enfrentou durante o mesmo período dificuldades tão significativas quanto, chegando

⁷² 1º *Adventures of Superman* nº 50 (3.454.000 unidades). 2º *Action Comics* (1.775.000 unidades). 3º *Superman* (1.771.000 unidades). 4º *Adventures of Superman* nº 50 (1.771.000 unidades). 5º *Superman Man of Steel* (1.770.000 unidades). (MILLER, 2018)

inclusive a ter que utilizar a estratégia na qual os/as personagens das duas empresas eram colocados em combates dentro de uma história para que o público voltasse a se interessar, em determinada medida, por aquele quadrinho e as vendas pudessem desfrutar de algum tipo de aumento. Objetivo momentaneamente alcançado. Durante os anos posteriores os números voltaram a cair e formas de contornar esse efeito começaram a ser pensadas pela empresa.

A partir dessa análise, podemos perceber que, tanto *DC* como *Marvel*, enfrentaram uma acentuada queda nas vendas de suas histórias em quadrinhos durante praticamente toda a década de 1990, salvo algumas exceções pontuais que identificamos. Os números praticados não apenas pareciam cair constantemente, como as estratégias utilizadas anteriormente começavam a não surtir o mesmo efeito, vide o exemplo do *crossover* entre personagens das duas editoras que vendeu pouco mais de 300 mil cópias.

Nesse sentido, as duas editoras, ao enfrentarem a queda nas vendas, começaram a repensar as estratégias adotadas até aquele momento, passando a dedicar maior atenção às histórias e utilizando-se, inclusive, dos/as quadrinistas que haviam alcançado prestígio perante o público para continuar promovendo os quadrinhos produzidos. (HOWE, 2017) Contudo, devido à difícil retomada que parecia não acontecer, as empresas começavam a perceber que cada vez mais a forte saturação do mercado começava a exigir mudanças mais profundas e que as estratégias utilizadas até então – autores/as famosos, *crossovers*, capas variantes e formato de coleção – não conseguiam mais suprir a demanda de inovação do conteúdo exigida por parte do público que havia se afastado.

Assim como em momentos anteriores, principalmente durante a década de 1980, quando quadrinistas britânicos foram trazidos para escreverem histórias para as editoras estadunidenses, estas empresas pareciam começar a perceber que a solução deveria ser novamente buscada fora do circuito *mainstream* estadunidense. Dessa maneira, buscar quadrinistas em outros países pareceu uma solução necessária visando a transformação do conteúdo pretendida naquele momento. Roteiristas e desenhistas capazes de oxigenar as narrativas e os desenhos passaram a serem buscados de maneira mais estrategicamente pensada por essas editoras, de forma que estes/as novos/as artistas conseguissem transformar o estilo narrativo-imagético dos quadrinhos estadunidenses de super-herói.

Nesse sentido, é a partir dos elementos elencados neste tópico e principalmente do contexto de saturação do conteúdo das histórias em quadrinhos, das diversas estratégias utilizadas por essas editoras e da crise mercadológica que se apresentou, que iniciamos nossa reflexão sobre a aproximação do mercado *mainstream* de super-heróis nos EUA com a empresa de agenciamento de quadrinistas brasileiros/as *Art&Comics*, surgida em 1991 sob o comando

de Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes. A maior abertura da indústria de histórias em quadrinhos para artistas estrangeiros/as foi de extrema importância para a inserção dos/as artistas brasileiros/as durante a década de 1990 e pelo êxito alcançado pela *Art&Comics* ao, através dos contatos estabelecidos pelos seus fundadores, mediar a contratação destes profissionais pelas editoras *Marvel Comics* e *DC Comics*.

Portanto, nesse capítulo, podemos nos aprofundar no contexto de produção das histórias em quadrinhos nos Estados Unidos, dessa maneira, refletindo sobre a transformação dessa mídia em um produto de consumo de massa. A partir dessa reflexão, conseguimos compreender que ao falarmos de quadrinho *mainstream*, durante a década de 1990 nos EUA, estamos nos referindo às histórias de super-heróis. Nesse sentido, ponderamos ainda sobre a diversidade da produção de histórias em quadrinhos em outros mercados, chegando à conclusão que o nicho *mainstream* estadunidense era diferente do existente no cenário franco-belga, japonês e brasileiro quando comparado a gênero narrativo e estética.

Ainda nesse primeiro capítulo, transitamos pelo surgimento e pelo funcionamento das duas maiores editoras estadunidenses de histórias em quadrinho de super-herói: *Marvel* e *DC*. Investigamos diferenças estruturais, mercadológicas, criativas e até comportamentais para verificar e refletir sobre as vendas alcançadas pelas mesmas. Dessa maneira, compreendemos melhor a disputa entre as duas editoras pelo mercado existente e conseguimos quantificar, em tabelas, algumas das impressões sobre o cenário de produção e venda de histórias de super-heróis.

Por fim, nos deparamos com estratégias estéticas, gráficas e mercadológicas utilizadas com a intenção de alavancar as vendas, algo que, com o passar da década, acabou causando o estouro de uma bolha financeira e desencadeando uma crise suficientemente capaz de reduzir o faturamento das editoras.

Após a compreensão de todo esse contexto, como falado anteriormente, nos aproximamos novamente da criação da agência brasileira *Art&Comics* e dos quadrinistas agenciados para o mercado estadunidense, tendo em vista, que as grandes editoras dos EUA estavam buscando maneiras para modificar a produção de quadrinhos e retomar público e vendas.

3 DA “CRONOLOGIA ABRIL” À ART&COMICS: O CENÁRIO BRASILEIRO DE EDIÇÃO E PUBLICAÇÃO DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

No capítulo anterior refletimos sobre o funcionamento da indústria de histórias em quadrinhos de super-herói nos Estados Unidos durante o final da década de 1980 e a década de 1990. Focamos, principalmente, no contexto existente, em aspectos da produção e nas pessoas que estavam inseridas naquele meio. Assim, a partir da discussão realizada com a bibliografia e a análise das fontes, percebemos que o objeto dessa pesquisa pertence ao cenário *mainstream* de histórias em quadrinhos ou, em outras palavras, está dentro da lógica do consumo de massa. (ECO, 2001)

Portanto, a partir dessa percepção, buscamos definir, inicialmente, o que estávamos chamando de história em quadrinho *mainstream* nos EUA daquele período. Dessa maneira, acabamos por retornar ao surgimento do gênero e das primeiras histórias produzidas, passamos pelo período em que elas se massificaram e chegamos ao recorte temporal de nossa pesquisa, refletindo, especialmente, sobre quais elementos nos ajudavam a compreender e a justificar a inserção daquelas histórias dentro da lógica do consumo de massa e, portanto, do cenário *mainstream*.

Assim, pudemos concluir que esse segmento comercial, dentre algumas coisas, acabou sendo definido pelos e através dos quadrinhos de super-herói nos EUA da década de 1990. Parecia uma relação simbiótica, onde o tipo de história e o nicho de mercado ajudavam um na compreensão/definição do outro.

Para chegar a essa conclusão refletimos sobre os gêneros de quadrinhos produzidos e o gosto do público em mercados como o franco-belga, o japonês e o brasileiro. Dessa maneira, constatamos que no período estudado os gêneros preferidos pelo público de outros países eram outros que não o de super-herói, tais quais ficção científica, fantasia, terror e crime.

Ainda dentro desta intenção inicial, também mapeamos as editoras que poderiam ser consideradas *mainstream* a partir da definição que adotamos. Dentre algumas, chegamos a *Marvel* e a *DC Comics*, duas grandes editoras de quadrinhos de super-herói, donas do maior número de publicações desse tipo e, conseqüentemente, dos maiores faturamentos atrelados a venda desse tipo de história. Assim, vislumbramos o surgimento e a produção destas empresas ao longo de algumas décadas, além de conhecermos algumas das pessoas envolvidas no processo de edição e publicação. Buscamos entender as relações estabelecidas e como elas interferiram no funcionamento das editoras.

Por fim, focamos no que chamamos de “crise no mercado estadunidense de super-heróis” e buscamos compreender as causas para esse acontecimento. Nesse sentido, refletimos sobre a relação existente entre a queda das vendas desse gênero e a busca por artistas em outros países pelas referidas editoras.

Assim, é com essa compreensão sobre o cenário estadunidense de produção de histórias em quadrinhos de super-herói durante a década de 1990 que iniciamos este segundo capítulo.

Continuamos nossa empreitada, mas mudamos o foco para a esfera nacional e buscamos compreender o cenário brasileiro, focando principalmente no contexto que permitiu o surgimento da *Art&Comics*. Dessa maneira, conhecemos também outras empresas e as pessoas envolvidas nessa conjuntura, as quais acabaram contribuindo para que o agenciamento internacional de quadrinistas brasileiros se tornasse possível.

Foi com esse objetivo que nos deparamos com a importância da *Abril*, editora brasileira de histórias em quadrinhos onde os sócios fundadores da *Art&Comics* começaram a trabalhar juntos durante a década de 1980. Já no início da década de 1990, a reunião destes profissionais acabou resultando na criação da empresa responsável pelo agenciamento de artistas brasileiros para o mercado internacional.

Portanto, compreender o funcionamento da editora, a aproximação destes profissionais, os cargos ocupados, as atividades desenvolvidas e o *know-how* adquirido, acabou se tornando parte importante para que possamos compreender as relações estabelecidas a nível nacional e/ou internacional com outros/as profissionais da área dos quadrinhos. Nesse sentido, essa compreensão ganha excepcional importância ao passo que uma de nossas hipóteses se fundamenta no estabelecimento de contatos que acabaram sendo fundamentais para a viabilização da internacionalização dos quadrinistas agenciados.

Dessa maneira, é com essa intenção que buscamos conhecer o trabalho desenvolvido por Helcio de Carvalho, Dorival Vitor Lopes e Jotapê Martins dentro da editora *Abril*, os três funcionários responsáveis pela fundação da agência *Art&Comics*. Portanto, com o objetivo de compreender quais foram as circunstâncias que contribuíram para a criação da empresa de agenciamento, nos debruçamos sobre a contratação dos mesmos, os cargos que alcançaram, o trabalho que realizavam e os contatos que estabeleceram.

Nesse sentido, a partir do trabalho desenvolvido por estes profissionais que ocupavam cargos de tradução, edição e, algumas vezes, até de colorização, podemos compreender aspectos da relação desenvolvida entre a *Abril* e algumas editoras estadunidenses como *Disney* e *Marvel*. Vislumbraremos tanto aspectos da edição quanto da criação de narrativas originais, algo que,

ao longo dos anos, possibilitou que estes profissionais aprendessem mais sobre o processo de produção e estabelecessem contatos internacionais importantes devido a necessária aprovação do material produzido em solo nacional.

A partir dessa situação, em alguns momentos e por motivos variados – como o complemento de páginas ou a adaptação de histórias para um contexto mais próximo ao público brasileiro –, a editora brasileira acabou conseguindo autorização das licenciadas para a concepção de quadrinhos com roteiro e arte originalmente feitos por quadrinistas brasileiros.

Desta maneira, a partir da necessidade de adaptação e das possibilidades de criação, buscamos compreender como esta permissão, por parte de algumas editoras, acabou contribuindo para o desenvolvimento de um setor dentro da *Abril* responsável pelo desenvolvimento de histórias originais, algo que depois acabou culminando na criação de um departamento exclusivo para os quadrinhos de super-heróis e suas demandas. Nesse sentido, nos debruçamos sobre o trabalho desenvolvido nesse departamento, os/as profissionais que lá trabalharam e os contatos estabelecidos no dia-a-dia.

O direcionamento dado a edição dos quadrinhos de super-heróis no final da década de 1980, acabou resultando em uma necessidade que só foi suprida com o surgimento de empresas terceirizadas que foram contratadas pela *Abril*, o que acabou resultando na saída de alguns funcionários da editora e no surgimento de estúdios especializados nesse tipo de história.

Portanto, é a partir da compreensão da existência de duas fases da empresa objeto de nossa pesquisa que buscamos escrever esse capítulo. A primeira fase é iniciada em 1987 com a criação do estúdio *Artecômix* por Helcio de Carvalho e Jotapê Martins. A empresa surgiu como uma terceirizada contratada pela *Abril* e outras editoras para adaptar e produzir histórias em quadrinhos estrangeiras. Já o segundo momento começou em 1991 com a fusão entre o *Artecômix* e o estúdio *Criarte* de Dorival Vitor Lopes, outro ex-funcionário da *Abril*. Com essa união surgiu o estúdio e empresa de agenciamento *Art&Comics*, o qual passou a ser responsável pelo agenciamento de quadrinistas brasileiros para o mercado estadunidense posteriormente.

Para a construção das reflexões feitas neste capítulo uma fonte foi de extrema importância: o livro *O Império dos Gibis: a incrível história dos quadrinhos da Editora Abril*, escrito pelos jornalistas e editores Manoel de Souza e Maurício Muniz. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

A referida publicação narra os bastidores da trajetória da publicação de HQs pela editora *Abril*, que por muito tempo ficou responsável pelo lançamento de quadrinhos da *Disney*, *Marvel*, *DC* e *Turma da Mônica* no Brasil. O livro traz, de forma narrativa, um grande compilado das informações coletadas em entrevistas realizadas pelos autores com pessoas que

trabalharam na *Abril*. Foram entrevistados diretores, editores, desenhistas e vários outros funcionários da editora com o intuito de remontar, minimamente, a história por trás dos vários títulos publicados pela empresa.

Dessa maneira, o livro transcorreu por momentos desde a fundação da editora, passando pelo licenciamento de várias revistas, pela contratação de alguns funcionários, pelo trabalho desenvolvido na empresa, pelo apogeu e pela queda nas vendas. Assim, com o passar da leitura, somos convidados a transitar em meio a rememoração de décadas de funcionamento, da disputa mercadológica e dos bastidores da produção.

Para conclusão do projeto do livro, os autores, especializados⁷³ no ramo de cultura pop e geek, levaram 18 meses de pesquisa, consultaram mais de 300 periódicos e entrevistaram 46 pessoas envolvidas com a história da *Abril* em 63 horas de entrevistas gravadas. Assim, mesmo se tratando de uma obra não produzida por historiadores e desconhecendo os detalhes da metodologia empregada pelos autores, o livro adquire determinada importância ao sustentar sua narrativa através de uma considerável base de fontes. Contudo, não afirmamos que devemos tomar como verdade absoluta o que foi descrito ou narrado, mas que devemos, com a devida criticidade, considerar as informações apresentadas no livro e problematizá-las.

Manoel de Souza, um dos autores do livro, possui mais de 25 anos de experiência como editor, em 2006 criou a *Revista Mundo dos Super-Heróis* e, atualmente, se dedica aos trabalhos da editora *Heroica*, da qual é dono e pela qual o referido livro foi lançado. Já Maurício Muniz, o outro autor do livro, trabalhou em vários veículos relacionados à cultura geek ao longo dos anos, dentre eles a revista *Wizard*. Jornalista, tradutor e editor, trabalhou na publicação de quadrinhos como *A Liga Extraordinária*, *Planetary* e *Tom Strong*.

Acreditamos ser importante sabermos um pouco da trajetória desses autores para que possamos compreender que o conhecimento que os mesmos possuem faz parte de um lugar específico: a experiência no ramo das histórias em quadrinhos. Não que isso blinde o livro contra críticas e questionamentos. Contudo, nos ajuda a problematizar o fato de um dos autores ser o dono da editora que publicou a referida obra, nos indicando o interesse que o mesmo possuía com o lançamento desse livro.

Nesse sentido, é importante compreendermos que, assim como outras fontes, esse livro também carrega as intencionalidades de seus autores, dentre elas, talvez, a que parece de forma mais evidente seja a intenção de associar a editora *Abril* à responsabilidade pela publicação de

⁷³ Não nos referimos aos autores como especialistas por levar em consideração possíveis titulações acadêmicas que os mesmos possam ou não ter. A forma de tratamento utilizada, com as devidas ponderações, é feita a partir da experiência e do conhecimento que os mesmos possuem sobre a indústria de histórias em quadrinhos no Brasil.

diversos títulos de super-herói. Essa vontade tornou-se mais compreensível ao passo que descobrimos que a referida editora foi a responsável pela inserção dos autores ao mundo dos gibis.

Por conta disso, buscamos nos aproximar da obra com o devido distanciamento necessário e decidimos abordá-la não como bibliografia, mas como mais uma das fontes analisadas para essa pesquisa. Nesse sentido, tendo em vista que o livro reúne um compilado de informações retiradas de várias horas de entrevistas, buscamos localizar e problematizar as informações e os dados apresentados.

Assim, reiteramos que a referida publicação passou a ser compreendida como fonte ao percebermos a grande quantidade de informações levantadas a partir de entrevistas realizadas pelos autores com pessoas no cenário nacional de histórias em quadrinhos. Nesse sentido, o caráter documental que a obra acabou incorporando ajudou a ressaltar essa percepção. Helcio de Carvalho e Jotapê Martins, fundadores da agência *Art&Comics*, além dos quadrinistas Marcelo Campo e Joe Bennett, agenciados pela empresa para os EUA, são apenas alguns dos nomes que apareceram nas páginas do livro e nos ajudaram a compreender melhor nosso objeto, bem como refletir sobre o contexto em que ele estava inserido. Portanto, o livro, ao ser enxergado como uma fonte e não como uma bibliografia, acabou sendo bastante explorado durante o segundo capítulo inteiro. Para isso, foi necessário abordar as informações contidas na obra da mesma forma que outras fontes de pesquisa utilizadas ao longo desta tese.

Para isso, buscamos não utilizar as informações para reforçar, ou mesmo comprovar, afirmações feitas durante a escrita como se o fato estivesse exposto aguardando apenas a nossa transcrição para o papel. Mas, a partir da análise desses dados, buscamos refletir sobre os significados de determinados acontecimentos, mapear conexões entre algumas pessoas, perceber o funcionamento da *Editora Abril* e, principalmente, compreender o contexto que propiciou o surgimento da agência *Art&Comics*.

3.1 O CASO DA EDITORA ABRIL: DA CRIAÇÃO À PUBLICAÇÃO DE SUPER-HERÓIS.

Em 16 de dezembro de 1947 foi registrado na Junta Comercial do Estado de São Paulo o contrato social de uma nova editora. Surgiu ali, na Rua Líbero Badaró, 158, no centro da capital paulistana, a *Editora Abril Ltda*. O registro da empresa trazia como sócios Enrico Frisoni, Enrico Rimini, Piero Kern e Marcello Frisoni, deixando de fora, pelo menos naquele documento, o idealizador e real dono César Civita. (SOUZA; MUNIZ, 2020) Provavelmente o

nome de Civita não constava no documento de registro devido ao fato do mesmo não possuir residência fixa no Brasil, algo necessário para a abertura de uma empresa em solo brasileiro.

A *Editora Abril* surgiu no Brasil como uma espécie de filial da *Editorial Abril*, empresa também do italiano César Civita, mas com sede na Argentina. Temendo a situação argentina após o final da Segunda Guerra Mundial e a chegada de Juan Domingo Péron ao poder em 1946⁷⁴, César Civita receava a perseguição aos chamados “inimigos do governo”. Faziam parte destes supostos “inimigos” estrangeiros e esquerdistas, setores dos quais muitos funcionários da editora faziam parte, além de pessoas próximas aos ideais antifascistas, tais quais os próprios donos da *Editorial Abril*.

Portanto, temendo uma intervenção em seus negócios, Civita resolveu sondar outros possíveis mercados e acabou viajando para São Paulo com o objetivo de conhecer mais sobre o mercado brasileiro. Esta decisão acabou rendendo uma parceria, ainda em 1946, com Adolfo Aizen, dono da *Editora Brasil-América Limitada (EBAL)*, para o lançamento de histórias em quadrinhos *Disney* e, posteriormente, culminou com a abertura da filial brasileira que objetivava, inicialmente, salvaguardar o patrimônio de César Civita. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

No início, a *Editora Abril* se dedicou a compra e venda de livros e outras publicações, inclusive de material importado. Inicialmente, em 1948, foram adaptados para o português quatro coleções lançadas na Argentina pela matriz: *Pequeños Grandes Livros (Pequenos Grandes Livros)*, *La Ventanita (A Janelinha)*, *Yo Soy (Eu Sou)* e *Cuentos de Abril (Contos de Abril)*. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Com a criação da nova editora e da quantidade de trabalho demandado por duas empresas em países diferentes, César Civita convidou seu irmão Victor Civita, na época morando nos EUA, para administrar a sede do Brasil, permitindo assim que César voltasse para a Argentina.

O convite feito a Victor Civita para administrar a editora brasileira pareceu não ter tido, a princípio, participação dos sócios fundadores da *Editora Abril*. Mesmo que Victor precisasse investir seu próprio dinheiro e o de sua família para assumir o cargo, não interferindo com o capital dos outros sócios, o convite sem a consulta ou a aprovação dos outros envolvidos parecia no mínimo estranho. Dessa maneira, a liberdade que César demonstrou ao convidar seu irmão para assumir um cargo de administração, mesmo ele não fazendo parte da sociedade inicial, reforça que, mesmo não possuindo o nome no documento da Junta Comercial de São

⁷⁴ Juan Domingo Péron foi eleito presidente da Argentina em 1946 e seu governo foi marcado por uma política populista e autoritária. Ficou no poder até 1955 quando, em seu segundo mandato, sofreu um golpe militar.

Paulo, o dono de fato da *Abril* era César Civita e, portanto, comandava a editora de acordo com os seus interesses. Fato que lhe permitia convidar o irmão para assumir a empresa.

A editora brasileira iniciou sua operação sob o comando de Victor com o licenciamento para publicação de quadrinhos e livros de Walt Disney, além de alguns poucos personagens italianos. Durante os primeiros anos os principais títulos da editora foram os quadrinhos licenciados com a *Walt Disney*, dentre eles *Pato Donald*, *Tio Patinhas*, *Mickey*, *Pateta*, *Pluto* e *Zé Carioca*. Ao mesmo tempo em que estas publicações contribuíram para a consolidação da nova editora, elas também acabaram marcando significativamente o mercado brasileiro ao inovarem e promoverem o “formatinho”, uma importante mudança no tamanho físico das histórias em quadrinhos publicadas pelas editoras no Brasil.

A partir de 1952, com o objetivo de aproveitar melhor o tamanho e a quantidade de papel utilizada, bem como a produtividade da impressão, a editora decidiu diminuir o tamanho de seus quadrinhos dos habituais 20cm X 28cm para 13,5 cm X 20,5 cm. Essas mudanças acabaram gerando um novo modelo de publicação. Esse novo formato acabou sendo muito adotado pelo mercado nacional nos anos posteriores, principalmente a partir de 1973, quando a crise do petróleo dificultou a importação de papel. Nesse contexto, outras editoras passaram a utilizar o “formatinho” com a intenção de economizar matéria-prima e manter suas publicações rentáveis, as mesmas intenções iniciais da *Abril*.

Contudo, foi apenas a partir de 1959 que a editora começou a diversificar seu catálogo e lançou outros modelos de revistas além das histórias em quadrinhos. Isso fez surgir as primeiras publicações jornalísticas. Foram lançadas as revistas *Manequim* e *Cláudia*, focadas em leitoras mais maduras e com temas como carreira profissional, divórcio e sexo. Já em 1960 foi lançada a revista *Quatro Rodas* que trazia a temática automobilística. Apenas em dezembro de 1963 foi assinado um documento de alteração de contrato social que transformou Victor Civita em sócio majoritário da empresa. Naquele momento, o intercâmbio com a matriz argentina diminuiu bastante, algo que levou as duas editoras a tomarem caminhos diferentes.

O distanciamento entre as duas empresas e o novo status de sócio majoritário de Victor acabaram nos fornecendo, pelo menos a princípio, elementos suficientes para pensarmos que a existência da editora brasileira não cumpria mais apenas a função de proteger o patrimônio de César Civita, portanto, se tornando uma editora independente da matriz argentina e livre para decidir suas próprias políticas editoriais e publicações.

Na Argentina, o governo continuava considerando César Civita e a *Editorial Abril* inimigos estrangeiros. Enquanto isso, no Brasil, Victor Civita e a *Editora Abril* possuíam bom relacionamento com os militares golpistas e as instituições locais, chegando inclusive a fechar

importantes contratos nos anos posteriores para a produção de edições especiais, cartilhas e livros didáticos. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Já em 1965, Victor Civita, valendo-se dos 51% da empresa que possuía, continuou a diversificação do catálogo da *Abril*. Com inspiração dos *fascicoli* italianos, enciclopédias vendidas em capítulos semanalmente nas bancas, publicou *A Bíblia Mais Bela do Mundo*. Essa primeira coleção chegou de forma ilustrada e vendeu 150 mil exemplares só na primeira semana. Outro grande lançamento do período foi a revista *Recreio* em 1968. Inspirado em publicações estrangeiras e no conceito de “revista-brinquedo”, o periódico destinado ao público infanto-juvenil trazia além do conteúdo impresso uma surpresa para ser recortada e montada. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Em maio de 1970, a *Abril* lançou a revista *Mônica e sua Turma* com personagens criados por Maurício de Sousa. Devido a visibilidade alcançada, esse feito acabou proporcionando maior espaço para a publicação de quadrinhos nacionais. Contudo, antes mesmo do lançamento na editora, aqueles/as personagens já haviam ficado conhecidos nacionalmente, pois abasteciam jornais de diversas cidades através de um sistema de distribuição inspirado nos *syndicates*⁷⁵ estadunidenses. Dessa maneira, para dar conta deste processo, o autor montou um estúdio no centro de São Paulo e treinou uma pequena equipe de artistas. O objetivo era que esse time ajudasse nos roteiros, desenhos, letras e arte-final das tiras e dos suplementos.

Contudo, mesmo se auto distribuindo para alguns jornais, o autor ainda almejava lançar seu material nas bancas de revistas. Essa oportunidade surgiu através da *Abril*, pois a mesma possuía a estrutura econômica e logística necessária para que isso fosse feito. Nesse sentido, além de viabilizar o sonho do autor, a assinatura do contrato com a editora também permitiu o aumento da quantidade de funcionários do estúdio Maurício de Sousa. O crescimento do número de empregados permitiu a execução de cada vez mais projetos, afinal, naquele momento, *Mônica* e companhia rivalizavam em termos de venda com as produções *Disney*. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Mesmo tendo as produções *Disney* e Maurício de Sousa em seu catálogo, a *Abril* logo tratou de agregar outros licenciamentos ao seu portfólio. Foram publicados materiais do estúdio

⁷⁵ Segundo Cleide Furlan a palavra “*Syndicate*” não encontra uma tradução apropriada em nosso idioma, pois não se trata de um sindicato e ultrapassa as funções de uma associação. A autora se refere a essa instituição como sendo uma “agência especializada em fornecer matérias variadas, particularmente de entretenimento.” (FURLAN, 1985, p. 28) Nos EUA, os “*Syndicates*” possuíam direito sobre a venda e a distribuição dos trabalhos dos/as desenhistas, preparavam e emitiam as matrizes para serem vendidas e eram responsáveis pelo cumprimento de um determinado código de ética.

de animação *Hanna-Barbera* como *Os Flintstones*, *Pepe Legal*, *Os Jetsons*, *Dom Pixote* e *Manda-Chuva*, bem como *Faisca e Fumaça* (*Viacom*), *O Gordo e o Magro* (*Larry Harmon Pictures*), *Frajola e Piu-Piu* (*Warner*), *O Pica-Pau* (*Walter Lantz*) e *A Pantera Cor-de-Rosa* (*Mirisch Geoffrey*). (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Além de Maurício de Sousa, a *Abril* também teve outra experiência com a publicação de quadrinhos nacionais durante os anos de 1974 e 1975. A revista *Crás!* teve seis edições e saiu em formato magazine (20,5 cm X 27,5 cm) aos moldes de revistas europeias como a *Linus*⁷⁶, *Eureka*⁷⁷ e *Pilote*⁷⁸. A primeira edição da revista chegou às bancas com estilos e autores diversos em histórias como *Kactus Kid* (Canini), *O Retrato do Mal* (Jayme Cortez), *A Iara* (José Lanzellotti),

as HQs humorísticas *Olimpo* (de Xalberto), *Aragão* (de César Sandoval e Odair Bernabé), *Felisberto*, *Adolfo e Nina* (de Igayara), *Zing*, *Zong*, *Crunch* e *o Chomp* (de Júlio de Andrade e Izomar), *Cafune e Acácio* (de Primaggio) e *Satanésio* (de Ruy Perotti), além das aventuras *Vavavum* (de Saidenberg, Rosso e Herrero), *Alex e Cris* (de Octaviano e Walmir) e *A Guerra que não Houve* (de Saidenberg e Rosso). (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 91)

Além da *Crás!*, a *Abril*, tentando repetir o sucesso alcançado pelos personagens de Maurício de Sousa, buscou aumentar ainda mais o leque de publicações nacionais e fechou contrato com o cartunista Ziraldo Alves Pinto para relançar *A Turma do Pererê*. Originalmente, esse material havia sido publicado pela editora *O Cruzeiro* entre 1960 e 1964. Com fortes inspirações na obra *Sítio do Pica-Pau Amarelo* de Monterio Lobato, *A Turma do Pererê* estreou na editora em julho de 1975 com a mesma qualidade gráfica das publicações *Disney* e *MSP*⁷⁹. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Mas foi ainda em 1974 que a *Abril*, através do título guarda-chuva *Diversões Juvenis*, começou a publicar histórias em quadrinhos de super-heróis. O início da publicação desse gênero foi importante para a criação do setor específico para esse tipo de produção e para a contratação de profissionais que se tornaram, anos depois, os sócios fundadores da empresa *Art&Comics*.

Ainda em novembro daquele ano, a editora lançou *Super-heróis da TV*, título dedicado a personagens da *Hanna-Barbera* como *Space Ghost*, *Homem-Pássaro* e *Galaxy Trio*, *Os Herculoides*, *Moby Dick*, *Jovem Sansão*, *Mightor* e *Shazzan*, todos já conhecidos naquele

⁷⁶ Revista em quadrinhos italiana publicada pela primeira vez em 1965. O nome da revista faz referência a um dos personagens de *Peanuts*.

⁷⁷ Revista em quadrinhos italiana fundada em 1967 e publicada pela *Editoriale Corno*.

⁷⁸ Revista em quadrinhos francesa lançada em 1959 e berço de famosas HQs como por exemplo *Valérian* e *Asterix*.

⁷⁹ Maurício de Sousa Produções.

período por conta dos desenhos animados que eram transmitidos na televisão. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Contudo, apesar de alguns personagens *Hanna-Barbera* possuírem superpoderes e serem considerados super-heróis por algumas pessoas, a *Abril* não deu tanta atenção ao gênero até o final da década de 1970. Isso começou a mudar em 1979 quando surgiu a oportunidade de licenciar personagens da *Marvel Comics*, como *Capitão América*, *Homem de Ferro*, *Thor*, *Vingadores* e outros. Esta chance surgiu após outras editoras brasileiras fracassarem na publicação desse material, sendo a última delas a editora *Bloch*. Seja pela falta de um planejamento adequado e cronológico das publicações, ou mesmo pelo desconhecimento do material, o fato é que estas editoras amargaram baixas vendas.

Assim, em junho daquele ano, com o licenciamento do material *Marvel* em mãos, chegaram às bancas as edições número 1 das primeiras publicações *Marvel* lançadas pela *Abril*: *Capitão América*, *Terror do Drácula* e *Heróis da TV* (título que trazia os antigos personagens *Hanna-Barbera*). Contudo, alguns títulos *Marvel* de maior sucesso ainda pertenciam à editora *RGE* (Rio Gráfica Editora). (SOUZA; MUNIZ, 2020) Essa situação só mudou em 1983, quando a editora estadunidense percebeu que mesmo com personagens considerados secundários, a *Abril* conseguia vender mais títulos do que as empresas que possuíam os/as personagens principais.

Então, a partir de 1983, os super-heróis passaram a desfrutar de maior espaço dentro do portfólio da *Abril*, algo que com o passar dos anos contribuiu para a consolidação do gênero no mercado brasileiro e também dos próprios personagens *Marvel*. O sucesso de vendas dessas primeiras edições fez a editora licenciar mais material estrangeiro desse tipo e expandir a publicação dos mesmos. Nesse sentido, o ano nem havia acabado ainda, quando surgiu a oportunidade de se apoderarem também dos personagens da *DC Comics*.

Naquele momento, *Superman*, *Batman*, *Mulher Maravilha* e outros estavam sendo publicados pela *EBAL* (*Editora Brasil-América Limitada*). Contudo, isso não impediu a *Abril* de oferecer uma proposta maior pelo licenciamento desses personagens. Diante dessa situação, sem muitas alternativas diante da proposta apresentada pela concorrência e com publicações sem o retorno esperado, Adolfo Aizen, dono da *EBAL*, não viu muitas alternativas e decidiu não renovar o contrato com a *DC*. Desta forma, em julho de 1984, já com os novos personagens licenciados, a *Abril* lançou nas bancas de jornais e revistas as primeiras edições de *Superman*, *Batman* e *Heróis em Ação*. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Com os licenciamentos do material *Marvel* e *DC*, a *Abril* turbinou ainda mais o seu catálogo e iniciou uma nova fase de publicação. Naquele momento, a editora se transformou

em uma casa editorial responsável por uma grande quantidade de títulos do gênero de super-herói, o que acabou demandando direcionamentos e cuidados específicos para a edição e publicação daquele tipo de material.

Com a grande quantidade de histórias e personagens adquiridos, além das experiências anteriores mal sucedidas em outras editoras, a *Abril* percebeu que era necessário maior dedicação e cuidado por parte dos editores, de forma que estes pudessem concentrar todo o seu trabalho e esforço apenas nos títulos de super-herói. Dessa maneira, foi criado oficialmente um setor responsável única e exclusivamente pela edição, adaptação e publicação dos quadrinhos de super-herói. Falamos oficialmente criado pois, informalmente, essa necessidade já havia sido percebida e posta em prática a partir da chegada de Helcio de Carvalho e, posteriormente, a contratação de Jotapê Martins. Essa dupla ficou responsável pelas revistas *Marvel* e *DC* na editora nos anos posteriores.

Para compreendermos a importância do surgimento desse setor específico, algo necessário a partir dos novos licenciamentos e da concentração do material dessas duas editoras estadunidenses nas mãos da *Abril*, acreditamos ser importante retrocedermos um pouco e refletirmos sobre a falta de profissionais que conhecessem bem aquele tipo de material e como o peso dessa ausência pode ter contribuído para as anteriores experiências frustradas de outras empresas nacionais.

Quando a *Abril* começou a publicar os quadrinhos *Marvel*, ainda no final da década de 1970, poucas eram as pessoas que entendiam profundamente aquele material. Não haviam profissionais dentro da editora que soubessem precisamente quem eram aqueles/as personagens, o peso de suas histórias ou mesmo a cronologia existente. Mas essa falha não era algo exclusivo do corpo editorial da *Abril*, outras editoras também amargavam esse desconhecimento, vide as histórias publicadas fora da ordem cronológica. Em geral, podemos supor que existia falta de intimidade daqueles/as profissionais com o gênero. Possivelmente, o desinteresse por aqueles títulos contribuiu com a situação, pois tratavam-se de quadrinhos que, até aquele momento, ainda não faziam grande sucesso no Brasil e nem rivalizavam com outras publicações como as da *Disney*.

Por isso, a *Abril* tratou de procurar e contratar alguém que conhecesse bem a complexidade das narrativas, tendo em vista que se tratavam de décadas de histórias e cronologias interligadas, uma marca das histórias *Marvel*. Mas esses não foram os únicos fatores para essa busca. Além da complexa e grande quantidade de material, a editora percebeu que não havia um caminho bem pavimentado para a publicação dessas histórias em quadrinhos no Brasil. As publicações anteriores de outras editoras não haviam consolidado um núcleo

consumidor desse tipo de material, pois, devido a publicação de histórias incompletas e fora da ordem cronológica, o público que consumia quadrinhos não havia desenvolvido forte conexão com personagens e histórias.

Nesse sentido, devemos salientar que a dificuldade não surgiu exatamente a partir da percepção do público sobre a desorganização das publicações das outras editoras, mas sim da capacidade de compreender as narrativas por completo e assim se apegar a personagens e histórias. Muitos quadrinhos foram lançados com histórias já em andamento ou mesmo arcos deixados sem final. Alguns personagens não tiveram suas histórias de origem lançadas. Essa falta de sequencialidade dificultou a compreensão da narrativa completa por parte do público. Afinal, para onde aquele/a personagem estava indo? Qual era seu objetivo? Como ele conseguiu realizar tal façanha? Quem ajudou? Qual sua origem? Seus/suas companheiros/as? O que aconteceu no final? Como essa história se conecta com a anterior? E com a posterior? As respostas para este tipo de questão, ou a falta delas, nesse caso, são fatores importantes a serem considerados para que possamos compreender possíveis razões para a falta de uma maior conexão entre o público consumidor brasileiro e os quadrinhos de super-herói naquele período.

Portanto, essas experiências anteriores não foram apenas financeiramente frustrantes para as editoras que haviam licenciado o material na época, mas também contribuíram pouco para a massificação do produto em solo nacional. Ou seja, a *Abril* não podia contar com o profundo conhecimento do público sobre as histórias dos personagens, suas narrativas, os enredos mais importantes, as interconexões ou mesmo da ordem sequencial em que elas foram pensadas e lançadas nos EUA. Esse desconhecimento e a falta de uma forte conexão, dificultava a empreitada da nova casa editorial do material *Marvel*.

Mas não eram apenas as experiências anteriores com a publicação de histórias incompletas ou fora da ordem cronológica que dificultavam o trabalho da *Abril*. Além dessas questões, devemos também considerar a quantidade de trabalho demandado para editar os títulos que eram publicados, organizar cronologicamente as histórias adquiridas de forma que fizessem sentido narrativo e, principalmente, diminuir o atraso das revistas lançadas no Brasil quando comparadas com os lançamentos nos Estados Unidos. Dependendo do título a diferença podia variar entre anos ou décadas, fazendo com que arcos que estavam saindo nos EUA e fazendo sucesso naquele momento ainda demorassem anos para saírem no Brasil, caso a *Abril* resolvesse publicar tudo em ordem cronológica e não deixasse nada de fora.

Nesse sentido, buscando organizar suas publicações e não incorrer em erros anteriores, coube a *Abril* buscar estratégias editoriais que viabilizassem a publicação das histórias consideradas ideais para sedução do público sem provocar a mesma falta de inteligibilidade

narrativa de outras editoras. Devemos lembrar que as boas vendas e, conseqüentemente, o retorno financeiro também estavam em jogo.

Portanto, a cena encontrada pela *Abril* para a publicação do material de super-heróis da *Marvel* e *DC* não era das mais favoráveis, cabendo a editora construir/criar metodologias e logísticas que se adequassem à realidade e ao público brasileiro, fazendo com aquele investimento alcançasse êxito. Foi nesse contexto que nos aproximamos da criação da “Cronologia *Abril*”.

3.2 “CRONOLOGIA *ABRIL*”: A EXPERIÊNCIA EDITORIAL DE HELCIO DE CARVALHO E JOTAPÊ MARTINS.

Foi nesse contexto e a partir dessas necessidades que a *Abril* contratou Helcio de Carvalho, um jovem de 25 anos que trabalhava como colorista *freelancer* na redação *Disney* desde 1971, para ficar responsável pelos novos super-heróis da editora.

A *Abril* observou a paixão, ou pelo menos a predisposição, de Helcio pelos super-heróis já em sua chegada, tendo em vista que o portfólio apresentado para sua contratação possuía muitos desenhos de personagens daquele gênero. Outra questão que chamou atenção e, possivelmente, ajudou a ressaltar o interesse do candidato pela temática, foi a publicação de uma carta sua na revista em quadrinho *Iron Man* lançada nos Estados Unidos. (SOUZA; MUNIZ, 2020) Por conta desses elementos e outros que ainda iremos explorar, Helcio passou de colorista *freelancer* para candidato a editor do material *Marvel* na *Abril*.

Mesmo sem experiência no cargo, afinal, havia entrado na editora como colorista e posteriormente passado para tradutor, Helcio de Carvalho acabou assumindo o cargo de editor e ficado responsável não apenas pela publicação, uma das últimas e importantes etapas do processo de lançamento de um quadrinho, mas também por toda a prévia organização cronológica dos títulos que eram lançados.

O trabalho em si já exigia cuidado, atenção e planejamento, mas ganhava maior grau de dificuldade ao passo que a editora não havia adquirido as publicações em ordem cronológica de lançamento. Além disso, a *Abril* também não possuía edições anteriores ou posteriores para ajudar no planejamento⁸⁰. O recente editor, apesar de não querer, corria o risco de cometer os mesmos erros das outras editoras por onde os títulos *Marvel* haviam passado devido à falta do material necessário. Restava, assim, trabalhar com o que tinha em mãos.

⁸⁰ Devemos levar em consideração que nesse momento a *Abril* ainda não havia licenciado todo o material *Marvel* e parte dele ainda pertencia a *RGE*, algo que só mudou em 1983 como vimos anteriormente.

Contudo, antes de entrarmos mais precisamente nas etapas de edição e adaptação, passando assim pelo trabalho desenvolvido, nos determos brevemente no histórico de trabalho do então novo editor contratado pela *Abril* para cuidar dos quadrinhos de super-heróis.

Como falado anteriormente, Helcio de Carvalho trabalhava para a *Abril* como *freelancer*, uma modalidade sem vínculo empregatício fixo, a qual o empregador contratava esporadicamente alguém para cumprir um trabalho específico e após a conclusão esse vínculo era encerrado, podendo ou não ser mantido e renovado de acordo com a demanda de trabalho. O *freelancer*, portanto, era um funcionário autônomo que poderia ser empregado por diferentes empresas em projetos específicos com início, fim e salário já estabelecidos.

Helcio trabalhava desta forma para a *Abril* desde 1971, quando ainda era menor de idade, e pegava trabalhos esporádicos. Mesmo que inicialmente o cargo não fosse relacionado ao trabalho com super-heróis, afinal, naquele período, a editora ainda não possuía os licenciamentos do material *Marvel* e *DC*, sua chegada na empresa possuiu relação direta com o gênero como conta o próprio profissional:

Como eu adorava desenhar super-heróis, uma vizinha me aconselhou a mostrar minhas artes na Abril. Fui lá e apresentei meu portfólio ao Waldyr Igayara. Ele gostou, mas como não tinha nada na área de super-heróis, perguntou se eu me interessava em ser colorista da redação Disney. Topei e fiquei trabalhando de casa. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 122)

Podemos perceber que a relação de Helcio com os super-heróis era anterior ao emprego na *Abril*, afinal, ele já havia desenhado aquele tipo de personagem e, permitido que uma vizinha soubesse de seu interesse. Nesse sentido, Helcio acabou demonstrando seu prévio conhecimento sobre o gênero ao levá-lo para o seu portfólio e ao expressar sua paixão. Outro ponto importante no tocante a então candidatura de emprego e a apresentação do portfólio, foi que Helcio de Carvalho provavelmente se apresentou para o cargo de desenhista e não de editor, função que ele apenas desempenhou posteriormente.

Ainda em sua fala, Helcio acaba demonstrando minimamente como funcionava o vínculo entre um *freelancer* e a empresa contratante, afinal, o então jovem poderia trabalhar de casa, não havendo necessidade de ficar na empresa cumprindo uma carga horária. Parecia bastar acertar como o trabalho deveria ser executado, o prazo e os valores, dessa forma deixando o *freelancer* “livre” para cumprir o acordado previamente. Isso, provavelmente, livrava a editora de alguns encargos trabalhistas e contribuía para a manutenção estrutural do local de trabalho dos empregados fixos.

Mesmo não obtendo o cargo para o qual provavelmente havia se candidatado, as habilidades de desenho demonstradas acabaram resultando no oferecimento do cargo de

colorista das publicações *Disney*. Mesmo não sendo o pretendido, pelo menos garantia ao *freelancer* um contato inicial com a editora e a inserção no mercado de histórias em quadrinhos, além de um salário e da possibilidade de trabalhar de casa, o que permitia desenvolver outras atividades complementares.

Naquele momento, Helcio conciliava o trabalho na editora com o emprego em um banco. Essa dupla jornada só era possibilitada pelo fato do emprego de colorista poder ser realizado de casa, evitando assim deslocamentos e choques de horários. Contudo, mesmo não se tratando de um emprego tradicionalmente conhecido, fixo e muito menos presencial, quando comparado financeiramente com o trabalho no banco, a diferença salarial entre os dois impressionava:

Antes, eu trabalhava em um banco e ganhava algo em torno de Cr\$ 150 (cento e cinquenta cruzeiros). Meu pai ganhava 450. Imaginei que a Abril fosse me pagar uns 170, 200... Quando recebi o salário, vieram Cr\$ 1.800. Minha mãe até chorou quando cheguei em casa. Era muito dinheiro. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 122)

O recém contratado imaginava que receberia um salário próximo ao que ganhava pelo cargo no banco. Afinal, tradicionalmente, trabalhar em um banco era um emprego mais conhecido e tido como estável do que ser colorista de histórias em quadrinhos. Todavia, o primeiro pagamento recebido ultrapassou em muito esse valor, além do próprio salário recebido no período por seu pai. Nesse sentido, trabalhar para a *Abril*, além de proporcionar maior contato com quadrinhos, se mostrou como um emprego que, pelo menos naquele momento, correspondia bem financeiramente.

Já em 1975, com quatro anos de experiência na editora, cansado da colorização e com um bom domínio do inglês – idioma que havia aprendido de forma autodidata –, Helcio pretendeu virar tradutor. Para que a vontade se concretizasse, foi necessário a aprovação em um teste de tradução. Após esse processo, o recém tradutor acabou ficando responsável pela tradução de revistas *Disney* como *Luluzinha*, *O Pica-Pau* e *A Pantera Cor-de-Rosa*. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Contudo, mesmo deixando a cargo do tradutor quadrinhos de gêneros diversos para serem traduzidos, a empresa já possuía conhecimento da predileção de Helcio de Carvalho pelos super-heróis, algo apresentado pelo mesmo já em sua chegada a editora.

É a partir desse ponto que podemos refletir sobre como o interesse e o conhecimento demonstrado pelo tradutor sobre esse gênero podem ter contribuído para sua contratação como editor, mesmo ele não possuindo nenhuma experiência nessa área. Nesse sentido, ser apaixonado e conhecer o material pareciam ser aspectos fundamentais para organizar as publicações e alcançar maior sucesso que as editoras anteriores.

Portanto, nesse momento, refletir sobre o quanto Helcio gostava e realmente conhecia o material *Marvel* se faz importante. O quanto se deve gostar e conhecer os quadrinhos publicados por uma editora estrangeira para enviar uma carta para outro país? O quanto Helcio se importava com aquelas narrativas para escrever em outro idioma e enfrentar as dificuldades logística do período para o envio de cartas para fora do Brasil?

É a partir desse tipo de reflexão que acreditamos que a editora *Abril* tenha concluído que valeria a pena apostar em um novo editor, mesmo sem experiência, mas que conhecesse bem o material e tivesse algum tipo de ligação afetiva com as histórias. Portanto, colocar o ex-colorista e ex-tradutor para assumir a função de editor representava uma aposta da editora em uma melhor e mais cuidadosa publicação do material estrangeiro. Algo que, segundo a editora e seus funcionários, tinha deixado a desejar nas experiências anteriores que esse material havia tido em outras empresas brasileiras.

Helcio começou seu novo cargo tendo que enfrentar, além da sua inexperiência como editor, a dificuldade em organizar histórias que haviam sido compradas para publicação sem nenhum tipo de critério cronológico, portanto, tendo arcos incompletos, histórias que já haviam começado e apenas algumas edições de um ou outro determinado/a personagem. Contudo, o novo trabalho, mesmo com as dificuldades apresentadas, representava um então emprego fixo em um momento muito específico da vida do então editor.

“Mas o Eduardo Octaviano [o diretor de redação da época] me intimou: eu teria que cuidar daquele material e ponto. Não havia escolha. Se eu recusasse, estaria fora da Abril.” As condições não eram das melhores, mas pesou o fato de o jovem ter se casado recentemente e sua esposa estar grávida. Como um emprego fixo cairia bem naquele momento, aceitou o desafio. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 123)

Naquele momento, Helcio deixou de ser *freelancer* e passou a usufruir de maior “estabilidade”, além de assumir maiores responsabilidades. Nesse sentido, percebemos que Helcio não teve muita opção ao ser colocado como o editor responsável pela publicação do material *Marvel* pela *Abril*. Restou a ele apenas arregañar as mangas e enfrentar o desafio iminente que era organizar as publicações a partir daquele momento.

As novas revistas chegaram às bancas sem grandes expectativas. Até Waldyr Igayara, que tinha assinado o contrato de publicação da *Marvel*, não morria de amores pelo material. “Super-herói sempre foi uma coisa muito babaca. Esse negócio de vencer na porrada é um troço que pode funcionar bem para os Estados Unidos, que sempre gostou disso. Eu pegava uma dessas revistas para ler e não conseguia ir até a metade”. Isso resume a situação da *Marvel* na *Abril*: se vendesse bem, continuaria. Caso contrário, as revistas logo seriam canceladas e substituídas por outros licenciamentos. “Lembro quando chegaram as primeiras edições da gráfica e o Eduardo Octaviano sentenciou: “Isso não vai vender nada. Não dou quatro meses para acabar tudo. E eu ali, com minha mulher grávida e meu emprego a perigo”, relembra Helcio. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 124-125)

É perceptível na fala Waldyr Igayara e Eduardo Octaviano, chefes de Helcio naquele período, que os mesmos não possuíam a mesma paixão pelos super-heróis do então editor e nem esperança que aquele tipo de material alcançasse boas vendas. Afinal, além de não gostarem do gênero das histórias, aqueles produtos já haviam fracassado em editoras anteriores.

Muito pelo contrário, fica explícito que Igayara nutria desprezo por esse tipo de quadrinho e não enxergava compatibilidade com o mercado brasileiro, pois, segundo ele, esse tipo de história só funcionava bem nos EUA que já possuíam determinada identificação histórica com esse “negócio de vencer na porrada”. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 124-125)

Não era apenas uma questão de vender pouco ou não vender bem, os chefes de Helcio de Carvalho acreditavam que aquelas revistas seriam canceladas em pouco tempo. Afinal, em uma editora como *Abril*, repleta de licenciamentos, ou vendia bem ou era substituída por outros títulos que já haviam sido adquiridos e esperavam apenas uma oportunidade.

Assim, a partir do posicionamento e das falas de Igayara – a pessoa responsável pela assinatura do contrato de publicação com a *Marvel* segundo Helcio – podemos questionar até que ponto sua falta de apreço pelo material pode ter contribuído para o licenciamento de títulos de forma desordenada e desorganizada. Nesse sentido, o fato de Waldyr Igayara achar histórias de super-heróis pouco interessantes e não compatíveis com o público brasileiro pode ter contribuído para que o mesmo adquirisse títulos da *Marvel* sem a devida atenção necessária. Dessa forma, podemos supor que a atitude pode ter feito com que a editora *Abril* comprasse histórias fora de ordem cronológica e incompletas, afinal, para o funcionário aquele material já estava fadado ao fracasso, assim como aconteceu em outras editoras, e, portanto, não merecia o mesmo cuidado que outros títulos.

Contudo, foi exatamente essa mentalidade e o desconhecimento sobre o material licenciado que gerou a necessidade de organização e do desenvolvimento de estratégias de publicação por parte de Helcio de Carvalho. Nesse sentido, tornou-se imprescindível fazer com que o material *Marvel/Abril* fizesse algum sentido narrativo e cronológico para que o público pudesse acompanhar as histórias sem ficar perdido narrativamente.

Portanto, Helcio não podia deixar o novo projeto fracassar ao não alcançar um bom número de vendas. O recém editor, que via seu novo emprego em perigo e possuía uma esposa grávida, precisava encontrar maneiras para lidar com a sua falta de experiência como editor e também organizar as edições compradas desordenadamente. Foi com esses objetivos e a partir das necessidades postas, que surgiu a “Cronologia *Abril*” da qual falaremos mais à frente.

Nesse sentido, inicialmente, a solução encontrada foi tentar organizar cronologicamente as edições adquiridas até aquele momento, focar em histórias que o recém

editor acreditava possuir maior apelo público e em personagens que já eram conhecidos/as pela maior parte dos/as consumidores/as. Além disso, explicar através de recordatórios⁸¹ os fatos que haviam acontecido anteriormente e como aquela narrativa havia chegado naquele ponto se fez uma estratégia muito necessária e útil. Contudo, esse mecanismo não poderia continuar sendo utilizado para sempre e nem em todas as edições, pois acabava criando saltos temporais bruscos nas histórias. Essa situação poderia acabar afastando parte dos/as leitores/as mais ávidos/as pela sequencialidade de todas as narrativas. Portanto, fazia-se necessário que o setor responsável conseguisse criar e utilizar alternativas mais sutis para esse problema.

Como falado, Helcio estava enfrentando a complexidade de ter se tornado editor ao mesmo tempo em que já exercia o cargo. Além disso, precisava desenvolver uma política de publicação que tornasse compreensível cronologicamente e fizesse funcionar o material adquirido pela *Abril*. Em meio a tudo isso, ainda durante o processo de edição da terceira revista do *Capitão América*, João Paulo Lian Branco Martins – vulgo Jotapê Martins –, apareceu na *Abril* oferecendo seus serviços de tradução.

Jotapê tinha apenas 19 anos e havia se interessado por super-heróis devido às séries exibidas na televisão. Com o passar do tempo, ele acabou virando colecionador de quadrinhos, frequentou sebos à procura das revistas e entrou em contato com o material publicado nos EUA. A vontade de ler as revistas estrangeiras acabou contribuindo para que Jotapê aprendesse inglês de forma autodidata. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Portanto, foi através do seu interesse progressivo por histórias em quadrinhos que Jotapê Martins demonstrou conhecer o material *Marvel*, fator importante para quem estava buscando trabalhar no setor de super-heróis da editora *Abril*.

Com a intenção de testar o inglês e o conhecimento do então candidato, Helcio de Carvalho acabou pedindo que ele traduzisse duas histórias. Respectivamente, *Capitão América* 5 e 8. Este trabalho, apesar de ter sido uma avaliação, acabou, posteriormente, sendo pago, já que as duas edições traduzidas foram lançadas em banca. Dessa maneira, a partir do pagamento e da publicação das traduções testes, ficava comprovada a capacidade de Jotapê Martins para o cargo que ele havia se candidatado.

⁸¹ Recordatórios são caixas de textos utilizadas das mais variadas formas nas histórias em quadrinhos. Dentre algumas possibilidades podemos citar a explicação do que está presente ou não no quadro. Eles podem estar na primeira ou na terceira pessoa, fazerem a função de um diálogo entre o narrador e o personagem ou mesmo expressar um pensamento. (FARIA, 2011) Contudo, no caso em específico, eles eram utilizados para explicar ao público o que havia acontecido antes na história, ou seja, como a narrativa havia chegado até aquele momento. A intenção era explicar o que havia acontecido nas edições que, possivelmente, tinham sido suprimidas ou até cortadas.

Naquele período, como falado anteriormente, Helcio estava sobrecarregado, trabalhando cerca de 12 horas por dia para dar conta do aprendizado do cargo de editor e da própria edição do material, que por si só já representava um grande volume de trabalho, tendo em vista a falta de organização cronológica existente nas edições adquiridas. Portanto, a contratação de alguém que conhecesse minimamente o material que era editado parecia se justificar.

Algumas pessoas já haviam sido testadas para o cargo, mas Jotapê foi de longe o melhor candidato. Ficou claro para Helcio que valia a pena investir naquela parceria. Estava formada a dupla dinâmica da Marvel/Abril, que compartilhava a meta de não cair no erro das outras editoras e fazer com que o Universo Marvel cativasse de vez os leitores brasileiros. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 128)

A escolha de Jotapê para o cargo, a partir do contexto de sua contratação, parece ter levado em consideração os mesmos princípios que a *Abril* levou para escolher Helcio de Carvalho como editor *Marvel*: o domínio do inglês, a paixão pelos super-heróis e, principalmente, o conhecimento prévio do material publicado nos EUA, bem como da ordem de publicação, dos/as personagens e dos arcos de história. Nesse sentido, a partir desses dois casos, nos parece que ter amplo conhecimento sobre as histórias, pelo menos a princípio, era considerado algo mais importante do que a experiência como tradutor ou mesmo como editor.

Daquele momento em diante, após a aprovação, a *Abril* passou a ter mais um tradutor para os quadrinhos *Marvel*, pois até então o setor contava apenas com José Fioroni Rodrigues. Dessa maneira, dentro da editora, surgiu uma dupla muito importante para os títulos *Marvel/Abril* e para a publicação das revistas de super-heróis no Brasil.

O trabalho da dupla iniciou com a organização e a catalogação de centenas de quadrinhos *Marvel* que haviam sido adquiridos pela *Abril*. O objetivo era organizar a programação das publicações do ano inteiro e assim obter um panorama mais geral e amplo do que poderia ou não ser feito com o material que possuíam. Para essa tarefa organizacional eram usadas como base a coleção de quadrinhos que Jotapê possuía – o que nos permite perceber como sua coleção era ampla e diversificada, justificando assim seu grande conhecimento a respeito do material –, os títulos que vinham dos EUA e o *Comics Buyer's Guide*⁸².

Dessa forma,

A programação funcionava assim: Jotapê lia 50, 60 gibis para ficar por dentro do que iria acontecer com determinado personagem. Daí, a dupla se enfiava na casa do tradutor e montava um detalhado mapa cronológico para decidir o momento certo de

⁸² Fundado em 1971, o *Comics Buyer's Guide* era um jornal mensal em formato de tabloide dedicado à publicidade e anúncios de histórias em quadrinhos. (MILLER, 2018) Ou seja, em uma tradução livre, ele realmente funcionava como “um guia para compradores de histórias em quadrinhos”.

publicar cada aventura. O problema é que, muitas vezes, um personagem estava numa fase boa enquanto outro passava por um período intragável. Como o espaço era limitado, a solução foi se concentrar apenas nas histórias boas. “Algumas fases ruins eram enormes, às vezes com mais de 80 edições. Por que poluir nossas revistas por tanto tempo com esse material ruim? Ai a gente cortava tudo”, explica Helcio. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 129)

Para conseguir compreender a cronologia das revistas e organizar as futuras publicações era necessário a leitura de muitas edições à frente do que estava sendo publicado no Brasil, ter o conhecimento das diversas narrativas existentes e dos acontecimentos a que elas levavam. Isso permitia que o editor e o tradutor decidissem o melhor momento para publicar determinada história, bem como quais retirar de acordo com os critérios de qualidade e necessidade estabelecidos por eles mesmos anteriormente.

A leitura de 50 ou 60 revistas apenas para conseguir “ficar por dentro” do que estava acontecendo e o que iria acontecer em determinado arco era um imenso trabalho. Devemos levar em consideração que essas edições possuíam uma média de 22 páginas. Fato que poderia representar um montante de leitura entre 1200 e 1320 páginas. Isso se não levarmos em consideração possíveis materiais extra necessários. Dessa maneira, podemos perceber como o trabalho realizado por Jotapê exigia muito mais do que era previsto originalmente.

Portanto, o trabalho da dupla ia muito além da edição – processo que a grosso modo envolvia tradução e adaptação –, passava também pela seleção/curadoria do que entrava ou não nas revistas a partir do espaço existente para isso.

Dessa maneira, dentro do material adquirido da *Marvel* pela *Abril*, Helcio e Jotapê pareciam ter o controle do que chegava ao público e do que não era considerado bom o suficiente para tanto. Assim, foi a partir dessa dinâmica que a cronologia de vários/as personagens foi adiantada para arcos narrativos considerados melhores pela dupla.

Mas o trabalho de Helcio e Jotapê em prol da organização não se resumiu ao adiantamento de algumas histórias em quadrinhos. Quando necessário o editor e o tradutor também faziam alterações nos textos das edições, eliminavam páginas e até diminuía o tamanho de balões de histórias que eles já haviam decidido publicar. Segundo eles, todas essas alterações eram realizadas em prol da organização e do planejamento das publicações. Dessa maneira, surgiu o que ficou conhecido como “Cronologia *Abril*”. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Nesse sentido, tendo em vista que algumas edições não foram publicadas, páginas foram retirados e balões, textos e imagens modificados, acreditamos que o percurso de leitura feito pelo público brasileiro das revistas da editora *Abril* pode ser considerado algo único. Pois, apesar dos arcos narrativos chegarem fundamentalmente em um mesmo ponto das histórias, as

alterações foram tão profundas que tornaram a cronologia diferente das publicadas em outros países. Assim, é compreensível que algumas pessoas se referissem a “Cronologia *Abril*” como algo diferente do publicado nos EUA.

Dessa maneira, o material publicado no Brasil tornou-se, em parte, distinto do lançado nos EUA, uma solução necessária e possível naquele momento, mas talvez complicada para os dias atuais devido às leis internacionais de licenciamento, ao maior controle possibilitado pela internet e ao conhecimento do público consumidor.

Portanto, a dupla de funcionários realizou alterações em textos para que histórias de épocas diferentes parecessem ter saído no mesmo período ou fossem continuação direta, eliminou ou diminuiu páginas para que coubessem mais quadrinhos por edição e diminuiu balões e textos devido a diferença do formato editorial utilizado nos EUA e o formatinho adotado pela *Abril*.

Em um desses casos, podemos perceber como eram realizadas as chamadas “pequenas adulterações de texto” para evitar futuros desencontros narrativos nas tramas:

O primeiro desses casos aconteceu na página 10 de *Capitão América* 8 (janeiro de 1980), no qual, numa HQ do Sentinela da Liberdade, o vilão Escorpião se lembrava de um combate com Miss Marvel, ocorrido em *Heróis da TV* 3 e 5 (setembro e novembro de 1979). Acontece que a história do Capitão América era de 1970, enquanto a da heroína, de 1976, o que impossibilitava que o Escorpião tivesse qualquer recordação daquele combate. [...] “A gente dava um jeito de ajustar qualquer indício de que uma história não era contemporânea da outra. Muitas vezes, até apagando personagens das cenas”, explica Jotapê. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 129-130)

Portanto, a organização dos títulos *Marvel* que deveriam ser publicados pela editora *Abril* necessitou de muito mais que apenas catalogação e edição. Foi realizado, dessa maneira, um verdadeiro apagamento de personagens e histórias que, possivelmente, podem nunca chegar a ser conhecidos completamente pela maior parte do público brasileiro.

Helcio de Carvalho e Jotapê Martins acabaram ficando quase que no controle total do que saía ou não nas edições, incluindo enredo, texto e imagem. Dessa forma, através do grau de interferência no material original, somos levados a pensar até que ponto a dupla realizava essas alterações apenas com o objetivo de viabilizar as publicações *Marvel* na *Abril* ou, se devido a paixão e ao profundo conhecimento, sentiam-se verdadeiramente donos do material e faziam as mudanças para satisfazer um gosto pessoal.

Ao explicar como funcionava o trabalho de leitura e seleção do material que entrava na programação de publicação anual, bem como os critérios de corte de algumas edições a partir da qualidade que eles acreditavam ter ou não naquela história, Helcio deixou transparecer o

sentimento de posse ao questionar “Por que poluir *nossas revistas*⁸³ por tanto tempo com esse material ruim?”.

Nesse sentido, podemos perceber que o gosto pessoal por essa ou aquela narrativa pode sim ter influenciado na escolha e nos cortes promovidos pelos funcionários nas revistas publicadas pela *Abril*. Assim, para além de critérios técnicos que poderiam envolver desde o apelo público a determinados/as personagens até os números de vendas alcançados por algumas revistas, o gosto particular de Helcio e Jotapê também podem ter exercido um importante papel nas publicações.

Todavia, também devemos levar em consideração a enorme necessidade de adaptação do material ao tamanho e aos formatos de publicação existentes no mercado brasileiro. Outras editoras, como já mencionamos, não haviam obtido sucesso nas publicações desses materiais. Portanto, era necessário fazer diferente das experiências anteriores. Nesse caso, achar uma maneira que viabilizasse a publicação e uma boa aceitação pelo público era imprescindível para a manutenção dessas histórias em quadrinhos no Brasil.

Para isso,

Em vez de expandir o material, a dupla eliminava páginas e trechos para caber mais HQs por edição. Para isso, o mais comum era juntar duas histórias seguidas e eliminar a primeira página da segunda história, geralmente um resumo do que tinha ocorrido antes. Só que alguns cortes acabavam sendo mais profundos por conta de uma questão matemática.

[...] O padrão das HQs de super-heróis na época era de 22 páginas [...]. As revistas da Abril geralmente tinham 84 páginas – 80 de miolo mais quatro capas. Nessa estrutura, caberiam três HQs e sobriam 14 páginas para colocar seção de cartas, anúncios e afins. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 130)

O diferencial da proposta implementada por Helcio e Jotapê era a possibilidade de publicar mais HQs por edição – 4 no total – fazendo todos os ajustes necessários. Contudo, estas histórias não eram publicadas na íntegra. Jotapê justifica argumentando que quase ninguém sabia dessas alterações e que as HQs de 22 páginas tinham muita gordura⁸⁴ extra, pois os autores eram forçados a “encher linguiça” para completar as 22 páginas depois de anos acostumados ao padrão anterior de 17 páginas. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Contudo, além do enorme controle que os dois funcionários pareciam ter sobre o conteúdo das edições, devemos dimensionar a forma harmônica com a qual a dupla parecia trabalhar e o profundo conhecimento que possuíam sobre o material que estavam publicando.

O primeiro fator é de extrema importância para refletirmos sobre como um eficiente funcionamento do setor de edição de super-heróis da *Abril* viabilizou anos de trabalho conjunto

⁸³ Grifo nosso.

⁸⁴ Coisas desnecessárias que estavam ocupando espaço.

e o estabelecimento de uma importante parceria que resultou, posteriormente, na criação do estúdio terceirizado que originou a empresa de agenciamento *Art&Comics*. Já o segundo fator é importante para compreendermos que o conhecimento sobre as histórias implicou em publicações bem aceitas pelo público – que em sua maioria não percebia as adulterações feitas – e boas vendas. Essa recepção foi fundamental para o reconhecimento da própria *Marvel* e para os contatos internacionais que foram sendo estabelecidos ao longo dos anos.

Como falado, a maior parte do público consumidor não percebia as alterações feitas pela edição brasileira. Isso acontecia, principalmente, devido à dificuldade de acesso ao material original publicado nos EUA. Dessa forma, era muito mais viável alterar, suprimir ou retirar informações na edição final do produto, pois não haveria, a princípio, tantas pessoas para questionarem as mudanças ou mesmo cobrarem o respeito ao material original.

Todavia, caso o público consumidor brasileiro possuísse o mesmo conhecimento dos editores sobre o material publicado nos EUA, teriam eles questionado realmente o trabalho de edição realizado? Tendo em vista que as histórias em quadrinhos pareciam mais dinâmicas e cheias de vitalidade, haveria espaço para questionamentos dessa maneira?

Não pretendemos ousar responder esse tipo de questionamento, até porque precisaríamos realizar um estudo de recepção bem aprofundado do material editado no Brasil. Contudo, o caminho trilhado a partir das fontes nos permite fazer uma leitura inicial sobre as vendas que foram alcançadas naquele momento. Dessa forma, conseguimos constatar que, seja pela edição realizada ou por outros fatores, as histórias em quadrinhos de super-herói editadas por Helcio e Jotapê lograram êxito e alcançaram boas vendas onde antes outras editoras pareciam ter falhado.

As vendas deram o veredito, mostrando que os fins justificam os meios: enquanto os medalhões da RGE despencavam nas vendas, os heróis secundários da Abril tornavam-se mais populares. “No começo, imprimíamos 70 mil exemplares de cada revista e vendíamos por volta de 35 mil, enquanto a RGE chegava a 110 mil, 115 mil. Com o tempo, a RGE começou a cair e a gente não parava de subir”, relembra Helcio. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 131)

O aumento das vendas da *Abril* acabou viabilizando a manutenção da forma como os dois profissionais vinham realizando o trabalho de edição até aquele momento. Aos poucos, os números estavam alcançando patamares de editoras como a RGE, a qual já vinha publicando esse tipo de material e possuía personagens mais conhecidos/as pelo público brasileiro. Vale salientar, assim como vimos na citação, que as boas vendas obtidas pelos super-heróis da *Abril* foram alcançadas mesmo com personagens pouco conhecidos/as por parte dos/as leitores/as.

É a partir desse olhar mercadológico sobre as boas vendas que podemos entender, em parte, a relativa liberdade que os dois editores possuíam para alterar o material adquirido.

Ajudou bastante o fato da diretoria da Abril não estar nada interessada naqueles super-heróis, deixando a dupla com autonomia total. “Tínhamos rédea solta, carta branca. Só era proibido o que ameaçasse as vendas. Mas dentro do nosso escopo de trabalho, tudo era permitido porque ninguém dava a mínima para o que a gente fazia”. Relembra Jotapê. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 132)

A editora parecia não se intrometer na forma como o trabalho era desenvolvido, desde que nada ameaçasse as vendas. Isso nos faz perceber que a *Abril* lidava com esse tipo de publicação apenas através de uma abordagem financeira, na qual boas vendas garantiam maior autonomia para os/as envolvidos/as na publicação.

Portanto, a metodologia de trabalho dos dois funcionários estava alcançando o êxito pretendido, garantindo boas vendas e a consequente autonomia para os cortes e adaptações que os mesmos faziam nas histórias em quadrinhos.

Todavia, mesmo com os bons números alcançados, ainda parecia existir, por parte do restante da editora, um olhar de inferioridade em relação aos quadrinhos de super-herói. Tendo em vista que “ninguém dava a mínima” para o que estava sendo feito pelos editores e se preocupavam apenas com as vendas, podemos perceber como o gênero era encarado pelos demais setores de produção.

Contudo, além das adaptações bem realizadas, parecia existir uma aparente conexão entre redação e público, algo que contribuiu com a manutenção das vendas. Essa aparente boa relação também foi construída através de uma sensação de proximidade entre quem comprava o produto e quem produzia as revistas. Esse sentimento era materializado através da seção de cartas, parte da revista na qual eram divulgados lançamentos, apresentados bastidores da produção e – talvez um dos elementos mais importantes para definir o tom de personalidade – contada a vida cotidiana de alguns funcionários fora do expediente de trabalho. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Através das cartas e inspirado no estilo descontraído adotado por Stan Lee nas colunas *Stan's Soapbox* e *Bullpen Bulletins*⁸⁵, Helcio de Carvalho também buscou manter com o público a mesma proximidade. Contudo, devido ao grande volume de trabalho, a missão de selecionar as melhores mensagens para serem publicadas na revista acabou também recaindo sobre Jotapê. Desta forma, ele ficava responsável por separar a correspondência, escolher as melhores, criar uma resposta padrão para quem escrevia e uma resposta especial para as cartas que por ventura

⁸⁵ Páginas editoriais da *Marvel Comics* escritas na década de 1960. (HOWE, 2013)

ele acreditava merecerem. Assim, quando chegava a hora de editar a seção tudo já estava devidamente separado, respondido e pronto para ser publicado. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Nesse sentido, podemos afirmar que todo o trabalho desenvolvido por Helcio de Carvalho e Jotapê Martins, além do restante da equipe editorial, logrou êxito. É através do aumento das vendas e da grande quantidade de cartas positivas que chegavam à editora – cerca de 400 por semana –, que não podemos negar que a “Cronologia *Abril*” acabou funcionando. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Como vimos até aqui, o trabalho feito por Helcio e Jotapê, muitas vezes aprendido durante a própria execução, pareceu ir muito além do que lhes foi oferecido inicialmente ao aceitarem seus empregos. Vislumbramos os dois funcionários tendo que lidar com tradução, adaptação, edição, respostas de cartas, dentre outras obrigações. O excesso dessas demandas, dentre outras coisas, nos permitiu perceber o quanto a editora *Abril* parecia desconhecer o material adquirido e o trabalho necessário para viabilizar uma boa e coerente publicação no Brasil. Desta maneira, pareceu ficar muito mais a cargo dos editores não deixar as revistas fracassarem, assim como havia acontecido com outras editoras.

À vista disto, buscando melhorar ainda mais as vendas, os editores procuravam publicar personagens que já possuíam prestígio, chegando a lançar histórias que faziam sucesso com o público, como o *Hulk*. Contudo, esse personagem já estava licenciado pela editora *RGE* e, portanto, teoricamente, não poderia ser publicado pela *Abril*. Todavia, as histórias deste personagem foram publicadas mais de uma vez como sendo pertencente a outro personagem: o *Surfista Prateado*.

A falta de percepção das outras editoras da publicação de histórias que não estavam licenciadas pela *Abril* chamou a atenção de Jotapê. Dessa maneira, coube ao editor tentar compreender a situação e também por qual razão a *RGE* não publicava algumas histórias que, teoricamente, estavam licenciadas por ela.

Jotapê Martins começou a desconfiar que poderiam existir licenciamentos de personagens da *Marvel* ainda disponíveis. Personagens que ele conhecia, mas nunca saíram pela editora carioca, como *Adam Warlock* ou mesmo os *Vingadores*. Isso chamou sua atenção. Segundo o editor: “Eu falava isso para o Helcio, que pedia ao Cláudio Marra e ao Dorival para checarem com a Ica Press. Aí os representantes respondiam que tudo era da RGE. Mas tava na cara que eles nem tinham perguntado para a Marvel.” (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 140)

Foi por conta dessa resposta considerada pouco assertiva, ou pelo menos questionável, que Jotapê Martins achou necessário sondar melhor que materiais estavam licenciados efetivamente pela *RGE* e o que ainda estava disponível. Dessa maneira, percebemos que o

editor, além de desenvolver os trabalhos mencionados anteriormente, naquele momento, também se dedicou, de certa forma, a garimpagem de material que ainda poderia ser publicado pela *Abril*.

Com essa intenção, Martins escreveu uma carta para a editora *RGE* como se fosse um leitor comum questionando sobre a publicação de alguns determinados personagens. Para evitar desconfianças a carta foi com o nome de seu irmão e a resposta veio como se um dos personagens estivesse realmente respondendo a correspondência. Na resposta publicada na seção de cartas da revista *Super-heróis Marvel 26* (agosto de 1981), o “próprio” *Adam Warlock* explicava ao “leitor desconhecido” que sua publicação estava condicionada a títulos de outros personagens que já estavam licenciados e não representava a publicação de uma revista solo sua. Além disso, também era dito que o licenciamento dos títulos dos *Vingadores* não pertencia a nenhuma editora brasileira. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Desta forma, a dúvida do editor sobre por qual razão algumas histórias não eram publicadas pela *RGE* estava em parte respondida. Seu trabalho de questionamento e garimpagem surtiu efeito. Restava agora conseguir os licenciamentos e viabilizar a publicação desse material.

Com a revista em mãos, Jotapê saiu eufórico do Butantã para a Bela Cintra. A revista chegou a Dorival, que a levou aos seus superiores. E aí a *Abril* pressionou a *Ica Press*, mostrando a prova que aquele material estava disponível. E descobriram que não era só *Warlock* e *Vingadores*. A lista de personagens esperando licenciamento era grande: *Demolidor*, *Pantera Negra*, *Conan*, *Luke Cage*, *Doutor Estranho*, *Namor*, *Cristal*. “Todos foram inseridos no contrato da *Abril*. Eu e o Jotapê ficamos tão excitados que fomos nós mesmos pegar os bromuros que chegaram no prédio da *Marginal*. Trouxemos para a redação e varamos a noite organizando as páginas e babando. Putz cara! A gente ia publicar o *Miller explica Helcio*, sem esconder a ótima recordação. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 141)

A busca de Jotapê foi recompensada. A *Abril* passou a ter o licenciamento e podia começar a publicar histórias de personagens que já faziam sucesso com o público. Naquele momento, a editora que havia alcançado boas vendas com personagens considerados de menor relevância, passava a ter em seu portfólio medalhões da editora *Marvel* que já possuíam longa trajetória de boas vendas nos EUA.

A inexistência de licenciamento para a publicação desses personagens no Brasil nos chama atenção para dois pontos. No primeiro ponto somos levados a perceber que a própria *Ica Press*, representante da *Marvel* em solo brasileiro, parecia não conhecer plenamente todos os licenciamentos feitos para as editoras brasileiras. No mínimo, a representante parecia estar equivocada em relação a alguns, tendo em vista que personagens mencionados na citação ainda não estavam com seus títulos solos licenciados assim como foi afirmado anteriormente.

Já no segundo ponto percebemos também como funcionava parte da cadeia hierárquica que viabilizava a publicação das histórias em quadrinhos da *Marvel Comics*. Esta rede de contatos parecia iniciar ainda dentro da editora *Abril* com os editores Helcio de Carvalho e Jotapê Martins, passando pelo chefe Dorival Vitor Lopes e seus superiores, depois movendo-se da *Abril* para a representante/licenciante da *Marvel* no Brasil, a *Ica Press*.

Nesse ponto, é de extrema importância percebermos como dentro da lógica do licenciamento para a publicação os contatos estavam sendo paulatinamente estabelecidos na medida em que eram necessários. Nesse caso, o diálogo entre as partes interessadas parecia acontecer quando surgia uma dúvida em relação à possibilidade de publicação de determinado personagem ou história.

Helcio e, principalmente, Jotapê pareciam fornecer a *Abril* possíveis novas publicações, tendo em vista seus conhecimentos sobre o material que havia sido lançado nos EUA. Os editores podem ser considerados os responsáveis por possibilitar algumas negociações e, por consequência, o estabelecimento de um contato diferenciado com os representantes internacionais. Afinal, o interesse e o conhecimento sobre a existência desses materiais, mas principalmente as boas vendas praticadas, acabaram chamando a atenção da própria *Marvel* para o que estava sendo feito no Brasil pela editora *Abril*.

Contudo, mesmo que o diálogo internacional não tenha sido diretamente realizado pelos editores, mas sim por seus superiores, vale salientar que o cenário para que essas negociações ocorressem foi fornecido, em parte, pela curiosidade de um dos mesmos ao buscar responder com quem estavam os direitos de publicação daqueles personagens. Talvez, sem a artimanha da carta de Jotapê, os licenciamentos não ocorressem ou mesmo fossem outros.

Desta forma, a editora *Abril* vinha deixando evidente para a *Ica Press* o seu interesse em publicar mais material *Marvel* no Brasil. Isto não tardou a acontecer, tendo em vista que na renovação do contrato a licenciante e a própria *Marvel Comics* ofereceram todo o catálogo de super-heróis. Helcio não participou diretamente das negociações já que elas foram realizadas em uma instância superior ao seu cargo, mas vibrou junto com a redação quando o negócio foi concluído. O editor ficou sabendo que a editora estadunidense ficou impressionada com a performance das revistas no Brasil. Para eles as revistas pareciam perfeitas e não criaram problemas nem com a “Cronologia *Abril*”. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

O trabalho de checagem dos direitos de publicação foi de fundamental importância para que a *Abril* garantisse o licenciamento de mais super-heróis durante a renovação de contrato. Contudo, as boas vendas, ou seja, a performance alcançada pelas revistas em quadrinhos foram definidoras para que a editora brasileira passasse a possuir mais

licenciamentos *Marvel*. Aos poucos, a metodologia de trabalho adotada pelos editores e o sucesso de vendas, começava a deixar pegadas importantes no meio editorial e a chamar atenção de pessoas e empresas importantes no cenário de publicação de histórias em quadrinhos no Brasil e no exterior.

Dentro de uma determinada perspectiva de expansão das publicações, Helcio de Carvalho possuía o sonho de publicar *A Espada Selvagem de Conan*⁸⁶, o segundo título da *Marvel* dedicado ao personagem bárbaro. Contudo, as histórias desse personagem focavam em um público mais adulto, tendo em vista a quantidade de violência e nudez existente em suas páginas. Portanto, não era interesse da *Abril*, uma editora que se notabilizou pelas publicações infantojuvenis *Disney*, adentrar nesse universo de publicação. (SOUZA; MUNIZ, 2020) Fatores como o tom das histórias e o formato de publicação adotado internacionalmente dificultavam a aprovação da editora brasileira, pois a mesma não enxergava potencial naquele projeto, como podemos ver a seguir:

Novamente, os superiores de Helcio não acreditavam no potencial financeiro do projeto. Além do teor maduro, tratava-se de um gibi em preto e branco e em formato magazine – Eduardo Octaviano tinha certeza que revistas sem cores não funcionavam. Foi outra briga de muitos meses. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 155)

Novamente percebemos que o olhar da *Abril* parecia recair muito mais sobre o sucesso financeiro da publicação – nesse caso o possível fracasso –, tendo em vista os pontos levantados. Contudo, através do bom trabalho realizado com as publicações de super-heróis e o aumento das vendas, Helcio conseguia desfrutar de uma relativa confiança de seus superiores em relação ao seu conhecimento do material e da possibilidade de publicação. Afinal, como vimos anteriormente, o lado fã e colecionador, bem como o gosto pessoal, contribuíam com o trabalho de edição e adaptação feito até aquele momento e, de certa forma, para o sucesso alcançado.

De tanto insistir, Helcio foi chamado para participar de uma reunião com a Ica Press em que uma representante da *Marvel* estaria presente – um dos assuntos em pauta seria *The Savage Sword*. “No final, conseguimos uma negociação muito legal. A gente não pagaria o adiantamento das primeiras histórias da revista, só os royalties. Se as vendas fossem boas, aí, sim, fariamos um contrato à parte para a *Espada Selvagem*.” Foi a única maneira de convencer a *Abril* a topar o risco. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 155)

Diferentemente da negociação anterior sobre os super-heróis *Marvel*, a qual não participou por tratarem-se de instâncias superiores à sua, nessa, após muito insistir, o editor foi convidado para as negociações. Afinal de contas, a ideia do projeto havia partido do próprio.

⁸⁶ *The Savage Sword of Conan*.

Nesse sentido, percebemos que se antes a presença do editor era restrita ao lócus do seu trabalho na edição, naquele momento, e através do bom trabalho desenvolvido, Helcio começava a transitar por outras esferas, dentre elas a de negociação. Ser convidado para participar da construção de um acordo com a licenciante internacional extrapolava o campo de atuação do editor, podendo representar, a princípio, se não início, pelo menos o estabelecimento de uma nova rede de contatos.

Contudo, precisamos salientar que o interesse em publicar *A Espada Selvagem de Conan* partiu de Helcio desde o início e que a *Abril* não estava tão interessada no projeto, inclusive possuindo várias ressalvas como vimos. Isso nos ajuda a compreender a necessidade do editor na mesa de negociação, afinal, ele era o maior entusiasta do projeto e acreditava que haveria público para aquele material no Brasil.

Dentro dessa lógica é extremamente compreensível o tipo de acordo realizado entre as partes. A *Marvel*, inicialmente, abria mão de receber o adiantamento⁸⁷ das primeiras histórias e aceitava apenas os royalties⁸⁸, dessa maneira, esperando receber mais a frente caso o projeto desse certo. A *Abril* acabava não investindo tão pesado em um projeto que ela mesmo questionava a viabilidade. Dessa forma, as duas partes faziam concessões e esperavam o resultado das vendas na expectativa da assinatura de um futuro contrato à parte.

Assim, percebemos como o editor começava a se fazer presente em esferas superiores ao seu cargo e, possivelmente, tornar seu nome conhecido no cenário nacional e internacional dos quadrinhos, estabelecendo, dessa forma, contatos importantes para o seu futuro dentro do meio.

Nesse contexto, possuindo muitos licenciamentos *Marvel* e determinada experiência nas negociações com a *Ica Press*, a *Abril* resolveu buscar também licenciar personagens da *DC Comics* e, dessa forma, ter em seu portfólio quadrinhos das duas maiores editoras de super-heróis dos EUA. Foi nesse sentido que a empresa brasileira contactou a *Character*, a representante *DC* no Brasil, e ofereceu uma proposta melhor do que a editora *Ebal*. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Helcio de Carvalho, mais uma vez, estava encabeçando esse projeto de assimilação e edição do novo material. Contudo, a quantidade era imensa e ele não conseguia mais dar conta de todo o volume.

A chegada da DC deixou o grupo de super-heróis da Abril com oito revistas mensais, além da trimestral Grandes Heróis Marvel. Como já não era possível que Helcio cuidasse de tudo sozinho, foram realocados dois editores das revistas não Disney, que

⁸⁷ Parte paga a empresa/editora dona do material e responsável pelo licenciamento para publicação.

⁸⁸ Parte paga aos/as artistas/quadrinistas que criaram a obra/quadrinho.

ficaram sob sua supervisão. “Eles faziam mais o trabalho braçal pois, como tinham vindo das revistas da Luluzinha e do Pica -Pau, não conheciam nada de super-heróis e nem gostavam do tema: Foi meio complicado. O trabalho era imenso”. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 159)

Com a chegada do novo material licenciando a quantidade de trabalho aumentou e foi necessário a realocação de mais dois editores para esse setor. Mesmo que estes não possuíssem o mesmo conhecimento e amor pelos super-heróis que Helcio e Jotapê, a demanda exigia mais mão de obra e a supervisão deveria garantir a mesma qualidade do trabalho.

Contudo, naquele momento, apesar de todo o trabalho desenvolvido pelos dois funcionários, oficialmente, a coordenação do departamento de super-heróis da *Abril* pertencia a Dorival Vitor Lopes:

Quem coordenava o grupo de super-heróis no período era Dorival Vitor Lopes, que depois seria substituído por Cláudio Marra. Mas, na prática, as rédeas de todo o conteúdo das revistas estavam nas mãos de Helcio e Jotapê. O curioso era que, nos expedientes, eles apareciam apenas como assistente de redação e tradutor. Pela lei, a falta do diploma de jornalista impedia Helcio de ser editor e até receber um salário melhor. Ironicamente, ele fazia bem mais que muitos editores do setor infantojuvenil. Jotapê, que foi efetivado na Abril ainda em 1980, continuaria sempre trabalhando de casa. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 159)

Apesar do nome Dorival aparecer como coordenador do setor e os de Helcio e Jotapê estarem, respectivamente, como assistente de redação e tradutor, a chefia do primeiro funcionário parecia muito mais simbólica que real, cabendo aos outros dois desempenharem de fato a função de editores.

São a partir desses detalhes que podemos perceber a importância de Helcio e Jotapê dentro do setor e, conseqüentemente, da própria *Abril*. Pois, tendo em vista que mesmo com a falta do diploma de jornalista, algo que os impedia de assumirem oficialmente a função de editor e até de receberem melhores salários, os dois ainda desempenhavam o cargo extraoficialmente. Mas não apenas isso, vimos que muitas vezes o trabalho desempenhado ia além da edição, passando por colorização, tradução, adaptação e até negociação – no caso de Helcio. Nesse sentido, somos levados a perceber que, assim como no momento de suas contratações, o conhecimento do material publicado no exterior e o gosto pelo gênero de quadrinho de super-herói continuava possuindo uma grande importância em seus trabalhos. Além disso, as boas vendas alcançadas e a expansão dos títulos licenciados ajudaram a dupla a alcançarem mais prestígio e estabelecer parcerias dentro e fora da empresa.

Aos poucos, Helcio de Carvalho e Jotapê Martins acabavam ficando cada vez mais conhecidos no cenário de edição e publicação de quadrinhos de super-heróis. O trabalho desempenhado pelos dois estava abrindo novas portas no mercado. Além disso, os dois

funcionários também começavam a conhecer pessoas inseridas no meio e a estabelecer importantes conexões nacionais e internacionais. Algo que veio a ser de extrema importância na abertura da empresa de agenciamento e no próprio agenciamento de quadrinistas brasileiros para o mercado internacional.

3.3 ARTECÔMIXE ART&COMICS: TERCEIRIZAÇÃO, PRODUÇÃO E CONTATOS ESTABELECIDOS.

No tópico anterior nos debruçamos sobre a entrada de Helcio de Carvalho e Jotapê Martins na *Abril*. Conhecemos o contexto de suas contratações e os cargos para os quais foram admitidos, bem como as funções que efetivamente desempenhavam. Foi dessa forma que percebemos como o conhecimento sobre o material publicado no exterior e a proximidade com o gênero de super-heróis possibilitou a inserção dos dois no meio dos quadrinhos.

Dessa maneira, refletimos sobre a metodologia de trabalho adotada e as adaptações realizadas na publicação do material *Marvel* e *DC* no Brasil. Vimos como as estratégias foram utilizadas para não repetir equívocos de outras editoras. Foi assim que surgiu a “Cronologia *Abril*” que, criada pelos dois funcionários, acabou rendendo boas vendas e o reconhecimento da editora brasileira pelas empresas licenciantes e editoras estadunidenses. Este fato acabou rendendo a expansão de contratos de licenciamento para a *Abril*.

Vimos também que a partir das boas vendas os nomes de Helcio e Jotapê, principalmente o do primeiro, passaram a desfrutar de determinada autonomia em relação a edição do material e do planejamento das publicações. Foi dessa maneira que Helcio passou a possuir maior influência no licenciamento dos novos títulos e a “sentar na mesa” de negociações com pessoas que até então pareciam não fazer parte do seu ciclo de trabalho.

É evidente que as boas vendas alcançadas pela “Cronologia *Abril*” ajudaram a projetar nacionalmente os nomes envolvidos. Mas participar de negociações diretamente parecia algo acima na hierarquia editorial. É dentro dessa perspectiva que começamos a perceber os contatos sendo paulatinamente estabelecidos. Ao passo que Helcio e Jotapê ganhavam maior visibilidade através do seu trabalho, eles também passavam a desfrutar de espaços nos quais transitavam pessoas do cenário nacional e internacional dos quadrinhos. Esse trânsito possibilitou o estabelecimento de relações importantes para o futuro profissional dos dois.

Dentro desse contexto, as vendas dos quadrinhos de super-herói da *Abril* continuavam crescendo.

No setor de super-heróis, a coisa estava tinindo, com mais editores no staff, como Décio Trujillo Jr. Kazuhiro Kurita, Nilton Sperb, Lucrecia M. de Freitas, Maria de Fátima Gomes e Vera Lúcia Costa. Todos os títulos que eles cuidavam estavam com vendas acima dos 50 mil por edição - a linha de corte para identificar se eram lucrativos. A maior parte dos gibis ficava entre 70 mil e 100 mil exemplares. E tinha Homem-Aranha e A Espada Selvagem que passavam disso. A Marvel finalmente tinha engrenado no Brasil e era seguida pela DC, cuja revista dos Titãs estava na casa dos 80 mil exemplares de venda. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 182)

O aumento das vendas e a quantidade de material passou a demandar mais editores. Naquele momento, a editora já contava com licenciamentos *Marvel*, *DC*, *Disney* e muitos outros. Se antes Helcio e Jotapê conseguiam dar conta de quase toda a produção, a situação havia tomado outra proporção. As vendas giravam em torno das dezenas de milhares com alguns títulos chegando aos 100 mil exemplares. O ritmo do setor continuava em pleno crescimento e com ele vários outros quesitos. “A Abril contabilizava 6.500 funcionários em 1986 e, naquele ano, seu parque gráfico consumiria 196 mil litros de tinta para imprimir exatos 337 milhões de exemplares de todos os seus 150 títulos. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 182)

É evidente que estes números são referentes a toda a operação da editora e não só ao setor de super-heróis. Contudo, não podemos deixar de notar que a empresa estava passando a publicar mais e, conseqüentemente, demandar cada vez mais material humano e gráfico. Nesse sentido, também é perceptível o alto número de vendas dos títulos que iniciaram suas publicações sob o comando de Helcio e Jotapê. A própria *Espada Selvagem de Conan* que, outrora, imaginou-se não possuir espaço para publicação dentro de uma editora infanto-juvenil, alcançava números impressionantes.

Esses dados nos fornecem um olhar macro sobre o tamanho que a editora estava adquirindo, bem como do setor de quadrinhos de super-heróis. Isso nos ajuda a refletir, dentro de um contexto de expansão, sobre como tantas negociações de licenciamento podem ter modificado as relações e estabelecido contatos que acabaram modificando a dinâmica do setor de edição, publicação e agenciamento no cenário nacional.

Nesse sentido, o contexto de expansão observado até aqui também nos permite perceber as contradições do processo e como elas resvalavam em todos/as. Até mesmo em pessoas que pareciam possuir segurança trabalhista e estarem satisfeitas com suas funções.

Durante a década de 1980, o mundo vivenciava a tendência trabalhista de terceirizar serviços com o objetivo de baixar o custo fixo das empresas, principalmente a carga tributária gerada pela contratação de funcionários/as. Como vimos até aqui, a *Abril* vinha aumentando a sua grade de empregados/as devido ao aumento da demanda de trabalho. Portanto, era esperado

que em algum momento a editora acabasse adotando esse tipo de medida e terceirizando com o objetivo de reduzir gastos.

Ao contrário do que poderíamos pensar, Helcio e Jotapê não estavam completamente seguros, inclusive entraram na mira da terceirização da empresa. Mesmo os dois sendo responsáveis pela estratégia de edição que logrou êxito, o impulsionamento das vendas e a descoberta de novos licenciamentos, seus postos não estavam a salvo. Nada disso foi suficiente para que a chefia desconsiderasse a questão administrativa/financeira e, no caso de Helcio, relevasse sua participação/liderança em uma greve ocorrida em 1985. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 195)

Essa história começou quando alguns funcionários reivindicaram melhoria de salários e um deles acabou sendo demitido por Carlos Roberto Berlinck. Em apoio ao companheiro, o setor infantojuvenil decidiu cruzar os braços e a coisa ficou séria. "Começaram a demitir o pessoal, mas eu fiquei porque era meio intocável lá dentro. Foi quando me chamaram para conversar, fazendo terrorismo que eu também seria demitido se não convencesse o pessoal a voltar. Até que o RH interveio e decidiu conversar com a gente, passando por cima dos diretores. Acabaram readmitindo todo mundo, montaram um plano de carreira e melhoraram os salários", detalha Helcio, que se tornou persona non grata entre os diretores. Tanto que, tempos depois, ao tomar o mesmo elevador com Waldyr Igayara e Berlinck, a dupla simplesmente o ignorou, fingindo que não o viam. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 195-196)

Diferentemente do que poderíamos pensar, tendo em vista o crescimento da editora, a situação salarial de alguns funcionários não havia melhorado. Contudo, o pedido de aumento acabou acarretando a demissão de um empregado. Nesse sentido, podemos perceber determinada “solidariedade de classe” ao passo que o setor infantojuvenil resolveu iniciar uma greve em apoio ao colega que havia enfrentado aquela situação. Contudo, não podemos desconsiderar a preocupação individual, pois, a partir daquele momento, qualquer funcionário/a podia ser o/a próximo/a a enfrentar o mesmo tipo de situação.

Dessa forma, pelo menos em certa medida, a lógica empregada nessa situação parecia ser a da insegurança e do amedrontamento, onde os/as funcionários/as eram vistos como substituíveis e o medo de uma demissão como capaz de encerrar uma greve.

No meio desse contexto, o próprio Helcio de Carvalho nos fornece indícios para compreender a sua situação dentro da *Abril* naquele momento. Provavelmente a boa venda dos quadrinhos de super-herói era o que concedia a segurança que ele afirmava possuir ao se dizer “intocável lá dentro”. Afinal, como demitir um dos editores responsáveis pelo sucesso de um determinado nicho que havia fracassado em outras editoras anteriormente? Como mandar embora um dos funcionários que mais entendia daquele gênero de história em quadrinho?

É compreensível perceber que dentro dessa lógica era muito mais fácil substituir outras “peças da engrenagem” do setor infantojuvenil que uma das “cabeças” por trás da organização

das publicações. A importância de Helcio e outros dentro da editora pôde ser percebida quando o departamento de RH passou por cima dos diretores e estabeleceu uma negociação. Provavelmente o Recursos Humanos não agiu apenas em decorrência do então editor, mas devido às proporções que a situação havia tomado. O fato é que os/as funcionários/as acabaram sendo recontratados, receberam um aumento salarial e um plano de carreira foi estabelecido dentro da empresa. Momentaneamente a estratégia utilizada pelos diretores pareceu ter surtido efeito contrário.

Contudo, a participação nessa greve, mesmo não sendo tão expressiva, pareceu ter sido suficientemente importante para que a diretoria reconsiderasse a “inviolabilidade” de Helcio no cargo de editor e até mesmo de funcionário. Até que ponto valia a pena para a empresa manter uma peça com tanto poder e arriscar mais acontecimentos como o mencionado? Será que o setor de super-heróis não conseguiria se sustentar com outras “peças” no cargo?

Foi também dentro desse contexto de ressentimento que a terceirização acabou ganhando força para além das questões administrativas/financeiras. Se antes o conhecimento, a paixão e as boas vendas conseguiam manter Helcio e Jotapê nos cargos, naquele momento, essas virtudes pareciam não ter mais o mesmo peso. Assim, na virada de 1985 para 1986, “nos corredores da Abril, fervilhavam boatos de terceirização e do inevitável passsaralho – a gíria interna para demissões em massa.” (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 196)

Naquele momento, Helcio já estava mais fora que dentro da editora. Seu outrora intocável cargo não era mais inviolável. Grandes mudanças estavam a caminho. Foi dentro dessa conjuntura que sondagens sobre a possibilidade de produção de revistas fora da *Abril* tiveram início. Cláudio Marra, representante da editora, já estava negociando com um estúdio para iniciar a terceirização das atividades dos quadrinhos de super-heróis. Contudo, as negociações não avançaram e Marra propôs ao produtor da redação de super-heróis, Laércio Ribeiro, assumir a empreitada. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 196)

A princípio, poderíamos estranhar a situação através de dois pontos de vista. O da empresa que sondou o próprio funcionário para abrir um estúdio que seria terceirizado por ela mesma, bem como o do funcionário que aceitou a proposta sabendo que aquilo implicava na sua demissão. Todavia, se levarmos em consideração que havia um ressentimento generalizado com os funcionários por conta da greve, demissões estavam acontecendo e a editora estava decidida pela terceirização dos serviços, fica muito mais simples de compreender as decisões tomadas. Além disso, mesmo com as imprevisibilidades, a possibilidade de virar seu próprio patrão, ou seja, chefe de um negócio próprio, também deve ter exercido determinado apelo.

Do lado da editora, existiam benefícios como a diminuição dos custos da folha salarial, a redução das chances de novas greves e o repasse da responsabilidade da produção para outra empresa. Nesse sentido, fosse por problemas salariais ou por qualquer outra questão, cabia à editora contratar outro estúdio terceirizado. Além disso, o fato dos antigos profissionais trabalharem para o estúdio terceirizado garantia maior segurança no trabalho, pois os mesmos já conheciam todo o processo e sabiam como fazer.

Já para os antigos funcionários que topassem a empreitada, mesmo que isso representasse suas demissões da *Abril*, também significava a garantia da manutenção de um emprego no qual eles já estavam adaptados. Então, dentro de uma perspectiva de diminuição de danos, parecia muito mais interessante profissionalmente enveredar por esse caminho e fazer parte do estúdio que seria terceirizado. Além disso, pelo menos no início, parecia também ser interessante financeiramente:

Era uma proposta interessante para os terceirizados: a editora emprestaria dinheiro para a montagem de um estúdio que cuidasse, sem vínculo empregatício, da produção das histórias - tradução, copidesque, letras, indicação de cores. O empréstimo poderia ser quitado em suaves prestações descontadas dos serviços prestados e os envolvidos teriam independência para também atender outras empresas. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 196)

Assim, o capital inicial para abertura do estúdio ficava garantido e a quitação da dívida com a editora encaminhada através das prestações a serem pagas. Era como se os envolvidos estivessem pegando um financiamento para abrir o seu próprio negócio, o qual lhes permitiria fornecer mão-de-obra não apenas para a *Abril*, mas também para outras editoras. A princípio, parecia um negócio com menos riscos do que o esperado tendo em vista as possibilidades que poderiam surgir.

Nesse contexto, Laércio Ribeiro aceitou a proposta e convidou Jotapê Martins para ser sócio no novo estúdio. Naquele momento, o nome de Helcio de Carvalho acabou não sendo cogitado para a nova empreitada, pois imaginava-se que ele cortaria relações com a *Abril* devido aos últimos acontecimentos. Contudo, a não participação de Helcio acabou sendo um mal entendido entre os envolvidos e logo foi resolvido. Pelo menos é o que nos conta Jotapê:

"Não me lembro se ele me procurou ou vice-versa, mas me disse que estava chateado por eu não o ter convidado. Retruquei que chateado tinha ficado eu, porque ele não havia manifestado interesse. Em suma, nos resolvemos e nosso bromance ainda teria mais algumas temporadas, E, no fim, o Laércio acabou não fazendo parte do estúdio cujo contrato social foi redigido apenas com dois sócios, o Helcio e eu". Assim surgiu o Artecômix, nome sugerido por Carmen Tzanno. Para facilitar a transição, Helcio e Jotapê ficariam como consultores da *Abril* durante seis meses para treinar novos editores que seriam contratados. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 196-197)

A relação estabelecida entre Helcio e Jotapê ia muito além do trabalho. Após anos trabalhando juntos, planejando o cronograma de publicação da *Abril* e a própria cronologia a ser adotada, os dois funcionários desenvolveram uma relação de amizade. Provavelmente, foi essa proximidade que acabou causando a chateação entre os dois por não estarem juntos na sociedade do novo estúdio. Além do apreço que os dois pareciam ter entre si, podemos refletir também sobre o reconhecimento profissional existente entre ambos. Tendo em vista que a abertura de um estúdio, ou seja, uma nova empresa, necessitava, dentre outras coisas, do reconhecimento da qualidade e do comprometimento entre os envolvidos, tanto Helcio quanto Jotape pareciam querer que o colega estivesse envolvido no projeto. Afinal, os dois sabiam que eram responsáveis por fazer a “Cronologia *Abril*” dar certo e isso era muito importante para o desenvolvimento do trabalho no estúdio.

Após a resolução do impasse relacionado a criação da empresa terceirizada, Laércio Ribeiro, o produtor da redação que Cláudio Marra havia sondado, acabou na fazendo parte da sociedade. Dessa maneira, com Helcio de Carvalho e Jotapê Martins como sócios, os mesmos responsáveis pelo setor de super-heróis da *Abril*, surgiu o estúdio *Artecômix*.

Os problemas relacionados à greve e a terceirização não foram suficientes para afastar os dois ex-funcionários da *Abril* do trabalho com a editora. Dessa forma, a parceria estabelecida quando os dois iniciaram suas carreiras continuou no novo local, um negócio próprio, direcionado a edição de histórias em quadrinhos e com liberdade para trabalhar para outras editoras. Helcio e Jotapê saíram das rédeas da *Abril* e passaram a traçar seus próprios planos. Se antes os dois trabalhavam apenas com a edição do material que a editora possuía o licenciamento e podia publicar, naquele momento, apesar de também continuarem trabalhando com aquele material, expandiam o leque de possibilidades ao negociar com outras empresas e, conseqüentemente, escolher o que queriam ou não fazer.

Foi dentro de um contexto de maior autonomia que os então editores começaram o trabalho no *Artecômix*, o estúdio que acabou modificando a dinâmica do cenário nacional de quadrinhos e também de alguns quadrinistas.

Contudo, a saída da *Abril* e a abertura do novo estúdio, apesar do que possa ter parecido, não foi algo feito de forma brusca. Afinal, a editora continuava editando outros títulos e precisava contratar novos editores, os quais necessitavam de treinamento para assumir os novos cargos. É importante salientar que, naquele momento, o *Artecômix* ficava responsável apenas pela produção das revistas de super-herói e não por todos os quadrinhos licenciados pela editora brasileira. Assim sendo, Helcio e Jotapê continuaram como consultores da *Abril* por seis meses com a missão de treinar os novos funcionários contratados.

Dois pontos podem ser depreendidos a partir dessa informação. No primeiro, percebemos que, apesar do clima existente pouco tempo antes do início da terceirização, a *Abril* reconhecia o bom trabalho prestado por Helcio e Jotapê, confiando a eles o treinamento das pessoas que eram contratadas. No segundo, podemos denotar como o contexto de produção havia mudado, pois se em outro tempo os dois ex-editores tinham aprendido suas funções na prática do trabalho, naquele momento, a editora necessitava que os novos funcionários aprendessem antes de assumirem os cargos de forma autônoma. Nesse sentido, podemos supor que a *Abril* pretendia que a fórmula exitosa utilizada fosse mantida pelos novos editores, diminuindo assim qualquer risco na produção dos quadrinhos.

Dessa forma, Helcio e Jotapê partiram para uma nova fase em suas vidas profissionais.

No início de 1987, a dupla que tinha revolucionado os quadrinhos de super-heróis dentro da *Abril*, e no mercado brasileiro, deu início ao seu programado afastamento. A primeira sede do Artecômix foi a edícula da casa dos sogros de Jotapê, onde permaneceriam pelos dois anos seguintes. No estúdio, a dupla contratou seus dois primeiros funcionários, a secretária Ruth e o assistente de arte Edde Wagner - aquele mesmo das reuniões do Conclave. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 197)

O ano era 1987, e a dupla responsável pela “Cronologia *Abril*” iniciava o funcionamento do seu modesto estúdio de produção. Contudo, como podemos perceber, mesmo a editora fornecendo ajuda financeira para a abertura da empresa, a operação iniciada ainda era pequena quando comparada ao antigo setor de super-heróis da *Abril*. A sede do *Artecômix* ficava localizada em um espaço na casa dos sogros de Jotapê e os funcionários se restringiam a quatro quando somados os dois sócios. Inclusive, Edde Wagner, um dos funcionários contratados, fazia parte do ciclo de amizades de Jotapê dos tempos do Conclave de Quadrinhos, um grupo de entusiastas que se reunia aos domingos no Centro Cultural da Rua Vergueiro em São Paulo durante os anos 1980.

Com a contratação de Wagner percebemos que a lógica aplicada pelos novos sócios era a mesma utilizada pela *Abril*, a qual priorizava alguém com conhecimento do material e paixão pelo gênero em detrimento da experiência no cargo. É nesse sentido que, novamente, compreendemos o quanto era importante conhecer alguém dentro do meio dos quadrinhos para conseguir entrar no cenário. Sem demérito aos profissionais envolvidos, mas estabelecer relações e conhecer as pessoas certas parecia viabilizar algumas possibilidades.

Dessa forma:

Aos 17 anos, Edde trabalhava no estúdio e, à noite, estudava. Com o tempo, ganhou ajuda de colaboradores externos, como Renato Arlem e Rogério Cruz Kuroda (que depois adotaria o nome de Roger Cruz), entre outros. O estúdio recebia os bromuros das editoras americanas e cuidava da tradução, letreiramento, colorização e montagem das revistas, entregando todo o material pronto para ser revisado pelos editores da *Abril* e, em seguida, enviados à gráfica. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 197)

Inicialmente, trabalhar no setor de quadrinhos não era algo que permitia largar outras possibilidades de formação e/ou financeiras. Muito menos em um estúdio recém criado. Por isso, ao ingressar naquele cenário, muitos funcionários mantinham, pelo menos durante algum tempo, seus cursos de formação e outros empregos. Dessa maneira, eles nutriam um segundo plano e, ao mesmo tempo, completavam suas rendas. Inclusive, alguns dos quadrinistas agenciados pela *Art&Comics* ficaram anos trabalhando em jornais e empresas de publicidade justamente com esse objetivo, manter uma segunda opção caso nada desse certo.

Dessa maneira, para dar conta de todo o trabalho, Edde Wagner trabalhava no estúdio durante o dia e estudava pela noite. Contudo, com o passar do tempo, a operação do *Artecômix* foi crescendo e novos colaboradores chegando.

Como podemos ver o estúdio ficava encarregado de todas as etapas da produção. Recebia o material direto das editoras estadunidenses e entregava praticamente pronto para os editores da *Abril*, restando a eles apenas revisarem e solicitarem alguma alteração caso achassem necessário. Caso não, estavam prontos para serem impressos.

A partir desse processo de produção percebemos como a *Abril* realmente havia transferido todo o trabalho para o estúdio terceirizado. Pois cabia a ele traduzir o material, montar a ordem das revistas para impressão, indicar as cores que seriam utilizadas e letreirar os balões. Estamos falando de pelo menos quatro etapas da produção, isso não fossem subdivididas em outras durante o processo. Dessa forma, restava aos funcionários da editora a revisão e a aprovação para impressão, etapas que, mesmo demandando tempo, possibilitavam que eles se concentrassem exclusivamente nelas.

Outro detalhe importante que nos chamou atenção foi o aparecimento do nome de Rogério Cruz Kuroda já nesse início. Roger Cruz, como ficou conhecido posteriormente, acabou se tornando um dos primeiros quadrinistas agenciados pela *Art&Comics* para o mercado internacional. Portanto, é interessante percebermos que a relação entre Helcio, Jotapê e Roger era anterior ao surgimento da agência. Isso nos permite questionar, novamente, como era importante estabelecer relações dentro do cenário quadrinístico brasileiro.

Retomando o contexto de surgimento do estúdio *Artecômix* e da contratação de empresas terceirizadas pela editora *Abril*, Jotapê e Helcio não foram os únicos incentivados a virarem prestadores de serviço.

Dorival Vitor Lopes, que tinha deixado a editora anos antes para trabalhar como coordenador da Mauricio de Sousa Produções, também fundou seu estúdio, Rarus, e começou a cuidar da produção de algumas revistas como *O Incrível Hulk*, *Capitão América*, *Grandes Heróis Marvel* [...]. Mas o Rarus teria vida curta nos expedientes - basicamente entre abril de 1987 e março de 1988 -, pois logo foi rebatizado para

Criarte. Dai em diante, sua carga de trabalho aumentaria, com várias outras revistas e edições especiais. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 197)

Portanto, não era apenas o estúdio *Artecômix* que prestava serviços para a *Abril*. Tão pouco Helcio e Jotapê eram os únicos ex-funcionários a abrirem sua própria empresa. Dorival Vitor Lopes, outrora chefe do setor de super-heróis, também havia aberto seu estúdio de produção e, em 1987, estava trabalhando para *Abril*.

Como já havíamos mencionado, a editora *Abril* incentivou alguns dos ex-empregados do setor de super-heróis a assumirem a produção dos quadrinhos através de prestadoras de serviços terceirizadas, fazendo com que alguns deles abrissem suas próprias empresas. Dessa maneira, essa não foi uma exclusividade de Helcio e Jotapê, tão pouco de Laércio Ribeiro, o primeiro sondado por Cláudio Marra, mas que acabou não fazendo parte do estúdio.

Contudo, a partir dos nomes envolvidos, percebemos também que, pelo menos a princípio, as pessoas que efetivamente acabaram abrindo seus estúdios e prestando serviços para *Abril* possuíam cargos importantes dentro da editora, fossem como chefes de setores ou editores, mesmo que extra oficialmente. Ou seja, não estavam na base da cadeia de produção, muito menos lidavam apenas com uma etapa do processo de edição dos quadrinhos. Essas pessoas estavam por trás do planejamento e da organização, eram responsáveis por alguns dos sucessos alcançados, conheciam – pelo menos em teoria – várias das etapas de produção e sabiam lidar com os/as funcionários/as encarregados/as por cada uma delas.

Portanto, notamos que ao escolher incentivar alguns ex-funcionários a abrirem seus próprios estúdios, a *Abril* possuía determinada perspectiva do que estava querendo e do que esperava receber. Não era uma estratégia pensada exclusivamente para a diminuição dos encargos, mas além disso, também se preocupava com a manutenção da qualidade do que seria feito pelos profissionais envolvidos. A partir desse olhar torna-se mais compreensível o envolvimento de nomes como Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes.

Outro ponto importante para notarmos é que o volume de quadrinhos produzidos e lançados continuava em crescimento, conseqüentemente, demandando que mais empresas terceirizadas prestassem seus serviços de edição para a *Abril*. Nesse contexto, vemos que não apenas o *Artecômix* estava recebendo material para editar, mas também outros estúdios. O *Rarus*, de Dorival Vitor Lopes, estava inclusive encarregado da edição de títulos importantes como *O Incrível Hulk*, *Capitão América* e *Grandes Heróis Marvel*.

Dessa forma, se mais de um estúdio precisava ser contratado para dar conta da edição do material, podemos supor duas possibilidades: I) a operação dos estúdios era razoavelmente pequena, contando com poucos funcionários que somados não se equiparavam a quantidade

que a *Abril* possuía antes da terceirização. II) o volume de revistas se super-heróis lançadas continuava crescendo e exigindo cada vez mais pessoas envolvidas na produção.

A primeira possibilidade pode ser parcialmente respondida se nos basearmos no tamanho inicial do *Artecômix*, o qual contava com quatro funcionários, incluindo os dois sócios, e ficava localizado na casa dos parentes de um deles. Se os outros estúdios possuíam estruturas parecidas é compreensível a necessidade de vários deles para dar conta da mesma quantidade de trabalho que já existia. A segunda possibilidade também pode ser em parte respondida ao recuperarmos o fato que pouco antes da terceirização a *Abril* havia adquirido novos licenciamentos e continuava com a expansão do setor de super-heróis. Dessa forma, também é coerente supormos a maior necessidade de profissionais envolvidos. De toda forma, as duas possibilidades não se anulam, inclusive, em certa medida, elas até se complementam.

Todavia, seja por uma ou outra possibilidade, ou até mesmo as duas, se havia a necessidade de contratação de mais estúdios isso nos indica o crescimento do setor e, conseqüentemente, que os quadrinhos de super-heróis da *Abril* continuavam fazendo sucesso e tendo boas vendas.

Assim sendo, partimos para as atribuições do *Artecômix*, as quais não consistiam apenas na edição das revistas, mas também na construção da própria programação de lançamento da editora.

No início de 1987, os sócios do *Artecômix* ajudaram a preparar a programação dos anos seguintes em reuniões com Cláudio Marra e a redação. O plano de Marra era que Leandro e Figa comessem a entender o processo e, logo, assumissem a função, escolhendo sozinhos o que seria publicado. Mas, como o cronograma organizado era muito bom, os novos editores não viam motivos para mudá-lo tão cedo. Mesmo Marra deixando claro que não queria mais Helcio e Jotapê envolvidos nas decisões internas a médio prazo, os jovens - muitas vezes, às escondidas -, pediam ajuda a seus mentores. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 220)

Portanto, cabia ao estúdio planejar a ordem de lançamento das revistas a ser seguida. Dessa maneira, Helcio e Jotapê pareciam continuar com a mesma responsabilidade que possuíam anteriormente. Entretanto, a construção dessa programação era feita em diálogo com Cláudio Marra e o restante da redação, indicando que havia determinada sintonia entre os funcionários da *Abril* e os terceirizados do estúdio. Apesar disso, naquele momento, a editora parecia querer deixar cada vez menos o poder de decisão nas mãos dos ex-funcionários e tomar para si a palavra final do que seria publicado e em que ordem.

Era compreensível que a editora decidisse a cronologia a ser adotada e deixasse cada vez mais seus ex-funcionários longe das decisões internas, afinal, naquele momento, eles eram terceirizados e não compunham mais o quadro de empregados da *Abril*. Todavia, essa decisão

enfrentava dificuldades para ser cumprida em sua totalidade. A falta de experiência dos novos editores, bem como a percepção do bom trabalho desenvolvido pelo estúdio, dificultava que os mesmos quisessem modificar a programação elaborada. Afinal de contas, por qual razão eles deveriam alterar algo que acreditavam estar bom e que havia funcionado bem até aquele momento?

Dessa maneira, mesmo Cláudio Marra querendo que Leandro Luigi Del Manto e Sérgio Figueiredo Pinto (Figa), os editores que haviam entrado no lugar de Helcio e Jotapê, assumissem a função na totalidade de suas atribuições e decisões, os dois continuavam pedindo ajuda aos ex-funcionários e optando por manter as escolhas feitas por eles dentro do estúdio *Artecômix*.

“[...] Vocês podem até se perguntar como nós, editores, podíamos deixar que um tradutor, que agora era terceirizado, mandasse em tudo”, reflete Figa. “A questão é que, antes de tudo, havia muito respeito. Nós meio que idolatrávamos o Jotapê e o Helcio. Afinal, eles haviam criado a forma correta de editar os quadrinhos da Marvel no Brasil. Eles trouxeram uma geração inteira de leitores para a Abril”. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 220)

Para compreendermos esse sentimento de admiração precisamos lembrar de duas coisas: I) apesar de Jotapê ser creditado como tradutor e Helcio como assistente de edição/editor, o papel que eles desenvolviam ia além dessas funções, ou seja, os dois conheciam todos os pormenores da produção e edição de uma história em quadrinho. II) a “Cronologia *Abril*” obteve sucesso onde outras editoras falharam. Eles conseguiram boas vendas, a aceitação do público consumidor e trouxeram uma nova geração de leitores/as. Eles fizeram o material *Marvel* ter sucesso mesmo com personagens secundários/as. Dessa forma, é compreensível o respeito e a admiração existente por parte dos novos editores para com os antigos.

Contudo, a idolatria que transparece quando é falado que “eles haviam criado a forma correta de editar os quadrinhos da Marvel no Brasil” acabava por engessar a produção e, conseqüentemente, impossibilitar mudanças no cenário. Compreendemos que os dois ex-funcionários haviam mudado os paradigmas de publicação *Marvel* em solo brasileiro. Todavia, dentre alguns contratemplos, a veneração acabou retardando o cumprimento de um dos objetivos da terceirização: diminuir o poder de decisão de Helcio e Jotapê sobre o setor de super-heróis da editora.

Nesse sentido, o conhecimento do trabalho que vinham realizando fornecia determinada confiança aos sócios do estúdio, mas a falta de resistência em relação a programação elaborada pelo *Artecômix*, e até os casos de mentoria, possibilitavam a ocorrência de situações desconfortáveis e pouco profissionais.

Segundo Figa, o mais profissional da dupla era Helcio. "Uma pessoa muito fina, que ouvia críticas. Ouvia mesmo! O Jotapê não. Ele era divertidíssimo, inteligentíssimo, e eu o adorava. Mas ele tinha um componente de arrogância muito forte". E o tradutor dominava a cronologia como ninguém. Quando alguém discordava de suas escolhas, ele desafiava: "Não, não, você vai fazer uma puta cagada! Tem que ir com essa sequência deste jeito. Você não sabe, você não leu lá para frente. Eu li os últimos quatro anos do Thor. Você leu?" (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 220)

Helcio, o mais experiente da dupla, apesar de todo o conhecimento sobre o material, mantinha uma postura mais profissional em relação às críticas. Mas, Jotapê, talvez pela percepção da importância que ainda possuía para a editora, acabava se comportando de forma mais soberba quando questionado sobre a programação planejada. A “cartada” utilizada era o seu conhecimento sobre o material publicado nos EUA e a cronologia das histórias. Afinal, nem todos os funcionários realmente conheciam o conteúdo que havia sido publicado no exterior.

De toda forma, os dois sócios continuavam, fosse de uma maneira mais humilde ou arrogante, estabelecendo qual seria a sequência de lançamento dos quadrinhos de super-herói publicados pela *Abril*.

Mas o trabalho do *Artecômix* estava apenas começando. A empresa não ficou apenas planejando e editando quadrinhos para outras editoras. Em 1988, a *Abril* resolveu apostar no lançamento de histórias em quadrinhos de desenhos animados que estavam passando na televisão. O objetivo era pegar carona na visibilidade daquelas animações.

A aposta de personagens da TV vinha desde janeiro, quando foi lançado *BraveStarr*, título baseado na série animada da Rede Globo. A trama misturava faroeste e ficção científica, em aventuras do delegado indígena que dá nome ao desenho, no planeta Novo Texas. Ligada a uma linha de brinquedos, a série animada também deu origem à HQs publicadas nos Estados Unidos e na Europa, às quais a *Abril* aparentemente não teve acesso ou preferiu não usar. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 222)

Vemos que o quadrinho escolhido já possuía brinquedos e revistas lançadas nos EUA e na Europa. Contudo, a editora não havia tido acesso aos títulos publicados fora do Brasil. Talvez a *Abril* realmente não tenha entrado em contato com o material, afinal, estamos falando do final da década de 1980 e o envio por correios ou fax possuía limitações tecnológicas e financeiras. Ou, talvez, a empresa realmente preferiu não utilizar os originais. Ainda existe a possibilidade, mesmo que incomum, de ter ocorrido apenas o licenciamento do nome (marca) e não realmente a aquisição do direito sobre as histórias produzidas. Todavia, podemos apenas supor o que realmente ocorreu.

Dessa forma, sem possuir o material para ser editado, a *Abril* precisava produzir do zero as histórias para publicação. Entretanto, como vimos, a editora havia terceirizado alguns setores, dentre eles o de quadrinhos de super-herói, e mantido apenas alguns empregados em funções importantes. Dessa maneira, devido a diminuição de pessoal, possivelmente a editora

não tinha mão-de-obra suficiente, ou até mesmo qualificada, para a produção de roteiros e desenhos. Assim, restou, mais uma vez, contratar empresas terceirizadas para a produção.

Com isso, o material foi todo criado pelo pessoal do Artecômix, com roteiros de Luiz Antônio Aguiar e desenhos de Mozart Couto, Marcelo Campos e Alvaro Omine - um passo e tanto para o estúdio, que já se mostrava preparado para fazer bem mais do que só cuidar dos decorados, letras e afins. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 222)

Além de planejar o cronograma de publicação e editar os quadrinhos de super-herói da *Abril*, o *Artecômix* dava um passo à frente e começava a produção de revistas do zero. O estúdio, antes terceirizado apenas para edição e adaptação, passou também a criar roteiros e desenhar histórias. Não se tratava mais apenas do trabalho de traduzir para o português, ver como se encaixavam melhor balões e letras, suprimir uma página ou algum/a personagem, ou mesmo por em uma ordem cronológica mais compreensível. Naquele momento, o estúdio começou a lidar com a produção de histórias em quadrinhos e, conseqüentemente, com uma maior diversidade de profissionais como roteiristas, desenhistas, arte-finalistas e coloristas.

As novas funções absorvidas pelo estúdio também representaram maiores responsabilidades para os/as funcionários/as. Afinal, eles não estavam mais apenas adaptando revistas que já haviam sido publicadas, mas haviam passado a roteirizar e desenhar histórias originais. Essa novidade, possivelmente, ajudou no desenvolvimento artístico e profissional dos/as envolvidos/as no processo, tendo em vista a quantidade de trabalho que o estúdio estava recebendo. Quadrinistas que anteriormente estavam cuidando apenas dos “decorados, letras e afins”, naquele momento, passaram realmente a produzir uma história em quadrinho em toda sua complexidade e a lidar com as demandas do cenário internacional. Essa mudança nos ajuda a compreender parte do processo de profissionalização pelo qual alguns quadrinistas brasileiros estavam passando.

Dessa maneira, em pouco tempo, o estúdio também começou a produzir histórias originais para outras editoras além da *Abril*, como foi o caso do projeto “*Futebol e Raça*” feito para a *Cedibra Editora Brasileira Ltda.*

O projeto de “Futebol e Raça” surgiu em fevereiro. A Cedibra Editora Brasileira Ltda encomendou a produção ao Estúdio Artecômix. A revista chegou às bancas em outubro, com 36 páginas e formato 15 x 21,5. Hoje a tiragem mensal é de 50 mil exemplares, em formato 27,5 x 20,5 - para ficar mais visível nas bancas e parecida com a revista “Placar” - e 48 páginas. O nº 4 deverá sair no início de janeiro. O jornalista Hélcio de Carvalho, 34, um dos donos da Artecômix, afirma que “Futebol e Raça” procura atingir um público na faixa de 14 a 24 anos das classes B e C. “É uma produção nacional que mistura um pouco de sacanagem, humor e drama. Tem gosto e cheiro de coisa brasileira. (ALONSO, 25 dez. 1988, p. 7)

O projeto “Futebol e Raça” havia sido encomendado pela própria editora *Cedibra* ao *Artecômix*, demonstrando determinada confiança no trabalho de criação do estúdio. A revista

chegou às bancas em um tamanho maior do que o habitual e com uma boa tiragem. Novamente, esses detalhes indicavam a segurança que a editora possuía no projeto, pois, geralmente, quem determinava o formato e a quantidade de impressões era a contratante.

Nesse sentido, percebemos também que o público alvo eram jovens e adultos, deixando de lado a audiência infantil ao abordar temáticas próprias de uma faixa etária mais madura. O estúdio estava diversificando cada vez mais o seu catálogo de produção e acumulando experiência no setor.

Nesse contexto, em meio a essas produções, mas retornando ao projeto da *Abril*, percebemos o surgimento dos nomes de alguns quadrinistas que anos depois foram agenciados pela empresa que o estúdio *Artecômix* se tornou. Mozart Couto e Marcelo Campos eram alguns dos que estavam envolvidos com o desenvolvimento de *BraveStarr* e, posteriormente, foram agenciados. Mas não apenas eles, outro nome envolvido na criação das revistas de personagens da televisão era Watson Portela. O quadrinista que também foi agenciado anos depois, naquele momento, estava responsável pelos desenhos da revista da *She-Ra*, personagem da empresa de brinquedos *Mattel*. (SOUZA; MUNIZ, 2020)⁸⁹

Durante o ano de 1988, algumas histórias em quadrinhos que acabaram marcando época foram lançadas no Brasil pela *Abril*. *O Cavaleiro das Trevas* de Frank Miller e *Watchmen* de Alan Moore e Dave Gibbons foram alguns dos títulos aclamados por crítica e público. Essas histórias estavam fazendo grande sucesso devido a abordagem e os desenhos mais maduros que algumas pessoas percebiam em suas páginas. Dessa maneira, editar aquelas histórias parecia ser uma grande oportunidade, ou no mínimo a vontade de alguns funcionários do meio.

Dessa maneira, sendo o *Artecômix* o estúdio responsável pela tradução e adaptação de muitos quadrinhos da *Abril*, era compreensível que o mesmo assumisse também essa tarefa. Contudo, com a edição de outros quadrinhos já contratada e, naquele momento, a produção/criação de algumas das revistas de personagens da TV, o estúdio acabou não ficando responsável por *Watchmen*, mesmo isso já estando previsto. Portanto, “a minissérie foi para o Criarte, de Dorival Lopes. Jotapê ficou inconformado por ter perdido essa chance de traduzir *Watchmen*.” (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 233)

Como vimos anteriormente, em 1987, Dorival Vitor Lopes, ex-chefe do setor de super-heróis da *Abril*, havia criado o estúdio *Rarus* e estava trabalhando para a editora como

⁸⁹ Voltaremos a abordar o trabalho desses quadrinistas e nos aprofundaremos no agenciamento no próximo capítulo.

terceirizado. Contudo, ainda 1988, o estúdio foi rebatizado e passou a se chamar *Criarte*, o mesmo que naquele momento ficou responsável pela edição de *Watchmen*.

Artecômix e *Criarte*, pelo menos até aquele momento, pareciam ser duas empresas terceirizadas fundamentais para a produção dos quadrinhos lançados pela *Abril*. Os dois estúdios estavam encarregados de importantes projetos de tradução, adaptação e criação da editora. Nesse sentido, é importante refletirmos sobre o peso do *know-how* das pessoas que estavam por trás dos mesmos. Pelo lado do *Artecômix*, Helcio de Carvalho e Jotapê Martins traziam consigo o sucesso da “Cronologia *Abril*”. Pelo lado do *Criarte*, Dorival Vitor Lopes trazia o peso do cargo de ex-chefe do setor de super-heróis. Dessa forma, a experiência e o conhecimento desses profissionais contribuíram para a contratação de suas empresas pela *Abril*, mas também na manutenção de importantes relações.

Nesse sentido, é importante notarmos como alguns nomes, mesmo com as mudanças nas relações trabalhistas, continuavam se mantendo em evidência e estabelecendo diferentes contatos com o passar dos anos. De funcionários do setor de super-heróis da *Abril* a donos de estúdios de produção de histórias em quadrinhos, a trajetória dos trabalhadores acima citados, algumas vezes, pareciam tomar rumos parecidos ou, no mínimo, se entrecruzarem. Isso nos permite questionar até que ponto as histórias desses profissionais continuaram se entrelaçando?

Dentro do contexto apresentado, outras editoras também estavam publicando histórias em quadrinhos e pretendiam expandir seus catálogos. A *Globo*, que havia se consolidado como a segunda maior editora de quadrinhos do país e possuía diversos títulos – dentre eles Maurício de Sousa, *Fantasma*, *Mandrake*, *Recruta Zero*, *Gasparzinho* e outros –, era uma dessas empresas. A empresa acabou também resolvendo investir em títulos considerados mais adultos, tais quais *O Cavaleiro das Trevas* que havia sido publicado pela *Abril* pouco tempo antes. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Todavia, mesmo a *Globo* sendo uma editora de grande porte e buscando o licenciamento dessas histórias em quadrinhos, a *Abril*, após muitas negociações e boas vendas, havia alcançado a preferência dos licenciadores internacionais na negociação dos materiais *Marvel* e *DC*. Afinal de contas, a editora havia alcançado êxito onde antes outras editoras haviam falhado.

Dessa forma, restou à *Globo* contornar o cenário. Tentando burlar essa situação, a editora contratou Eduardo Macedo, diretor comercial da *Abril* até 1989, e o encarregou de garimpar títulos que não estavam de posse da *Abril*, portanto, podendo ser negociados e publicados. O ex-diretor, possivelmente, sabendo do conhecimento que Helcio de Carvalho e Jotapê Martins possuíam sobre o gênero e o trabalho que haviam feito na concorrência, tratou

de buscar o estúdio *Artecômix* atrás de ideias de títulos que poderiam ser lançados. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

"Nos perguntaram o que existia para publicar. Tinha muita coisa da First Comics, da Eclipse... Mas, a Globo queria mesmo era o material da DC e da Marvel", relembra Jotapê. "O problema é que o filé mignon estava na mão da Abril, que tinha a última palavra. Se começassem a cutucar [os licenciadores], isso poderia criar problemas [com a Abril] e a Globo ficaria sem nada." (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 245)

Para Jotapê existiam quadrinhos na mesma linha editorial de *O Cavaleiro das Trevas* em outras editoras nos EUA. Cabia a *Globo* buscar essas histórias e se contentar com a publicação das mesmas, assim como, anos antes, a *Abril* também havia feito quando não possuía os/as personagens mais famosos/as do universo *Marvel* e *DC*.

Esses quadrinhos podiam fornecer o que estava sendo buscado e, a princípio, evitar desentendimentos ou acirramentos entre as duas editoras nacionais. Com essa solução, talvez, uma disputa direta pelo material que já estava licenciado pela *Abril* poderia ser evitada. Contudo, essa “solução” pareceu não agradar a segunda maior editora do ramo, pois o que a mesma realmente almejava era o material *Marvel* e *DC*, os medalhões da concorrência.

A *Globo* não queria seguir a mesma trajetória da *Abril*. A editora não encarava com bons olhos começar sua expansão publicando quadrinhos de personagens secundários/as. Entretanto, a empresa também não possuía funcionários com a mesma expertise de Helcio e Jotapê para o assunto, tendo inclusive que convidá-los para a empreitada como veremos mais à frente.

Dessa maneira, percebendo que sua sugestão não havia sido bem recebida e o acirramento entre as empresas se tornava cada vez mais possível, Jotapê passou a procurar materiais que haviam sido de alguma maneira ignorados pela *Abril*. Para o editor não valia a pena, como sócio de um estúdio terceirizado pela *Abril*, deixar seu maior cliente insatisfeito para apostar em uma outra editora. Ajudar a *Globo* a adquirir licenciamentos que estavam com a *Abril*, empresa que já havia contratado seu estúdio e para quem estava trabalhando de maneira concreta, seria como trocar o certo pelo duvidoso. Dessa maneira, o editor do *Artecômix* tratou de encontrar quadrinhos deixados de lado e que não haviam sido explorados pela sua então contratante.

"Levei a programação toda montada para o Eduardo Macedo, que convidou eu e o Helcio para editar aquelas revistas. Mas tínhamos acabado de criar o estúdio e estávamos cheios de projetos. Não queríamos trocar um negócio nosso para voltar a ser empregados. Por isso, recusamos". Entre os tais negócios tocados pela *Artecômix* estava o agenciamento de artistas brasileiros para as editoras estrangeiras, algo que parecia muito promissor. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 245)

Naquele momento, Helcio e Jotapê, sócios em um estúdio próprio e responsáveis por boa parte da edição de quadrinhos de super-herói da editora *Abril*, foram convidados por Eduardo Macedo para trabalharem na *Globo*. Dessa maneira, caso aceitassem o apelo, os dois voltariam à condição de empregados e não mais donos do seu próprio negócio, algo que não parecia tão interessante para quem havia acabado de desfrutar das vantagens de ser seu próprio patrão.

Provavelmente, dentro dos quadrinhos que foram deixados de lado pela *Abril* e outras editoras, a programação montada impressionou o então funcionário da *Globo*. Afinal, os donos do *Artecômix* haviam garimpado materiais que se adequassem a linha editorial pretendida e não estivessem de posse de outra editora, evitando assim qualquer acirramento e problema para o próprio estúdio. Podemos imaginar que esse trabalho não foi nada fácil em meio ao contexto de publicação existente no Brasil e, por isso, impressionante ao ponto de render o convite de trabalho mencionado.

Contudo, Helcio e Jotapê declinaram da proposta e não aceitaram o trabalho oferecido por Eduardo Macedo. O *Artecômix* era a materialização da vontade e do desejo dos sócios de trabalharem editando histórias em quadrinhos de uma maneira mais autônoma, sem as amarras de um setor ou superiores que questionassem algumas de suas decisões. Mesmo que as empresas contratantes do estúdio possuíssem a palavra final de muitos projetos, eram eles seus próprios chefes e isso representava um controle muito maior do que estava sendo feito. Percebemos algumas dessas questões, principalmente, se recordarmos o contexto de greve e terceirização no qual ocorreu a saída dos dois funcionários da *Abril*.

Além disso, mesmo se tratando de uma empresa recente, o *Artecômix* havia sido contratado por algumas editoras e estavam trabalhando em importantes projetos como vimos anteriormente. Dessa maneira, o jovem estúdio de edição e produção já estava traduzindo e editando quadrinhos de renomadas editoras nacionais e internacionais, além de produzir roteiro e arte de materiais originais.

A demanda de trabalho do estúdio crescia e os projetos eram muitos. A equipe ainda não era tão grande, mas mesmo assim o *Artecômix* estava envolvido seriamente com o cenário brasileiro de quadrinhos. Contudo, não eram apenas a edição e a produção de quadrinhos para editoras nacionais e internacionais que estavam enchendo o estúdio de trabalho. Naquele momento, Helcio e Jotapê também haviam começado outro empreendimento, o agenciamento de quadrinistas brasileiros para o mercado internacional.

Dessa forma, o *Artecômix* começava a galgar mais um patamar em sua história. De estúdio de edição e adaptação, passando por produção de material original e, naquele momento,

mesmo que inicialmente, tornando-se também uma empresa de agenciamento de quadrinistas. Algo que, nas palavras utilizadas, parecia promissor, assim como veremos adiante. Portanto, Helcio e Jotapê estavam trilhando um caminho robusto dentro do cenário das histórias em quadrinhos.

Devido a negativa dos sócios do *Artecômix*, Eduardo Macedo acabou convidando Leandro Luigi Del Manto, então editor da *Abril*, para o time da editora *Globo*. A proposta era publicar histórias mais adultas como *Sandman*, *Orquídea Negra*, *V de Vingança*, *Akira*, entre outros. Restava saber se o convite seria aceito.

Del Manto conhecia alguns dos materiais e havia tentado emplacá-los na *Abril* em um novo formato de revista, mas o projeto não foi levado a frente. Diante das negativas da editora em que trabalhava em encabeçar algumas de suas sugestões, o então editor respondeu à pergunta de Eduardo Macedo da seguinte forma: “Se vocês forem fazer, eu tô dentro. Topo qualquer coisa”. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 246)

Dessa forma, a editora *Globo* passava a ter um editor que entendia do material. Mas não apenas isso, contrataram alguém que havia aprendido a fazer as publicações funcionarem com Helcio de Carvalho e Jotapê Martins, as duas primeiras opções pensadas para a função. Assim, além do interesse em títulos mais adultos e da programação elaborada pelos sócios do *Artecômix*, a *Globo* passava a ter um funcionário que entendia como aquelas publicações deviam ser viabilizadas. A partir do planejamento traçado pelo estúdio, já no segundo semestre de 1989, a *Globo* conseguiu colocar nas bancas suas novas revistas.

Dentro do contexto apresentado, ao retornarmos à situação do *Artecômix*, percebemos que o estúdio havia sido contratado para muitos trabalhos de edição e produção de material original. Mas não apenas isso, Helcio e Jotapê começaram a se aventurar no campo do agenciamento de quadrinistas profissionais para o mercado internacional, dessa maneira, oferecendo o trabalho desses artistas para editoras fora do Brasil.

A quantidade de trabalho nessas três frentes era relativamente grande para o estúdio absorver rapidamente. Lembremos que o estúdio possuía pouco tempo de existência e a quantidade de funcionários ainda não havia crescido. Além disso, Helcio de Carvalho ainda estava gerenciando uma produtora de vídeo e estava repleto de afazeres.

Dessa maneira, possivelmente, imaginando que não conseguiriam dar conta da quantidade de trabalho e precisando de um número maior de funcionários que entendessem do ramo, Helcio propôs a Dorival Vitor Lopes uma fusão entre os estúdios *Artecômix* e *Criarte*. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Devemos lembrar que existia uma concorrência amistosa entre as duas empresas, inclusive as mesmas eram terceirizadas e dividiam a produção de alguns títulos lançados pela *Abril*. Mas não apenas isso, Dorival havia sido chefe de Helcio e Jotapê anteriormente. Os três haviam trabalhado juntos no setor de super-heróis e conheciam a forma de trabalhar um do outro.

Assim, acreditamos que a quantidade de trabalhos que o *Artecômix* estava recebendo, a experiência profissional anterior entre os envolvidos e a concorrência saudável entre os dois estúdios foi o que possibilitou a proposta de união entre as duas empresas. “Segundo Jotapê, Dorival tinha até mais talento como administrador do que como tradutor e poderia suprir as deficiências de organização do *Artecômix*.” (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 257)

Dessa forma, Jotapê parecia enxergar como as características dos três podiam ser somadas de maneira a suprir possíveis necessidades. Os donos do *Artecômix* entraram com o conhecimento do material e da produção e o dono do *Criarte* forneceria sua expertise administrativa. Assim, passávamos para uma nova fase da(s) empresa(s).

Feita a proposta, Dorival se transferiu para a sede do *Artecômix* para uma experiência de três meses, pois queria testar a viabilidade do relacionamento. E, logo, ficou claro que aquela união de forças era realmente benéfica a todos os envolvidos. Surgiu daí o *Art&Comics* que, a partir de abril de 1990, centralizou toda a adaptação dos quadrinhos de super-heróis. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 257)

Se anteriormente os dois estúdios dividiam a edição e adaptação de boa parte dos quadrinhos de super-herói, naquele momento, a centralização da produção estava acontecendo através da criação do *Art&Comics*. Era abril de 1990, a experiência que, inicialmente, foi chamada de “teste de viabilidade do relacionamento” acabou funcionando e sendo benéfica para os dois lados.

Naquele momento, surgiu o estúdio *Art&Comics* incorporando as duas antigas empresas e suas funções de tradução, adaptação, edição, produção e, conseqüentemente, a mais recente empreitada de Helcio e Jotapê, o agenciamento de quadrinistas brasileiros para o mercado internacional de quadrinhos. Percebemos através da quantidade e da envergadura de alguns projetos do *Art&Comics* que o mesmo já nasceu com uma aparência maior do que a estrutura que realmente possuía. Dessa maneira, o caminho traçado pela nova empresa acabou marcando profundamente e transformando o cenário nacional de histórias em quadrinhos.

No início da década de 1990 os mangás ainda não haviam se popularizado no Brasil. Contudo, em 1992, a *Abril* decidiu enveredar por esse caminho e publicar dois títulos. *Mai, a Garota Sensitiva* (Kazuya Kudo e Ryoichi Ikegami) e *A lenda de Kamui* (Sanpei Shirato) foram

dois dos mangás lançados dentro daquela experiência com a publicação de material oriental. (SOUZA; MUNIZ, 2020)

Todavia, se no Brasil ainda não havia uma tradição de publicação desse tipo de material e, muito menos, a popularização, por qual razão a *Abril* se arriscaria com esses títulos? Teria a editora, mais uma vez, apenas seguindo a programação feita por Helcio e Jotapê e confiado no conhecimento dos mesmos sobre publicações no exterior?

Tanto Mai quanto A Lenda de Kamui foram sugeridos pelo pessoal da *Art&Comics* que, ao enveredarem pelo agenciamento de artistas brasileiros, começaram a ter contato com diversas editoras mundo afora. Tanto que viraram representantes da Viz, uma empresa americana que adaptava animes e mangás para outros países. "Tínhamos levado Lobo Solitário para a Cedibra uns anos antes. Gostamos muito do resultado e estávamos meio na vibe de mangás. Tanto que oferecemos algumas séries para a Abril. Inclusive Area 88 [de Kaoru Shinta Ni], que ela acabou não publicando", relembra Jotapê. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 289)

Novamente os sócios do *Art&Comics* eram os responsáveis pela sugestão dos títulos a serem publicados. Contudo, o contexto era um pouco diferente. Helcio e Jotapê não estavam sendo guiados apenas por títulos estrangeiros que haviam importado anteriormente para suas coleções e leituras pessoais. Os dois editores fizeram a sugestão daquelas publicações a partir do contato que haviam tido com editoras de outros países.

O estúdio, naquele momento, começava a desfrutar de um maior trânsito internacional devido ao agenciamento de artistas brasileiros para fora e, conseqüentemente, a conhecer novos materiais, o contexto de suas publicações e o resultado das vendas nos países onde foram lançados. Dessa maneira, as indicações feitas possuíam um conhecimento prévio do que poderia dar certo e funcionar para o cenário brasileiro, mostrando que, mais uma vez, os sócios pareciam saber o que estavam fazendo.

É importante salientar que naquele momento o *Art&Comics* era um estúdio de edição/produção de quadrinhos e, paulatinamente, também estava se tornando uma empresa de agenciamento. Em meio a essas mudanças e aos contatos estabelecidos – muitos ainda durante o trabalho na editora *Abril*, como no caso de alguns licenciantes – o estúdio estava construindo relações com parceiros internacionais.

Se retrocedermos um pouco, lembraremos que anteriormente Helcio de Carvalho, quando ainda era funcionário da *Abril*, havia participado de algumas negociações de títulos com os representantes da *Marvel* e da *DC*. Naquele momento, a situação era outra. A empresa de Helcio e seus sócios, a partir dos contatos internacionais, havia conseguido se tornar

representante da empresa norte-americana *Viz*⁹⁰ no Brasil. Assim, conseqüentemente, as empresas brasileiras que possuíam interesse em trabalhar com o material da *Viz*, fossem mangás ou animes, precisavam negociar o licenciamento diretamente com o *Art&Comics*. Ou seja, a negociação para publicação desses materiais no Brasil passava diretamente por Helcio, Jotapê e Dorival.

A perspectiva, pelo menos nesse caso, havia sido invertida. Naquele momento, o estúdio também era representante de uma empresa americana no Brasil e isso, inicialmente, nos permite perceber que o *Art&Comics*, além da vasta experiência de seus profissionais, possuía também a confiança de empresas estrangeiras ao passo que trabalhava diretamente para/com elas.

Helcio, Jotapê e Dorival pareciam ter iniciado o rompimento de uma bolha. Se, anteriormente, muitas das negociações giravam em torno do licenciamento de materiais internacionais via empresas estrangeiras, naquele momento, a negociação de alguns dos títulos do mesmo gênero passava diretamente por uma empresa nacional.

Contudo, indicar, negociar e trazer material de fora para ser publicado no Brasil não quer necessariamente dizer que o estúdio possuía completo trânsito no cenário internacional, muito menos que o *Art&Comics* já havia estabelecido relações sólidas o suficiente com todos os envolvidos no setor. Até porque, já existia interesse dessas empresas estrangeiras em publicar o seu material no Brasil. Fosse com um representante ou outro, provavelmente, em algum momento os títulos haveriam sido lançados. Todavia, não podemos desconsiderar a importância que era uma empresa nacional ser representante de uma estrangeira em solo brasileiro.

Mesmo assim, devemos perceber que ainda existia uma distância entre viabilizar as negociações de material estrangeiro para o Brasil e conseguir, mesmo que aos poucos, levar o material brasileiro para ser publicado fora do país. Já existia o interesse por parte das editoras e empresas internacionais em publicar seus títulos no Brasil devido ao possível mercado consumidor. Contudo, a mesma disposição não se fazia presente quando se tratava de levar material criado no Brasil para seus respectivos países, pois, eles já possuíam anos de produção e mão-de-obra suficiente.

Com isso, queremos dizer que as parcerias do estúdio ainda não implicavam diretamente na ida de artistas brasileiros para o exterior. Esse processo só aconteceu em momento posterior.

⁹⁰ Empresa norte-americana, originalmente fundada como uma subsidiária da editora japonesa Shogakukan, para o lançamento nos Estados Unidos de animes e mangás. (GUIA DOS QUADRINHOS, 2022)

Mesmo com todas essas reticências, naquele contexto, o *Art&Comics* já havia conseguido levar o mangá *Lobo Solitário* para a editora *Cedibra*. Além dele, outros títulos haviam sido oferecidos também para a *Abril*. A partir do oferecimento desses títulos, percebemos que o estúdio estava fazendo valer o fato de ser o representante da *Viz* no Brasil, bem como os títulos que tinham acesso e queriam que fossem publicados em território nacional.

Contudo, para que possamos entender melhor como ocorreu essa sequência de fatos e como, aos poucos, foram sendo estabelecidos os contatos internacionais, precisaremos abordar mais detalhadamente o processo de agenciamento de quadrinistas brasileiros para o mercado internacional. Dessa maneira, essas questões serão melhor abordadas no próximo capítulo, restando a conclusão deste tópico apresentar mais algumas informações e refletir sobre a época em que o *Art&Comics* ainda era apenas um estúdio e não a empresa de agenciamento que acabou se tornando. Portanto, a partir dessa pontuação, continuamos o fio sobre o início dessa caminhada.

Nesse momento, a partir do êxito que o *Art&Comics* parecia ter alcançado, sendo cada vez mais contratado por algumas das grandes editoras brasileiras, somos levados a pensar que tudo continuava ocorrendo muito bem entre os envolvidos. A quantidade de trabalho só crescia, a autonomia aumentava, as parcerias nacionais e internacionais estavam acontecendo e o estúdio parecia cada vez mais inserido no cenário dos quadrinhos. Contudo, mesmo com toda essa situação, que a princípio parecia muito favorável, um dos sócios não estava satisfeito com o caminho seguido pela empresa.

Desde o final de 1993, Jotapê Martins não fazia mais parte do *Art&Comics*. Descontente com os rumos da empresa, ele decidiu vender sua parte na sociedade e abrir seu próprio estúdio, o *Arcádia*. Nessa nova fase, continuou prestando serviços para a *Abril*, traduzindo e adaptando revistas como *X-Men*, *O Retorno do Super-Homem*, *Capitão América* e outras. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 307)

Jotapê Martins estava ao lado de Helcio de Carvalho desde da época da *Abril* quando os mesmos ainda eram creditados, respectivamente, como tradutor e assistente de edição. Os dois haviam construído a “*Cronologia Abril*”, feito a publicação *Marvel* no Brasil funcionar, participado da negociação por alguns dos títulos da *DC*, criado o estúdio *Artecômix*, produzido materiais originais e iniciado o agenciamento de quadrinistas brasileiros. Tudo isso juntos. Haviam enfrentado o processo de terceirização pelo qual passou a editora que trabalharam desde o início de suas carreiras com super-heróis. Era no mínimo curioso, para não dizer inesperado, a saída do sócio fundador do estúdio no momento em que tudo parecia funcionar adequadamente e os projetos continuavam a acontecer.

Contudo, a saída de Jotapê não representou o fim de sua carreira como editor, afinal, o mesmo possuía o conhecimento e a experiência necessária para abrir seu próprio estúdio. Além disso, amizades importantes construídas durante os anos de profissão garantiram trabalho para o novo empreendimento. Pelo menos por algum tempo.

Devido à amizade de ambos, Mario Barroso ainda costumava preparar a programação dos títulos que editava em parceria com Jotapê. Porém, em 1994, Sérgio Figueiredo acreditava que sua equipe já tinha conhecimento e capacidade suficientes para assumir de vez os rumos do que seria ou não publicado. Além disso, na opinião de Figa, não fazia mais sentido a insistência de Jotapê para a *Cronologia Abril* se manter defasada em vários anos em relação ao que era lançado nos Estados Unidos. O mundo havia mudado e a redação precisava acompanhá-lo. Por isso, o editor-chefe chegou à conclusão que a participação de Jotapê não era mais essencial. (SOUZA; MUNIZ, 2020, p. 307)

Como vimos, Jotapê, com seu estúdio *Arcádia*, continuou prestando serviços para a *Abril*. Por cerca de um ano, depois de sua saída do *Art&Comics* em 1993 até o ano de 1994, o editor continuou editando alguns dos títulos de super-heróis que havia ajudado a serem lançados. O ex-funcionário continuava com certo controle sobre a programação das publicações da *Abril*, portanto, o desejo de Claudio Marra ainda não havia sido concretizado totalmente.

Contudo, isto estava para mudar. Leandro Luigi Del Manto, um dos editores que haviam substituído Helcio e Jotapê, já havia saído da *Abril* e estava trabalhando para a *Globo*, mas Sérgio Figueiredo Pinto (Figa) continuava na editora e havia aprendido sua função de editor. Não apenas isso, Figa discordava da maneira como a “*Cronologia Abril*” estava sendo colocada em prática por Jotapê, pois, devido aos preciosismos do editor, as revistas publicadas no Brasil estavam muito atrasadas em relação às histórias publicadas nos EUA. Isso gerava uma defasagem que o então editor não entendia por qual razão não solucionar.

Dessa forma, a metodologia criada por Jotapê, juntamente com Helcio, parecia não acompanhar mais a velocidade das mudanças que eram necessárias. Assim, a outrora “fórmula do sucesso” não conseguia mais manter o editor como alguém indispensável para a publicação das revistas. Era o fim de uma longa relação. Esse rompimento parecia encerrar um ciclo de dependência da *Abril* com seu ex-funcionário.

Talvez a insatisfação de Jotapê com os rumos tomados pela *Art&Comics* tenha ocorrido por não possuir controle total sobre os trabalhos da empresa. Afinal, vimos anteriormente que o editor não lidava muito bem com críticas e utilizava o seu conhecimento sobre o material internacional para justificar determinadas escolhas que, muitas vezes, pareciam decisões monocráticas. Com o crescimento da empresa e a existência de três sócios, as decisões precisaram, a princípio, serem tomadas de forma conjunta e isso pode ter sido um dos fatores do fim dessa sociedade e da conseqüente saída de Jotapê Martins. Contudo, estamos apenas

inferindo sobre o assunto, afinal, não possuímos dados suficientes para fazer afirmações definitivas.

Ainda nesse sentido, a necessidade de Jotapê em manter a “*Cronologia Abril*”, mesmo atrasando a publicação do material brasileiro em relação aos EUA, acabou contribuindo com o final de outra parceria, com a editora *Abril*. Aquele era o fim de uma longa e exitosa colaboração de anos.

Dessa maneira, ao longo dos tópicos, pudemos nos aprofundar no contexto de surgimento da editora *Abril*, analisando o funcionamento da mesma e percebendo a importância da empresa na publicação e consolidação do gênero de quadrinhos de super-heróis no cenário brasileiro. Assim, conseguimos mapear o início das carreiras de relevantes profissionais para o ramo, os quais foram de fundamental importância na edição e na viabilização de uma cronologia para as publicações que haviam sido adquiridas fora de qualquer ordem narrativa ou cronológica pela *Abril*. Nesse sentido, Helcio de Carvalho e Jotapê Martins apareceram como nomes fundamentais nesse processo e, posteriormente, na criação de estúdios terceirizados pela *Abril*, juntamente com Dorival Vitor Lopes.

Por fim, encerramos esse capítulo cientes da jornada percorrida pelos ex-funcionários da editora *Abril* até a criação da empresa de agenciamento *Art&Comics*, oriunda da fusão dos estúdios *Artecômix* e *Criarte*. Ao longo dos tópicos, compreendemos como algumas relações foram estabelecidas e a importância das mesmas para a viabilização do agenciamento de quadrinistas brasileiros para o mercado estadunidense. Dessa maneira, conseguimos começar a vislumbrar e refletir sobre a relevância dos contatos internacionais estabelecidos pelos sócios fundadores da *Art&Comics*, dentre eles as licenciantes de material *Marvel* e *DC* no Brasil. Por fim, não poderíamos deixar de lembrar que em determinado momento e a partir das pessoas que haviam conhecido no cenário internacional, a empresa criada por Helcio, Jotapê e Dorival acabou se tornando a representante no Brasil de uma empresa norte-americana responsável por animes e mangás, a *Viz*. É dentro desse contexto que continuamos no próximo capítulo, com a compreensão da expansão da agência, do funcionamento e dos contatos estabelecidos.

4 ATRAVÉS DA *ART&COMICS* VEIO A INVASÃO: O PAPEL DA AGÊNCIA E O TRABALHO DOS QUADRINISTAS BRASILEIROS PARA OS EUA

No capítulo anterior “andamos pelos corredores” da editora *Abril* e compreendemos um pouco mais sobre o setor de produção de quadrinhos de super-herói. Iniciamos com a contratação de Helcio de Carvalho e Jotapê Martins, dois nomes importantes para a viabilização da publicação desse gênero de história. Nos debruçamos sobre a “Cronologia *Abril*”, uma das estratégias montadas para o lançamento das revistas *Marvel* e, posteriormente, *DC Comics* no Brasil.

Dentro desse contexto, vimos dois recém contratados aprendendo a execução das suas funções na prática cotidiana e se tornando importantes nomes por trás de um setor que chegou a vender milhares de cópias mensalmente. Os nomes de Helcio e Jotapê, de determinada maneira, marcaram a adaptação e a produção de histórias em quadrinhos do gênero de super-heróis no Brasil na medida em que os dois foram responsáveis pela publicação de diversos títulos. Seja pelo conhecimento que possuíam sobre o material publicado no exterior, pela adaptação do conteúdo para o contexto brasileiro ou pelo número de vendas que alcançaram, esses dois funcionários obtiveram determinada importância no ramo editorial.

Nesse sentido, é importante ressaltarmos que os dois funcionários, mesmo não sendo creditados como editores, chegaram a possuir um relativo controle dentro da editora, tornando-se, inclusive, responsáveis por decisões quase monocráticas que envolviam o cronograma de publicação que deveria ser seguido.

Contudo, mesmo com o êxito alcançado pelos mesmos, percebemos que seus empregos não estavam completamente a salvo. Nesse contexto, pudemos vislumbrar o processo de terceirização no qual Helcio e Jotapê acabaram saindo da *Abril* e criando o próprio negócio de produção de histórias em quadrinhos, o *Artecômix*.

Foi nesse contexto que conseguimos conhecer um pouco mais sobre os primeiros passos do estúdio. Desde a produção e adaptação para a própria editora *Abril*, passando pela contratação por outras empresas e até mesmo a criação de histórias em quadrinhos originais. Vimos uma empresa, paulatinamente e dentro das suas complexidades, galgando patamares cada vez maiores. Essas novidades proporcionaram mudanças significativas no trabalho realizado, o qual deixou de ser feito apenas em cima do que era criado no exterior, passando, inclusive, a também produzir materiais originais.

Dessa forma, vimos que o estúdio *Artecômix* deixou de apenas traduzir e adaptar, passando também a criar roteiros e a desenhar histórias. Isso significava a necessidade de

contratação de quadrinistas que conseguissem atender a essas novas demandas. Nesse sentido, a cada nova negociação, compreendemos como Helcio e Jotapê foram estabelecendo contatos em território nacional e internacional, algo fundamental para os passos dado pelo *Artecômix*. Dentre esses movimentos, podemos mencionar a junção com o estúdio *Criarte* de Dorival Vitor Lopes e o início do agenciamento de quadrinistas brasileiros para os EUA. Assim, nasceu a *Art&Comics*.

Nesse contexto, foi a partir dessas compreensões que iniciamos o terceiro e último capítulo desta tese. Nesta última parte continuamos explorando o início da empresa de agenciamento, bem como as dinâmicas cotidianas da própria produção do material.

Nesse sentido, voltamos a nos debruçar sobre o surgimento da *Art&Comics*. Buscamos aprofundar nosso conhecimento sobre as relações estabelecidas e o trabalho realizado pela empresa. Assim, vimos que a agência surgiu em meio a um contexto editorial muito específico e que o relacionamento previamente existente entre os sócios fundadores e as pessoas do cenário nacional e internacional de histórias em quadrinho foi fundamental para o êxito da empreitada. Dessa maneira, o fato de Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes serem ex-funcionário da *Abril* e conhecerem muitas pessoas envolvidas com a produção de quadrinhos acabou facilitando e, talvez, até viabilizando a execução do projeto.

Além disso, nesse capítulo, nos debruçamos sobre o funcionamento da agência. Assim, perpassamos pelos recrutamentos dos quadrinistas, o trabalho realizado, as dificuldades enfrentadas e as soluções adotadas que viabilizaram o agenciamento internacional dos mesmos. Dessa maneira, o papel da *Art&Comics* na inserção dos quadrinistas brasileiros no mercado estadunidense norteou todas as reflexões a seguir.

4.1 NÃO COMEÇAMOS POR CIMA: AS PRIMEIRAS EDITORAS E A “VERSATILIDADE” BRASILEIRA

Antes de iniciarmos efetivamente as discussões propostas para esse capítulo, acreditamos ser necessário explanar um pouco mais sobre algumas das fontes utilizadas para que possamos entender o contexto de produção das mesmas, as possíveis intencionalidades e a maneira, metodologicamente falando, como nos apropriamos e analisamos as mesmas.

Dessa maneira, convém explicar que esse capítulo utilizou como fonte principal entrevistas feitas por canais de *Youtube* dedicados à temática das histórias em quadrinhos e temas que tangenciam esse universo cultural. Dentre algumas possibilidades, foram selecionadas conversas realizadas com quadrinistas, os quais já havíamos mapeado como

pertencentes ao grupo agenciado pela *Art&Comics*, e com os próprios sócios fundadores da agência objeto de nossa pesquisa. Por isso, nomes como Helcio de Carvalho, Jotapê Martins, Mike Deodato Jr, Marcelo Campos, Ed Benes, dentre outros, figuram de maneira ainda mais intensa nessa etapa final de nossa caminhada.

Foram utilizadas e analisadas 25 entrevistas de 13 canais diferentes no *Youtube*. Podemos agrupar os canais utilizados em dois tipos: jornalísticos e de entretenimento. No primeiro figuram 3 canais: *Assembleia de Minas Gerais*, *BHnews TV* e *Portal Roma News*. No segundo estão inseridos 10 canais criados por jornalistas, quadrinistas e entusiastas do tema: *A Hora Suave*, *Canal Making Of*, *Central Hqs*, *Con-Pop*, *Denis Dym Freitas*, *Eric Blake Art*, *Nerd Professional*, *Papo Zine*, *Pipoca & Nanquim* e *Rascunhostudio*.

É importante separarmos esses canais para compreendermos um pouco da intencionalidade dos mesmos em veicular determinadas entrevistas. No primeiro grupo, temos canais jornalísticos que, portanto, possuem uma intenção inicial de apresentar notícias sobre fatos tidos como relevantes para o momento em que ocorreram. Dessa maneira, o sucesso de determinado quadrinista acabava credenciando a carreira e o trabalho do artista para ser divulgado por aquele veículo. Nesse sentido, é importante sabermos que essas entrevistas foram transmitidas inicialmente na rede aberta de televisão de determinados estados, sendo inseridas no *Youtube* posteriormente quando este veículo passou a possuir importante repercussão.

Já no segundo grupo temos canais que não possuem a experiência e nem o interesse jornalístico como “motor de partida”. Alguns desses canais foram criados por quadrinistas e entusiastas que apenas gostam de conversar sobre o tema, conhecer seus ídolos ou mesmo aumentar a quantidade de visualizações dos vídeos produzidos, nesse caso, estando associados a uma entrevista com uma pessoa conhecida no cenário *mainstream* de histórias em quadrinhos.

Por conta disso, a forma como as entrevistas foram sendo construídas e realizadas, bem como as perguntas feitas, necessitam de uma maior atenção ao passo que as informações foram sendo analisadas e problematizadas. Nesse sentido, fomos nos apropriando das informações obtidas através da transcrição dessas conversas, seguindo os passos que a metodologia da história oral indica após a gravação de entrevistas em mídias digitais e checando o que foi falado em consonância com as outras fontes utilizadas nesta pesquisa. Portanto, após essa longa caminhada e a partir dessa compreensão, iniciamos o último capítulo desta tese.

Como vimos no final do capítulo anterior, a saída de Helcio de Carvalho e Jotapê Martins da editora *Abril* levou a criação do estúdio *Artecômix*. A greve ocorrida pouco tempo antes havia desgastado a relação entre os diretores da editora e os profissionais grevistas, ou mesmo os interlocutores. Além disso, o início do processo de terceirização, algo que naquele

período ocorria em algumas empresas, acabou contribuindo também para a finalização da duradoura e bem sucedida parceria entre os dois profissionais e a editora.

Segundo o próprio Helcio, a situação já não era a mesma de antes, as coisas haviam mudado bastante com o passar do tempo e ele já cogitava sair da empresa.

Eu ia sair. [...] Por que eu tava com um volume de trabalho muito grande. Eu não tinha condições de ficar mais de 8 horas lá dentro. [...] Tinha acontecido toda aquela coisa da greve, já tinha meio que desgostado um pouco de continuar trabalhando lá. O ambiente já tava diferente, eram outras cabeças e tal. Mas pelo menos a gente conseguiu estruturar um plano de carreira pra quem tava lá dentro.

– Aí quer saber de uma coisa? Eu não precisava mais disso.

Falei com a minha ex-mulher na época.

– Aí quer saber de uma coisa? Eu tô pensando em sair. A gente não vai ficar com problema de grana. [...] A gente não vai passar fome.

Ai ela falou:

– Demorou. Vambora.

Ai eu falei com o Cláudio Marra.

– Cláudio, eu não vou continuar, cara. A situação tá acontecendo assim, assim, assim.

Eu tô pensando em sair.

Já tinha essa ideia de terceirizar [...]. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Devido a grande quantidade de revistas que precisavam de adaptação e edição, Helcio precisou extrapolar sua carga horária na editora. O editor demonstrou insatisfação com a situação e acreditava não aguentar mais. Somado a isso, além do grande volume de trabalho mencionado, algo que crescia a cada novo licenciamento, a greve ocorrida anteriormente também havia modificado a dinâmica existente dentro do setor de super-heróis da *Abril*. O até então creditado assistente de direção – mas na prática editor – que outrora afirmava amar o local em que trabalhava, não estava mais satisfeito com a editora e as condições de trabalho. Para Helcio o ambiente havia mudado em decorrência das transformações promovidas por novos funcionários.

Contudo, a decisão de sair da empresa não foi tomada de forma abrupta e irresponsável. Helcio conversou com a sua então esposa para explicar que eles não ficariam sem dinheiro. Naquele momento, o editor também lidava com uma produtora de vídeos, o que, na pior das hipóteses, poderia fornecer uma momentânea fonte de renda. Nesse contexto, o estopim que provocou sua saída foi o início da terceirização promovida pela *Abril*. Afinal, com a terceirização nenhum funcionário estava realmente seguro e as condições de trabalho poderiam piorar muito. Então, para o então funcionário, parecia ser mais vantajoso adiantar uma possível demissão e começar a buscar novas possibilidades de emprego.

No contexto da terceirização, ao conversar com Cláudio Marra e contar sua insatisfação com a editora e a decisão de sair da empresa, surgiu a possibilidade de continuar trabalhando com as revistas de super-herói da *Abril* durante 6 meses e manter seu salário. A

proposta era ser terceirizado a exemplo de outros ex-funcionários e treinar as novas pessoas encarregadas pela função e pelo setor.

– Você não quer produzir a exemplo do que tá acontecendo com o Dorival?

Porque com o Dorival foi assim: o Dorival tinha saído do Maurício e a gente tava passando trabalho de tradução pra ele. Ele fazia a tradução e eu copydeskiava o material dele. E aí quando apareceu a oportunidade de terceirizar o produto porque a *Abril* já não tinha mais espaço pra produzir dentro, tinha crescido muito. [...] A gente já tinha esse embrião acontecendo.

Aí ele falou:

– Porra cara, você não quer sair?

– Faz o seguinte, eu te passo um volume de revista pra você fazer, aí você continua dando assessoria pra gente, eu te pago o teu salário durante 6 meses, você vai fazendo aqui, treina o pessoal que vai ficar aqui. [...]

Aí eu falei:

– Tá legal. Eu venho 1 vez por semana, continuo ganhando o meu salário, a gente vai preparando o pessoal pra assumir e aí eu vou embora. Vou fazer outra coisa. (NERD PROFESSIONAL, 2020)

Percebemos que Helcio, mesmo não sendo tão bem quisto por alguns diretores após a situação gerada pela greve, parecia ainda possuir a solidariedade de Cláudio Marra. Talvez por reconhecer o que o funcionário havia feito pela editora, ou saber do trabalho e da capacidade editorial, ou mesmo por ter construído uma relação de admiração e amizade, Cláudio Marra tenha feito a oferta de manutenção do salário com diminuição de carga horária.

Todavia, não podemos deixar de questionar até que ponto o treinamento do pessoal não era o real interesse por trás da proposta. Afinal de contas, Helcio possuía um grande conhecimento e havia feito, junto com Jotapê, as publicações alcançarem excelentes vendas. Dessa maneira, o verdadeiro benefício estava nos novos funcionários aprenderem com o veterano editor. Assim, além de compensar o salário pago por mais 6 meses, a editora poderia deixar de depender do funcionário ao passo que os novos editores aprendessem o ofício e os truques necessários para a publicação do gênero de super-heróis.

Contudo, por mais simples que possa parecer, a situação ainda se apresentava de forma curiosa, ou no mínimo contraditória. Pois ao mesmo tempo em que Helcio pediu para sair devido ao início da terceirização, ao aceitar a proposta de assessoria da *Abril* acabou dando o primeiro passo rumo a sua própria terceirização. Ao receber o material que deveria ser editado e ensinar sua metodologia de trabalho aos novos editores, Helcio iniciava um novo caminho. O “embrião” do estúdio estava formado.

Para Helcio, dentro daquele contexto, a sugestão pareceu muito vantajosa. Afinal, ele já queria sair da empresa. Além disso, passaria a ser seu próprio patrão em um novo negócio, precisaria ir para a editora apenas uma vez na semana, receberia o mesmo salário durante 6 meses com menos carga horária presencial e continuaria trabalhando por mais algum tempo

com o que gostava. Para uma pessoa que já estava saindo da empresa e desgostoso com o clima existente, a proposta parecia ter vindo em boa hora. Sem falar, como vimos no capítulo anterior, no incentivo financeiro dado pela *Abril* para alguns dos seus ex-funcionários na abertura das empresas que foram terceirizadas pela mesma. Sem dúvidas, esse estímulo econômico também deve ter tido sua importância considerada naquele momento.

Todavia, por outro lado, o aceite desta proposta também representava a saída oficial da editora na qual iniciou sua carreira e, conseqüentemente, a perda do controle que possuía sobre o setor de produção, os cronogramas e as revistas que eram lançadas naquele período. Além do fato de que as pessoas treinadas por ele e que estavam aprendendo tudo o que ele sabia, passavam a ser suas concorrentes. Contudo, parecia a única opção viável naquele momento em que a terceirização ganhava cada vez mais espaço no mercado de trabalho brasileiro e o editor não possuía o mesmo apreço em ficar na editora.

Foi no meio desse processo que surgiu o estúdio *Artecômix*.

E aí surgiu a oportunidade de fazer o *Artecômix*. [...] Acabamos ficando eu e o Jotapê no estúdio *Artecômix*. Aí a gente foi lá pra edícula da mãe da Tália que era a namorada do Jotapê. [...] Aí a gente contratou uma produtora pra fazer o tráfego de material e tal. E o Dorival começou a produzir o material dele e a gente produzir o material aqui. E aí a gente começou a andar paralelamente. Aí nós pegamos material da Globo pra fazer, o Dorival pegou também material pra fazer. Depois eu peguei material nacional pra fazer, depois a gente começou a desenhar *Brave Starr*. [...] Aí eu chamei o Marcelo Campos. [...] Aí também começou a ter um embrião de trabalhar com desenhista nacional.

Aí o Dorival caminhando, caminhando, caminhando, quando chegou num ponto que eu falei:

– Porra meu, que é que a gente tá fazendo? Dois estúdios com material diferente, fazendo a mesma coisa. Por que a gente não junta?

Aí eu fiz o convite pro Dorival.

– Você não quer vim com a gente? A gente já tem uma pequena estrutura.

Ele não tinha estrutura, nós já tínhamos um lugarzinho. [...]

– A gente junta todo o material e aí a gente vai tocando, nós vamos aumentar nossa produção e tudo mais.

Aí ele falou:

– A ideia não é ruim. Vamos fazer um namoro de 3 meses. [...]

Aí a gente fez esse namoro e aí deu casamento. Aí nos juntamos e fizemos o *Art&Comics*. Era *Artecômix* antes e aí ficou *Art&Comics*. Daí a gente começou a produzir o material. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Como visto anteriormente, apesar de terem existido discussões com outros ex-funcionários, o estúdio *Artecômix* surgiu sob o comando de Helcio de Carvalho e Jotapê Martins. Em uma operação ainda pequena, com poucos/as funcionários/as e funcionando em um espaço na casa de uma namorada de Jotapê, a empresa deu os seus primeiros passos.

Anteriormente, refletimos sobre a possibilidade dos funcionários da *Abril* treinados por Helcio se tornarem concorrentes diretos, já que produziam o mesmo tipo e gênero de material. Contudo, não apenas eles estavam ocupando esse espaço de disputa. Podemos

perceber que Dorival Vitor Lopes, outro ex-funcionário que também havia aberto seu próprio estúdio, também estava sendo terceirizado pela *Abril* e, dessa maneira, pegando parte do material que precisava ser editado para publicação. Consequentemente, a produção acabava sendo menor do que o que se esperava tendo em vista que era dividida entre a própria edição da editora e os dois estúdios. Possivelmente até mesmo entre outras empresas terceirizadas.

Contudo, a princípio, isso não parecia representar um problema tão grande, tendo em vista que havia um grande volume de trabalho e que precisava ser absorvido em múltiplas frentes. Ou seja, haviam muitas revistas que precisavam ser editadas e, portanto, trabalho o suficiente para os mesmos.

Entretanto, ao passo que as duas empresas possuíam operações separadas, a possibilidade de aumentar a produção e, consequentemente, a receita parecia estar sendo aos poucos desperdiçada. Afinal, Helcio, Jotapê e Dorival possuíam um vasto conhecimento do material e do trabalho necessário, mas, apesar do *Artecômix* possuir uma estrutura um pouco maior, nenhum dos dois estúdios possuíam o espaço adequado ou muitos funcionários. Dessa forma, combinar as duas operações e tudo o que elas possuíam pareceu ser uma boa solução para a questão da concorrência e da estrutura física e humana.

Assim, de uma experiência exitosa de 3 meses passamos ao surgimento de uma empresa responsável pela edição de revistas para outras editoras, criação de conteúdo original, contratação de roteiristas e desenhistas e agenciamento de quadrinistas brasileiros. Surgiu a *Art&Comics*, a empresa responsável por uma das muitas transformações que o cenário brasileiro de produção de histórias em quadrinhos passaria ao longo dos anos.

Como podemos acompanhar na fala de Helcio de Carvalho, no momento em que o então estúdio *Artecômix* passou a produzir material nacional foi preciso a contratação de outros profissionais. Nesse momento, a contratação de roteiristas e desenhistas nacionais não era mais apenas uma possibilidade, mas uma necessidade mediante os trabalhos que estavam surgindo.

Foi assim, ainda na fase anterior ao surgimento da agência, que observamos o aparecimento do nome de um dos primeiros quadrinistas que acabaram sendo agenciados para o mercado internacional. A contratação de Marcelo Campos⁹¹, nas palavras do próprio Helcio de Carvalho, representava o “embrião” do trabalho com os quadrinistas nacionais, algo que com o passar do tempo tornou-se cada vez mais constante.

Dessa forma, teve início o trabalho realizado pela empresa *Art&Comics* que, naquele momento, passou a ser estúdio e agência de quadrinista. Helcio, Jotapê e Dorival somaram suas

⁹¹ Marcelo Campos foi um dos primeiros quadrinistas agenciados pela *Art&Comics* para o mercado estadunidense.

estruturas com o objetivo de ampliar a frente de trabalho, o material humano e a produção. Naquele momento, a empresa estava editando, produzindo originais e trabalhando com quadrinistas nacionais.

Nas palavras de Helcio:

[...] a gente foi tocando. Aí eu comecei a abrir novos campos. Agências de publicidade. [...] Aí tinha material lá fora, das independentes, que ninguém publicava aqui. Porra, tem material da *First Comics*, [...], da *Eclipse* e tal. [...] Contatei o pessoal por telefone e pedi representação.

– Quero representar vocês aqui. Assim como tem a *Ica Press* eu quero representar vocês aqui.

A *Viz* que na época também publicava material de mangá - que não tinha mangá no Brasil ainda – topou e a *First* também. E aí eu peguei *American Flag* e tal e vendi pra *Abril*. [...] Saiu com 120 mil exemplares um material desconhecido. [...]

Mas aí eu licenciei mais material da *Viz*. [...] Aí foi um volume bom de material. Não foi um material que teve má vendagem. [...] (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Realmente a empresa havia ampliado seu escopo. Mesmo que o trabalho com agências de publicidade não fosse uma das maiores inovações, afinal, a produção de uma história em quadrinho possuía algumas semelhanças com o trabalho realizado nesse tipo de empresa, essa nova frente de trabalho representava por si só uma expansão de parcerias. Dessa maneira, é importante notarmos que a *Art&Comics* continuava diversificando seu portfólio e aumentando sua experiência em outras áreas.

Além disso, é importante notarmos como Helcio de Carvalho parecia enxergar a si mesmo como um desbravador de novos campos. Não era novidade que tanto ele quanto seu sócio, Jotapê Martins, se enxergavam como pioneiros e, conseqüentemente, como responsáveis por diversas transformações na produção de histórias em quadrinhos no Brasil.

De fato, como vimos anteriormente, eles foram diretamente responsáveis pelo êxito de diversas revistas de super-heróis e iniciaram o agenciamento de quadrinistas brasileiros. A “Cronologia *Abril*” teve grande importância nesse contexto e continuou sendo o modelo adotado durante alguns anos. Contudo, devemos tomar cuidado com esse tipo de olhar que põe a si mesmo no centro das transformações e, por vezes, acaba negligenciando outras pessoas envolvidas ou fazendo equivocadas comparações. Nesse sentido, algumas vezes, durante as entrevistas analisadas, pudemos perceber determinado silenciamento sobre a importância de Dorival Vitor Lopes no meio dos quadrinhos ou mesmo na criação da agência. Portanto, devemos ficar atentos para essas autopercepções de si.

Nesse ponto, retornamos a fala de Helcio de Carvalho a respeito das suas ligações para editoras estrangeiras. Segundo o editor, ele mesmo havia entrado em contato com essas empresas, situação que nos ajuda a compreender o tipo de contato e acesso que Helcio possuía naquele momento.

Primeiramente, notamos como Helcio continuava possuindo um vasto conhecimento sobre o material lançado fora do Brasil. Se anos antes isso tinha sido fundamental na sua contratação pela *Abril*, naquele momento, essa noção permanecia sendo útil na busca por parcerias e títulos para licenciamento. Afinal de contas, saber que histórias em quadrinhos estavam sendo publicadas, a quais empresas pertenciam seus licenciamentos e com quem entrar em contato era fundamental para uma empresa recém inaugurada. Contudo, a questão não era apenas saber o que estava sendo publicado no exterior, mas reconhecer se aquele material possuía público interessado e potencial de ser lançado no Brasil. Esse tipo de traquejo mercadológico era algo que parecia continuar presente no dia-a-dia dos sócios da *Art&Comics*.

Dessa maneira, ele entrou em contato com algumas editoras estadunidenses, dentre elas a *First Comics*, a *Eclipse* e a *Viz*. Nesse contexto, devemos notar que Helcio de Carvalho fez ligações telefônicas para empresas nos EUA e solicitou a representação das mesmas no Brasil. O primeiro ponto que devemos observar é que durante os anos 1980 e 1990 fazer uma ligação telefônica internacional não era algo que toda empresa conseguia com facilidade. Estamos falando de um período em que a comunicação telefônica ainda estava em desenvolvimento no Brasil e, sobretudo, que diversas regiões do país possuíam acesso limitado ou com dificuldade. Portanto, ter como realizar essas ligações para outro país demonstrava que, mesmo que minimamente, a agência possuía algum tipo de respaldo financeiro. Além disso, não era apenas ligar, mas saber para quem e quando ligar. Helcio, pelo menos a princípio, parecia saber exatamente para quais pessoas fazer as ligações e possuir o contato telefônico das mesmas. Como o editor possuía esse tipo de conhecimento?

Helcio, provavelmente, não possuía apenas conhecimento sobre o material publicado no exterior. Devemos lembrar que antes mesmo de entrar na *Abril* ele já havia enviado carta para pelo menos uma editora nos EUA. Portanto, ele parecia conhecer também os nomes das pessoas que estavam envolvidas no processo de publicação e, minimamente, alguma forma de contatá-las. Esse tipo de informação muitas vezes vinha impressa no próprio expediente das revistas, mas nem todas as pessoas ficavam atentas a esse detalhe. Somado a isso, devemos recordar os anos de trabalho na *Abril* e os relacionamentos estabelecidos dentro da empresa. Provavelmente o editor construiu sua rede de contatos a partir desses fatores.

Além das questões telefônicas, também devemos levar em consideração a importância do domínio da língua inglesa para as negociações. Helcio conseguia conversar diretamente com os/as responsáveis pelos licenciamentos sem a necessidade de intermediários. Isso, provavelmente, passava maior confiabilidade e diminuía o tempo total para fechamento de acordos. No entanto, mesmo que os pontos levantados chamem atenção, o atendimento das

ligações e o fechamento dos acordos por parte das editoras internacionais também é algo notável.

Negociar um licenciamento internacional não era algo tão fácil. Mesmo a *Abril* e outras editoras mais longevas, encontravam algumas dificuldades. Superadas as questões de contato e idioma, ainda restavam aspectos financeiros e de confiabilidade da parte interessada. Portanto, não se tratava de apenas ligar e conversar na língua de quem fazia o licenciamento. A empresa, no caso a brasileira, precisava pagar valores acordados em dólar e garantir que possuía capacidade técnica para publicar o material adequadamente. Afinal, nenhuma editora confiaria suas propriedades a um local incapaz de cumprir as cláusulas negociadas.

Dessa maneira, acreditamos que os anos de experiência de Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes dentro da *Abril*, bem como o trabalho desenvolvido pelos mesmo, os bons números alcançados pelas vendas e os contatos estabelecidos ao longo do tempo ajudaram na negociação. Assim, não se tratavam de desconhecidos que repentinamente estavam ligando para editoras nos EUA e tentado fechar licenciamentos de histórias em quadrinhos. Eram editores experientes que conheciam o material, sabiam os meios de viabilizar sua publicação no Brasil e haviam montado sua própria empresa para isso.

Em meio aos pontos apresentados, retornamos a maneira como Helcio de Carvalho enxergava a si mesmo e a sua empresa. O fundador da *Art&Comics* compreendia-se como um desbravador de campos. Talvez por conta dessa concepção não enxergasse tantas barreiras ao ligar para as editoras estadunidenses, atitude que alguns profissionais poderiam não tomar levando em consideração as possibilidades do mercado. Todavia, o editor sabia o bom trabalho que havia feito durante anos – e não nos interessa questionar ou validar esse ponto –, mas é no mínimo interessante que essa visão possa ter ajudado na sua própria comparação com a *Ica Press*.

A *Ica Press* era uma agência de distribuição de histórias em quadrinhos fundada no Brasil em 1946 por Luiz Rosemberg. Originalmente nasceu com o nome de *Agência Periodista Latino-Americana* (APLA) e só mudou de nome em 1979. Possuiu durante alguns anos os direitos de licenciamentos de várias revistas de editoras estadunidenses. Comercializou no Brasil e na Argentina. A empresa foi desativada em 1993 após a morte do fundador. (GUIA DOS QUADRINHOS, 2022)

Portanto, Helcio, ao ligar para as editoras estadunidenses, estabeleceu uma comparação com a *Ica Press*, uma agência com décadas a mais de experiência e negociações transnacionais. Provavelmente, essa comparação ajudou na argumentação sobre experiência, capacidade técnica e confiabilidade, fazendo com que *Viz* e *First Comics* fechassem acordo.

Eventualmente, o fato dessas duas editoras não possuírem tanto material publicado no país contribui para as negociações. Afinal, era um mercado que se apresentava como possível. No caso da *Viz*, não haviam *mangás* sendo lançados no Brasil, portanto, a concorrência direta praticamente inexistia. Acreditamos que estes fatores foram levados em consideração mutuamente pelas partes interessadas.

Assim, a *Art&Comics* conseguiu começar a licenciar alguns títulos dessas editoras e vendê-los no mercado brasileiro. A *Abril* comprou *American Flag* e publicou 120 mil exemplares, um número alto para a época e um título possivelmente desconhecido da maioria. Contudo, talvez os números colocados em banca ainda representassem determinada confiança no trabalho dos seus ex-funcionários.

Dessa maneira, o estúdio/agência começava a caminhar de forma firme no cenário brasileiro de histórias em quadrinhos. Anteriormente, apenas com a edição de materiais de outras editoras e, naquele momento, produzindo títulos licenciados por eles mesmos. Respaldados pela experiência e pelos contatos que haviam feito ao longo dos anos, o caminho começava a ser delineado.

Nesse sentido, a *Art&Comics* começava a perceber os elementos a sua disposição e planejar os próximos passos.

Com esse contato com as editoras lá eu falei:

– A gente tem que levar brasileiro, né? [...]

Eu tenho material brasileiro, eu tenho desenhista brasileiro que raramente tá fazendo alguma coisa lá pra fora e mesmo assim muito tímido. Aí eu comecei a contatar as editoras. Por sorte o inglês me ajudou bastante na época. Porque essa coisa de ligar pra alguém era muito distante, muito caro. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Helcio compreendeu que os contatos estabelecidos anteriormente com editoras estadunidenses poderiam ser úteis. Ao negociar os licenciamentos de publicações para o Brasil, o editor já havia conseguido encurtar distâncias que outrora haviam sido maiores. Ele já havia fechado acordos com editoras como *Viz* e *First Comics*, possuía material dessas empresas sendo publicados no Brasil sob a produção da sua empresa e, conseqüentemente, conhecia as pessoas com quem deveria conversar caso deseja-se negociar novas parcerias.

Somado a isso, a *Art&Comics* havia contratado desenhistas brasileiros para trabalhar na produção dos títulos licenciados. Helcio conhecia o material humano que havia em sua empresa e o que aqueles quadrinistas poderiam produzir.

O próximo passo a ser dado pela empresa até pode ter surgido na fala do editor como uma pergunta aparentemente inocente: “A gente tem que levar brasileiro, né?”. Mas não nos enganemos, a resposta parecia posta mediante às condições apresentadas e ao contexto. Restava

fazer acontecer, afinal, os quadrinistas da *Art&Comics* já estavam trabalhando com materiais de editoras estadunidenses, a diferença era que a publicação desses títulos ocorria em solo nacional.

Helcio parecia inconformado com a situação dos quadrinistas brasileiros, os quais raramente trabalhavam fora do país. O editor confiava no trabalho e na produção desses artistas. Dessa maneira, como possuía contato com as editoras internacionais com quem havia negociado, começou a fazer as ligações necessárias para viabilizar o agenciamento para o mercado externo. Nesse sentido, o editor reforçou novamente a importância do domínio do inglês, algo que acabou ajudando-o em um tempo em que as ligações telefônicas eram difíceis, distantes e caras.

Aí eu comecei a ligar e falar:

– Olha, você não quer trabalhar com desenhista brasileiro? Eu te mando um material pra você avaliar.

[...] Tinha algumas páginas de amostra, [...] botava no *FedEx* e encaminhava pros caras. Aí a gente começou a pegar um trabalhinho aqui, um trabalhinho ali. Aí veio material da *Malibu Comics*. Era uma editora pequenininha. Claro, sendo desenhista pagava 20 dólares a página. Uma coisa bem pequenininha. Mas foi um começo. [...] (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Dessa maneira, a *Art&Comics* começou a oferecer o trabalho dos quadrinistas brasileiros que trabalhavam na empresa para as editoras estadunidenses. A tarefa pareceu não ter sido fácil, tendo em vista que era necessário enviar o material produzido por esses artistas – uma espécie de portfólio – para ser avaliado antes de qualquer negociação ser fechada. Estamos falando do envio de material impresso do Brasil para os EUA, algo que demandava tempo e dinheiro. Devemos levar em consideração que mesmo utilizando uma empresa estadunidense de envio expresso de correspondências – a *FedEx* –, havia um considerável tempo entre a chegada do material nos Estados Unidos e o retorno ao Brasil. Sem falar que o gasto em dólar, quando convertido em reais, poderia representar uma quantia significativa para uma empresa recém aberta.

Pode até parecer desconfiança do trabalho realizado pelos quadrinistas brasileiros ou mesmo da logística necessária – algo que veremos ter existido mais à frente –, mas no meio da produção de histórias em quadrinho era comum a apreciação do portfólio dos artistas antes da contratação. Principalmente quando se tratavam de desenhistas de outros países, os quais não eram conhecidos pelas editoras nos EUA.

Foi dessa maneira que os quadrinistas da *Art&Comics* começaram a desenhar para editoras nos EUA. No início chegavam materiais de editoras consideradas pequenas, como a *Malibu Comics*. Mas mesmo tratando-se de revistas de empresas de menor porte, o pagamento

era feito em dólar. Nesse caso, 20 dólares por página poderiam representar até 440 dólares caso o quadrinista fosse contratado para desenhar um título inteiro de 22 páginas.

O começo parecia promissor, principalmente se levarmos em consideração a questão salarial quando convertida para reais. Todavia, ainda era o início, muito trabalho precisava ser feito. A *Art&Comics* estava só no começo e ainda precisou ouvir muitos questionamentos sobre a empresa, o país e seus artistas.

A primeira coisa que me falaram quando a gente bateu na porta do pessoal lá fora:

– Peraí, é outro país.

Vou repetir. O mundo era muito grande. [...] Tudo era muito longe, muito demorado. [...] *FedEx* na época. Não tinha fax, não tinha nada. Então, era assim. Como que eu iria sonhar em desenhar pra uma editora americana? Quando a gente foi falar, quando eu cheguei e bati na porta e falei:

– Tenho essas caras que são bons pra fazer um bom trabalho.

O pessoal:

– Peraí, Brasil? Longe pra caramba. Idioma? Outro. Terceiro mundo. Cara, não. Pra que que a gente vai querer isso.

Então, foi um trabalho muito, muito forte de mostrar que não ia ter problema de idioma [...], não ia ter problema com o fato de ser longe. A gente tinha *FedEx*. Demorava 2 dias pras páginas chegarem lá. As vezes era um dia a mais só de um cara que morava na Costa Leste pra mandar pra Costa Oeste. E o fato de ser terceiro mundo, cara, olha a qualidade do trabalho. No terceiro mundo, a gente é capaz de fazer o mesmo cara desenhar, fazer o lápis, fazer a arte-final, fazer letra, colorir o material [...]. Não é só lápis ou só arte-final como a maioria faz. A gente é muito versátil.

Mas foi só quando a gente começou com editora menor, que mostrou o que a gente podia fazer mesmo, que a gente teve a chance de falar. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Mesmo que a *Art&Comics* houvesse licenciado títulos de editoras estadunidenses para publicação, isso parecia ainda não credenciar os quadrinistas da empresa para o trabalho no mercado exterior. Tratavam-se de duas coisas diferentes, uma era adquirir as revistas já prontas com roteiro e desenho, editá-las e publicá-las em solo nacional, outra era produzir uma revista a partir dos roteiros recebidos e desenhá-la do zero. Para a publicação no Brasil o material era recebido apenas uma vez e o trabalho todo feito em solo nacional, cabendo a editora o trabalho de adaptação e publicação, portanto, não demandando novos envios dos materiais para as empresas nos EUA. Já para a produção de uma revista do zero, o roteiro precisava ser enviado para o Brasil, traduzido e desenhado. Apenas após essas etapas o resultado final era enviado para aprovação das editoras estadunidenses. Em caso de ajustes ou mudanças, o material poderia ser novamente enviado para cá, algo que demandava uma maior logística, tempo e dinheiro. Portanto, para que a operação desse certo, era necessário encontrar soluções para diminuir as chances de reenvio entre os países.

O próprio Helcio dimensionava essas dificuldades ao afirmar que o mundo era muito grande e tudo era demorado. Ele sabia que as negociações não eram fáceis, principalmente em

um período no qual o acesso a fax e ligações internacionais custavam caro, o envio por *FedEx* demandava o mínimo de dois dias e o idioma poderia também ser uma barreira.

No começo das negociações houveram todos esses questionamentos e coube a Helcio respondê-los. Além das questões envolvendo distância e idioma, o editor ainda precisou lidar com a desconfiança da qualidade do trabalho dos artistas brasileiros. Afinal de contas, o Brasil ainda não fazia parte do mercado internacional de produção de quadrinhos e os quadrinistas brasileiros eram, em sua maioria, desconhecidos das editoras nos Estados Unidos.

Todavia, os portfólios enviados para apreciação devem ter cumprido a função de apresentar a capacidade técnica dos quadrinistas brasileiros. Somado a isso, a versatilidade – como Helcio chamou a capacidade dos brasileiros de fazer múltiplas etapas da produção de uma história em quadrinho –, também deve ter impressionado os editores estadunidenses. Pois, dentro da indústria de *comics* nos EUA, não era tão comum existir artistas que fossem capazes de fazer desenho, arte-final, cor e letras ao mesmo tempo. Salve algumas exceções, naquele período, o mais tradicional, dentro da lógica de produção, era que cada etapa ficasse a cargo de pessoas especializadas naquilo. Dessa maneira, eles conseguiam produzir mais em menos tempo. Funcionava realmente como uma linha de montagem de carros ao estilo *fordista*.

Nos EUA, essa linha de produção era viabilizada devido à grande demanda do mercado de histórias em quadrinhos. Havia trabalho suficiente para esses artistas e eles precisavam utilizar métodos que aumentassem sua capacidade produtiva. Caso não fizessem isso, poderiam inclusive atrasar publicações e prejudicar financeiramente as editoras. Todavia, no Brasil, a realidade era outra. Não existia um mercado grande como o estadunidense, tanto que os quadrinistas ainda não conseguiam sobreviver apenas com essa fonte de renda. Muitos quadrinistas ainda precisavam dividir seu tempo entre trabalhos para jornais e empresas de publicidade. Dessa forma, não era raro um quadrinista brasileiro precisar possuir até três empregos para conseguir sustento a partir da sua arte.

Dessa maneira, a escassez de trabalho com quadrinhos obrigava que esses artistas desenvolvessem suas técnicas a ponto de conseguirem fazer muitas ou, até mesmo, todas as etapas da produção. Era dessa forma que conseguiam maximizar o ganho financeiro e popularizar seus nomes no cenário nacional.

Nesse ponto, parece que a tal da “versatilidade compulsória” acabou sendo benéfica para as negociações. Pois, enquanto uma editora estadunidense precisava contratar várias pessoas para cuidar de diferentes etapas, talvez, um único quadrinista brasileiro fosse capaz de realizar todas elas de uma única vez, assim, ganhando tempo e, talvez, até economizando dinheiro. No final do processo, isso poderia acabar compensando a distância entre os dois países

e os dias gastos com o envio dos materiais. Além disso, devemos levar em consideração que mesmo o pagamento sendo em dólar e muitas vezes tabelado, possivelmente quadrinistas desconhecidos de outros países não recebiam o mesmo valor por página que os estadunidenses. Assim, as editoras estavam contratando artistas tecnicamente capazes, versáteis e possivelmente tendo uma economia financeira. Todavia, essas são apenas algumas inferências que podemos fazer a partir do material analisado até aqui.

Contudo, mesmo com toda essa potencialidade nas negociações, os brasileiros só mostraram o que eram capazes de fazer quando editoras menores deram oportunidade. A partir daquele momento, a *Art&Comics* pôde realizar as negociações de maneira mais efetiva. Afinal de contas, eles já haviam entrado no mercado estadunidense e mostrado que as barreiras da distância, do idioma e da desconfiança técnica-artística não atrapalhavam tanto como era imaginado. Mesmo que, paulatinamente, a agência tenha passado a ter funcionários trabalhando para editoras nos EUA e, dessa forma, passado a apresentar não apenas portfólios feitos previamente no Brasil, mas também trabalhos realizados para o mercado estadunidense, o caminho para a consolidação no cenário internacional ainda era longo e complexo.

Nesse contexto, Helcio continuava negociando e tentando convencer as editoras com quem tinha contato a mandar o material.

Aí eu falei:

– Passa o roteiro. Tenho um cara aqui pra desenhar.

Aí falaram não.

– Passa o roteiro. Se você não gostar, você não paga. [...]

Aí passou o roteiro. Fax, tudo por fax na época. Aí passou o roteiro, a gente traduziu, passou pro Marcelo Campos. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Como podemos perceber, ainda existia desconfiança e resistência em relação ao trabalho dos brasileiros. Coube ao editor, inclusive, condicionar o pagamento do trabalho prestado à aprovação do que havia sido feito. Ou seja, nesse caso, os quadrinistas só receberiam se as editoras gostassem do que haviam recebido. Naquele momento, o caminho ainda era incerto e esse tipo de abordagem acabava sendo necessária.

Contudo,

[...] Aí os caras viram:

– Pô, isso aqui tá ótimo. Ele pode continuar o título?

– Pode.

– Tem mais um título. Ele não quer fazer dois? (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Portanto, na virada de 1989 para 1990, Marcelo Campos se tornou um dos primeiros quadrinistas brasileiros a desenhar para as editoras estadunidenses. Ele recebeu o roteiro já traduzido pelo pessoal da *Art&Comics* e tratou de produzir as páginas do zero. O trabalho

parece ter sido rapidamente reconhecido e aceito, inclusive, fazendo com que a editora despertasse o interesse em manter o brasileiro na produção daquele título. Mas não apenas isso, foi oferecido uma segunda revista para o quadrinista desenhar. Podemos imaginar então que, se a condição do pagamento era a apreciação do trabalho realizado, tanto a agência quanto o quadrinista devem ter recebido os valores acordados.

O Marcelo Campos produzia dois títulos. Uma coisa absurda. 48 páginas por mês. Uma coisa absurda. [...] Em 1989 pra 1990. Aí a gente continuava a produção pra *Abril*. [...] Aí eu comecei a abrir esse outro lado. Desenhista brasileiro. Caminhava paralelamente. [...]

Aí a gente começou a ganhar notoriedade lá fora. [...] A gente começou a trazer várias pessoas. Até Deodato na época. Fez material pra *Malibu*. Pagava pouco, mas o cara podia ser visto lá fora. Era uma porta de entrada. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

“Uma coisa absurda”, foi assim que Helcio definiu o volume de trabalho de Marcelo Campos. As palavras do editor não denotam um sentido superlativo à toa. Produzir duas histórias em quadrinhos completas por mês era muito trabalhoso, tendo em vista a média de páginas por edição. Nesse caso, Helcio foi categórico, ele estava fazendo 48 páginas mensalmente. Se levarmos em consideração que Marcelo podia não está só desenhando, mas também arte-finalizando, a empreitada se tornava ainda maior e mais árdua. Portanto, para dar conta do trabalho, provavelmente houveram dias que o quadrinista precisou desenhar mais de uma página por dia.

Era a porta de entrada. Os agenciamentos haviam começado, mas o trabalho de edição para editoras nacionais como a *Abril* também continuava. Afinal, a demanda por esse tipo de produção ainda era maior e, portanto, representava boa parte dos proventos financeiros da empresa. As frentes de trabalho caminhavam paralelamente.

Foi dessa forma que a *Art&Comics* começou sua inserção no mercado de produção de quadrinhos nos EUA. O próximo passo foi expandir a quantidade de quadrinistas que trabalhavam para a empresa, dessa maneira, possuindo uma maior e versátil mão-de-obra. Chegaram quadrinistas como Mike Deodato, também um dos primeiros agenciados pela empresa. Dessa forma, trabalhos para editoras menores como a *Malibu* foram sendo fechados. Ainda não era o volume e nem a rentabilidade pretendida pelos sócios brasileiros, mas era um começo em um mercado amplamente disputado.

Até então, todo esse trabalho era feito no Brasil mesmo. Fax, telefones e *FedEx* encurtavam as distâncias, contribuía para as negociações e para a realização dos trabalhos. Contudo, se a *Art&Comics* pretendia agenciar mais quadrinistas para os EUA, o contato precisava ser estabelecido de maneira mais próxima e pessoal. Uma coisa era ser a agência

brasileira conhecida através da troca de mensagens e ligações, outra era ser os rostos por trás da agência brasileira.

Aí a gente, deu louca lá, ai eu falei:

- Dorival, a gente tem que ir pra lá, cara. Tem que passar nas editoras e mostrar os portfólios. Se não a gente vai ficar só com o material da *Malibu*. Aí fizemos isso. Juntou uma grana e foi pra lá. Passamos 25 dias viajando. [...] Fomos em várias editoras. [...] Enfim, resumindo a história. A *Inovation* do David Campiti disse:
- Quero trabalhar com vocês. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Dessa forma, Helcio e Dorival perceberam que precisavam ir aos EUA mostrar os portfólios pessoalmente para algumas editoras, sob pena, inclusive, de ficar apenas com títulos de empresas menores como a *Malibu*. Contudo, devemos levar em consideração que bancar financeiramente esse esforço não era fácil, principalmente ao convertemos reais em dólares.

Podemos considerar essa viagem a trabalho um passo importante. Se levarmos em consideração o dinheiro investido em passagens aéreas, hospedagens, deslocamentos, alimentação, dentre outros gastos, os dois sócios demonstravam confiar no trabalho que estavam oferecendo e nos quadrinistas que estavam apresentando. Afinal, para que as negociações fossem exitosas, a probabilidade dos artistas brasileiros agradarem precisava ser maior do que o risco do investimento.

Todavia, naquele momento, no qual a agência ainda tangenciava o mercado estadunidense, provavelmente algumas grandes editoras ainda preferiram não fecharem acordos. Mas, em meio a viagem, também houveram novidades, pois além das empresas com as quais já estavam trabalhando, surgiu a oportunidade de trabalhar com a *Inovation*.

A *Inovation Publishing* era uma empresa estadunidense de quadrinhos cofundada em 1988 por David Campiti⁹². Também conhecida como *Inovation Books*, durante o início dos anos de 1990 chegou a ficar em 4º lugar na participação do mercado estadunidense de quadrinhos, abaixo apenas da *Marvel Comics*, *DC Comics* e *Dark Horse Comics*. A editora adaptou para quadrinhos muitas séries, filmes e romances literários, além de ter lançado seus próprios títulos originais. (MARREIRO, 2011)

Ou seja, se antes a *Art&Comics* ainda não estava trabalhando com editoras estadunidenses maiores, naquele momento, a oportunidade havia se materializado através da *Inovation*. Isso passou a configurar o início de uma maior abertura do mercado norte-americano para a empresa brasileira.

⁹² David Campiti foi roteirista de histórias em quadrinhos, chegando a vender roteiros para *Pacific Comics* e *DC Comics* durante o final de década de 1980. Em 1988 montou uma proposta de 400.000 dólares e financiou a abertura da sua própria editora, a *Inovation Publishing*. Campiti deixou a editora em 1993 para lançar a *Glass House Graphics*, um estúdio/agência de quadrinistas que alcançou status internacional. (MARREIRO, 2011)

Nesse sentido, Helcio nos ajudou a mapear os primeiros passos dados através daquela parceria.

A gente conseguiu trabalho pro Deodato. Pagava na época, se eu não me engano, era 80 dólares. Tudo pintado. Deodato fez a *Bela e a Fera*. Eles amaram, foi um puta sucesso. Porque o Deodato é muito bom em [...] fazer semelhança. [...] Aí a gente começou a colocar o Cariello. [...] Foi um monte de gente. Aí a gente tinha o material da *Malibu*, que a gente produzia. Aí a gente tinha o material [...] da *Inovation* e depois a gente começou a fazer o material da *Eclipse*. [...] (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Vimos, anteriormente, que Marcelo Campos já havia começado a trabalhar para algumas editoras nos EUA. Dessa forma, no momento mencionado, vemos mais dois quadrinistas brasileiros no mercado internacional. Mike Deodato Jr. e Octavio Cariello, respectivamente um paraibano e um pernambucano, começavam suas caminhadas no exterior.

A *Inovation* adaptava muitas obras literárias para histórias em quadrinhos e para tanto demandava de quadrinistas capazes de transpor gêneros. Dessa maneira, Deodato logo foi escolhido para desenhar e colorir a *Bela e a Fera*. Nesse ponto, percebemos um pouco da atuação da versatilidade brasileira propagandeada por Helcio de Carvalho anteriormente. Afinal, o quadrinista brasileiro estava no mínimo fazendo duas etapas do processo de produção de um quadrinho: desenho e cor.

Deodato, pode ter feito até três etapas, caso tenha arte-finalizado seu desenho antes de colorir, algo não muito comum dentro de uma indústria especializada em etapas na qual cada parte cumpria uma determinada função, mas não tão incomum quando utilizados quadrinistas em outros países, no caso, os brasileiros. Dentro do contexto mencionado, o fator distância territorial e tempo de envio entre os países, no caso entre Brasil e EUA, acabava influenciado para que alguns artistas fizessem mais de uma etapa.

Percebemos que a distância territorial, de certa maneira, contribuiu para que os quadrinistas brasileiros precisassem fazer mais de uma etapa do processo, pois ajudava no cumprimento do cronograma de produção, evitava a necessidade do envio de material para outros artistas e aumentava o ganho salarial dos artistas brasileiros. Dessa forma, vemos que a solidificação da versatilidade brasileira se deu também dentro de um processo de necessidade do mercado.

Contudo, acumular mais de uma função e fazer mais de uma etapa do processo não era nenhuma novidade para quadrinistas brasileiros nas décadas de 1980 e 1990. O mercado nacional de produção ainda não era tão forte e muitas vezes também não praticava valores capazes de sustentar uma família. Dessa maneira, muitos profissionais precisavam fazer várias etapas das produções para conseguir um melhor retorno salarial. Além disso, muitas vezes

precisavam manter um segundo e até um terceiro emprego em jornais e agências publicitárias. Assim, não era incomum para quadrinistas brasileiros ter que desenhar, arte-finalizar, colorir e até letreirar.

Ainda sobre os brasileiros que recém haviam ingressado no mercado estadunidense, Helcio nos ajudou a perceber que a escolha de Deodato possuiu relação justamente com a sua capacidade de reproduzir semelhanças. Nesse caso, isso pode ter acontecido pois o quadrinho produzido deve ter utilizado referências fotográficas de pessoas reais. Assim, reproduzir fielmente alguns traços físicos pode ter sido indispensável para a execução daquele trabalho específico.

Aí a gente começou nas grandes. Em vez de pagar 20 dólares pagavam 80 dólares ou 100 dólares. Aí eu trouxe o David da *Inovation*.

– Você não quer trabalhar com a gente? Você tem uma base aí.

Aí a gente começou a trabalhar com o David. E aí o David pôde ajudar a começar a expandir. A gente passou pela *DC* na época, pela *Marvel*. [...] (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Daquele momento em diante, a partir da parceria com a *Inovation*, outros quadrinistas brasileiros começaram a ser contratados, como o próprio Octavio Cariello. A *Art&Comics* estava firmando parcerias e disputando trabalhos no mercado estadunidense. Assim, o volume de trabalho para o exterior começou a aumentar e, portanto, a exigir cada vez mais mão-de-obra da agência brasileira. Naquele contexto, *Malibu*, *Inovation* e *Eclipse* foram algumas das portas de entrada para os artistas brasileiros trabalharem com editoras estadunidenses e, dessa maneira, também direcionarem suas técnicas para as exigências daquele mercado.

Nesse sentido, a parceria com a *Inovation Publishing* e o trabalho com David Campiti ajudaram no aumento do volume de trabalho e, conseqüentemente, do preço pago por página. Mas não apenas isso, ajudou na expansão da empresa brasileira e na contratação dos artistas agenciados por editoras maiores como *DC* e *Marvel*.

Quando a *Art&Comics* começou a operar no mercado estadunidense, ainda no início quando trabalhava apenas com a *Malibu Comics*, o preço pago por página desenhada por um quadrinista brasileiro girava em torno dos 20 dólares. Como podemos perceber, com a parceria com editoras maiores esse valor foi multiplicado por quatro e até por cinco vezes, ficando entre 80 e 100 dólares a depender do tipo de material produzido.

Esse aumento pode ser compreendido através de duas possibilidades: I) Os quadrinistas brasileiros não estavam mais apenas desenhando. Poderiam estar arte-finalizando e colorindo também. Ou seja, fazendo mais de uma etapa do processo de produção, assim como vimos Mike Deodato fazendo anteriormente. II) O nível de confiança e satisfação com o

trabalho realizado pelos quadrinistas brasileiros aumentou e, portanto, gerou uma possível aproximação dos preços praticados com artistas estadunidenses e mesmo de outros países. As duas possibilidades não se excluem necessariamente, podendo inclusive coexistirem e se completarem.

Independente das razões, o fato é que o volume de trabalho e o pagamento dos quadrinistas brasileiros aumentou, conseqüentemente, passando a representar uma maior inserção da *Art&Comics* e de seus funcionários no mercado dos EUA.

Nesse sentido, percebemos na fala de Helcio de Carvalho que a parceria com a *Inovation* parece ter sido estratégica e focada exatamente na expansão da agência brasileira. Afinal, a empresa de David Campiti já possuía uma base de operação em solo estadunidense e licenciamentos de adaptações para quadrinhos de séries, filmes e romances literários conhecidos pelo público. Dessa forma, a parceria representava para a *Art&Comics* e seus quadrinistas uma melhor logística fora do país e trabalho com títulos com boas chances de vendas devido ao público de outras mídias. Além desses pontos, não podemos esquecer que a *Inovation* possuía a quarta maior parte do mercado de vendas, isso colocava a empresa brasileira em patamares maiores que aqueles com os quais já havia trabalhado.

O caminho para o trabalho com as duas maiores editoras de história em quadrinhos nos EUA começava a ser trilhado, mas no início ainda houveram dificuldades com os primeiros trabalhos.

A Marvel, lembro de ter pego um trabalho do Deodato, ter olhado e ter dito que esse cara num tinha condição de trabalhar aqui na *Marvel*. [...] Mas depois Deodato fez Mulher Maravilha pela *DC*. A gente conseguiu colocar o Marcelo Campos na *DC*, Deodato e tudo. Ai a *Marvel* veio de joelhos pro Deodato fazer material pra *Marvel*. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Como podemos perceber, no início, mesmo Mike Deodato sendo um quadrinista experiente no Brasil e já tendo feito *A Bela e a Fera* para a *Inovation*, a *Marvel Comics* recusou o trabalho do artista pois não acreditava que ele possuía o necessário para trabalhar para a editora.

Talvez o ocorrido tenha acontecido devido ao desconhecimento do nome e dos trabalhos do brasileiro, ou mesmo pelo questionamento de sua técnica, a qual destacava-se pela capacidade de reproduzir semelhanças. Nesse sentido, o fato era que um dos primeiros quadrinistas brasileiros agenciado pela *Art&Comics*, a princípio, havia sido barrado por uma das maiores editoras dos EUA.

A situação só mudou quando Mike Deodato foi contratado por outra grande editora estadunidense de quadrinhos de super-herói, a *DC Comics*. O quadrinista começou desenhando

a *Mulher Maravilha*, uma das personagens mais conhecidas da editora, ou seja, tratava-se de um importante trabalho. Essa foi uma das portas de entrada para que Marcelo Campos e outros quadrinistas brasileiros agenciados conseguissem trabalho naquela editora.

Quando a gente entrou na DC, por exemplo, foi um marco. [...] O Marcelo conseguiu desenhar a Liga da Justiça. A gente tem que tratar isso como se fosse... Porque aí sim eu vou ter mais visibilidade ainda. Fez Liga da Justiça. Arrebentou. Deodato fez a Mulher Maravilha. Arregaçou. O nome do Deodato foi lá pro espaço fazendo aquelas puta mulher gostosa. Ai o caminho tava muito mais montado. Pra *Marvel* foi um pulo. Aí abriu espaço. Porque antes não tinha estrada. Formou uma estrada. (NERD PROFESSIONAL, 2020)

Já havia sido uma conquista importante para um quadrinista brasileiro desenhar a *Mulher Maravilha*, uma personagem considerada do primeiro escalão dentro da editora. Dessa maneira, cada nova revista ou personagem desenhado pelos artistas brasileiros para o mercado estadunidense representava um importante passo. Assim, quando Marcelo Campos começou a desenhar a *Liga da Justiça*, um dos títulos mais importantes dentro da *DC*, a agência parecia finalmente ter conseguido iniciar a pavimentação da “estrada” que estava buscando. Nesse contexto, foi preciso o aval de outra grande editora para que o trabalho desenvolvido até aquele momento pelos brasileiros fosse reconhecido e aceito.

Podemos compreender a entrada desses brasileiros na *DC* como um importante marco na inserção desses artistas, pois além de passarem a trabalhar para uma das maiores editoras dos EUA, ainda estavam desenhando títulos importantes que alcançavam boas vendas e, conseqüentemente, atingiam uma considerável parcela do público. O nome dos quadrinistas brasileiros começou a ganhar maior espaço no cenário internacional e assim como eles, a *Art&Comics* continuava pavimentando uma “estrada” que antes não estava aberta e parecia muito difícil de ser construída. Os trabalhos realizados por Mike Deodato e Marcelo Campos para essas grandes editoras foram de extrema importância para essa abertura do mercado estadunidense.

Nesse sentido, em meio a contratação de Deodato pela *DC*, a *Marvel*, dentro da lógica de competição existente entre as duas das maiores editoras de quadrinhos de super-herói dos EUA, reconheceu a capacidade do brasileiro e também se interessou pelo seu trabalho. Afinal, ele estava desenhando a *Mulher Maravilha*, uma das personagens mais importantes da concorrência e essa responsabilidade não haveria sido colocada nas mãos de uma pessoa incompetente.

O caminho estava aos poucos sendo pavimentado. Cada vez mais quadrinistas brasileiros estavam trabalhando para o mercado estadunidense e desempenhando bem o

trabalho para o qual foram contratados. Segundo Helcio, tanto Mike Deodato quanto Marcelo Campos fizeram um excelente trabalho nos títulos pelos quais ficaram responsáveis.

Dessa forma, outros artistas e seus agentes começaram a procurar a *Art&Comics*.

Aí foi, o desenhista brasileiro, [...] todo esse pessoal veio, todos os agentes. A gente criou uma escola, um hotel no Art&Comics, com beliches, trazer gente do Sul, do Norte, do Nordeste, sabe? Pra dormir lá, porque tinha um aprendizado muito maior. Todos eles juntos, as vezes queriam se estapear. Mas a maioria das pessoas, o crescimento deles juntos, trocando figurinha com o outro, era muito grande. Então a gente montou essa escola mesmo. Desenhistas, dos quais saíram Roger Cruz. Dormindo lá no beliche, aprendendo, desenhando. [...] (NERD PROFISSIONAL, 2020)

A contratação para o mercado estadunidense de quadrinistas brasileiros agenciados pela *Art&Comics* gerou uma movimentação diferente no cenário nacional. Em primeiro lugar, os agentes desses artistas, ao procurarem a agência, demonstraram os interesses dos seus clientes em trabalharem com a empresa. Em segundo lugar, percebemos que a *Art&Comics* começava a ser compreendida como uma possível porta de entrada para o mercado estadunidense de quadrinhos pelos próprios brasileiros. Ou seja, se anteriormente o quadrinista nacional não sabia muito bem que caminho tomar para começar a trabalhar para editoras nos Estados Unidos, naquele momento, pelo menos, ele já sabia que no Brasil existia uma empresa que havia começado a trilhar esse caminho e possuía contatos e profissionais trabalhando fora do país.

Nesse sentido, se o objetivo do quadrinista brasileiro era desenhar para editoras como *Marvel* e *DC*, a *Art&Comics* surgiu como um importante meio capaz de tornar essa vontade possível. Logicamente o processo de contratação e produção não era tão rápido e simples, ser agenciado pelo estúdio não garantia imediatamente a inserção no mercado estadunidense, havia pontos importantes a serem considerados como técnica, organização, cumprimento dos cronogramas, disponibilidade, dentre outros. Mas, dentro da conjuntura apresentada, a agência surgiu como uma ponte entre a vontade desses quadrinistas brasileiros e o mercado estadunidense.

Essa não foi a única movimentação diferente que a *Art&Comics* provocou no mercado brasileiro. O interesse da agência por quadrinistas de outras regiões do Brasil, bem como a quantidade de artistas que buscavam a empresa demandou a criação de um local para reunir os dois lados. Dessa maneira, nas palavras de Helcio, com a finalidade de fazer com que esses profissionais aprendessem uns com os outros, foi preciso criar uma “escola” e um “hotel”.

Quando Helcio usa a palavra escola para definir o local ou o sistema de aprendizado utilizado pelos quadrinistas, ele não está usando o sentido literal da palavra. Não imaginemos

um sistema estruturado de ensino com disciplinas, horários e avaliações. Mas, mesmo não tendo esses elementos definidos de forma tão rígida, ainda sim estamos falando de um espaço de troca de conhecimento e informação, estamos sim falando de aprendizagem real de técnicas de desenho, truques artísticos, disciplina metodológica e até organização. Dessa forma, ao usar essa palavra, ele está significando e aproximando as atividades desenvolvidas no espaço criado por eles a um ambiente de criatividade e aprendizado, no caso, uma escola.

O mesmo serve para a palavra hotel que, nesse caso, foi utilizada para descrever um espaço ou um quatinho nos fundos da agência. Nesse local, quadrinistas de fora da cidade podiam dormir em beliches e passar as noites enquanto estavam aprendendo e trabalhando para a empresa. Era mais uma forma de reunir essas pessoas, criar um ambiente para a troca de informações e facilitar a logística da empresa e dos seus funcionários.

Portanto, ao criar um espaço objetivando o maior aprendizado possível entre os quadrinistas agenciados, a *Art&Comics* parecia compreender que ainda era necessário lapidar os artistas brasileiros para o mercado estadunidense. Dessa forma, criar um local onde quadrinistas mais experientes pudessem ensinar outros profissionais parecia ser uma ótima estratégia.

Devemos levar em consideração que ao criar esse espaço a agência buscava minimizar qualquer possível dificuldade. Em primeiro lugar direcionava os quadrinistas brasileiros para o tipo de trabalho que o mercado estadunidense exigia, dessa forma, muitas vezes, padronizando o tipo de arte produzida por seus agenciados com o estilo usado nos EUA. Em segundo lugar facilitava a logística ao concentrar em um único local artistas de diversas regiões do país. Dessa maneira, ganhava-se tempo de produção ao não precisar enviar o material para ser desenhado em outro estado e esperar o seu recebimento. Além disso, qualquer possível alteração ou correção podia ser feita in loco, afinal, os quadrinistas estavam presentes. Por fim, fornecia aos artistas, além da troca de aprendizado e experiência, um acesso mais facilitado a tecnologias como telefone e fax, equipamentos extremamente necessários para a comunicação e o envio de material.

Dessa forma, ao criar esse espaço de convivência, a *Art&Comics* estava sim ajudando no aprendizado desses quadrinistas e na lapidação de suas técnicas para o mercado estadunidense. Ao mesmo tempo, não podemos negligenciar que a agência também estava buscando facilitar a logística de produção, lidar com possíveis imprevistos e otimizar seus recursos. Assim, de forma estratégica, a empresa dava mais um passo rumo à expansão da marca e a maior inserção internacional.

Nas palavras de Helcio a convivência não foi fácil, desentendimentos surgiam em meio ao dia-a-dia, afinal, eram diferentes pessoas em um ambiente de trabalho com prazos curtos. Contudo, mesmo com possíveis contratempos, o aprendizado e a troca de experiências contribuíram para que mais quadrinistas brasileiros agenciados pela *Art&Comics* chegassem às editoras estadunidenses.

Dentre esses quadrinistas, Helcio menciona Roger Cruz novamente, mais um dos primeiros artistas agenciados pela *Art&Comics* que conseguiram se inserir no mercado estadunidense. Assim como os demais, Roger também frequentou a “escola/hotel” criado pela empresa e pôde lapidar sua técnica para o mercado internacional. Mas ele não foi o único.

Aí a gente trazia caras muito bons. Treinava. A gente recebeu caras, por exemplo, o Ivan Reis. O Ivan quando chegou pra gente desenhava Mônica, desenhava pro Maurício. Aí ele tinha tendência de fazer personagem com cabeça grande. Mas tinha arte ali pra ser trabalhada [...]. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Quadrinistas com diferentes estilos passaram pelo treinamento na *Art&Comics*, artistas talentosos e com alguma experiência no ramo como o próprio Helcio de Carvalho menciona, mas acostumados a desenhar de outra maneira e para outro nicho que não o mercado estadunidense de super-heróis.

Ivan Reis, o quadrinista que trabalhava para o estúdio Maurício de Sousa, estava acostumado a desenhar no formato da *Turma da Mônica*, ou seja, dentro de um estilo menos realista e proporcional. Reis precisava desenhar dentro do modelo preestabelecido pelo estúdio no qual trabalhava, assim emulando a estética criada por Maurício de Sousa na criação de seus personagens. Dessa maneira, pelo menos inicialmente, o artista não estava se enquadrando no estilo no qual a *Art&Comics* estava acostumada a agenciar.

Nesse sentido, mesmo que minimamente, percebemos um tom pejorativo na afirmação de Helcio de Carvalho ao se referir ao estilo Maurício de Sousa usado por Ivan Reis. Ao afirmar que mesmo assim havia “arte ali pra ser trabalhada”, percebemos a existência de determinado tipo de hierarquização em relação ao trabalho feito dentro da *Art&Comics* e os demais locais. A impressão deixada é que a estética utilizada nas histórias de super-herói era superior, por isso as outras precisavam ser lapidadas. Dessa forma, não nos parecia apenas uma questão de adaptação ao mercado estadunidense, mas uma real concepção de superioridade de estilos da parte do fundador da agência.

É dentro dessa lógica que conseguimos compreender, para além das exigências do mercado internacional já mencionadas, a importância dada pela *Art&Comics* ao desenvolvimento dos desenhos feitos pelos quadrinistas agenciados e a troca de aprendizado entre eles.

Todavia, parecia não haver um tempo exclusivamente para o aprendizado dos novos estilos. Direcionamento do estilo, páginas de amostra para envio e o próprio desenho eram etapas que pareciam acontecer de forma associada.

– Ivan, vamos trabalhando aqui, melhorando ali, faz essa página de amostra. Vamos fazendo e tal [...].

Aí quando conseguia um título, era uma chance pro cara ir aprimorando. Porque ele tinha que fazer 28 páginas [...]. Aí a segunda edição saiu melhor, a terceira saiu melhor ainda. Ele é um monstro até hoje. Então, era muito gratificante você ver esse crescimento. Era uma cara que era um diamante bruto, era um carvão mesmo, você pressionava ele ali, e as vezes era muita pressão, e o cara virava um diamante. Foi assim com o Roger, foi assim com o Ed Benes, foi assim com o Bené [...]. (NERD PROFESSIONAL, 2020)

O caso do Ivan Reis nos ajuda a compreender esse processo. O quadrinista vinha de outra escola de desenho e estava trabalhando com o estilo de personagens e cenários da *Turma da Mônica*. Portanto, precisava aprender a desenhar super-heróis ao molde estadunidense, ou seja, um desenho mais próximo da anatomia real do ser humano e com cenários mais realistas. Não apenas isso, eram precisas maiores noções de técnicas de profundidade, sombreado, movimentação e até organização do encaixe das páginas.

Todavia, o quadrinista parece não ter tido um tempo apenas para se dedicar exclusivamente ao aprendizado de novas técnicas e ao desenvolvimento das que já possuía. Ele precisou concomitantemente ao tempo de aprendizagem produzir as páginas de amostra que eram usadas no portfólio enviado para as editoras nos EUA. Cada novo trabalho para o qual era contratado representava uma nova oportunidade de lapidar seu desenho. Por isso, nas palavras de Helcio, cada nova edição parecia sair melhor do que a anterior, pois o quadrinista estava mais experiente e treinado no modelo estadunidense.

A pressão nesses casos era enorme, pois produzir 28 páginas obrigava o quadrinista a desenhar praticamente uma página por dia para conseguir terminar a edição em um mês, prazo geralmente dado. Mesmo nos dias atuais essa é uma grande quantidade de páginas para serem feitas.

Ainda nas palavras do sócio fundador da *Art&Comics*, percebemos que Helcio enxergava os quadrinistas agenciados como diamantes brutos que precisavam ser lapidados e, através da sua experiência, cabia a ele essa função. Helcio parecia acreditar que aqueles artistas precisavam de um direcionamento específico para alcançar o mercado estadunidense. Cabia, portanto, a sua empresa fornecer os meios materiais, facilitar o contato entre artistas e editoras e, na base da pressão, extrair o melhor possível do trabalho realizado. O papel da agência era complexo e fundamental para que eles conseguissem trabalho no mercado estadunidense.

Não enxergamos o posicionamento do agenciador apenas pelo prisma da benevolência e do altruísmo, mas sim também dentro de uma lógica mercadológica entre profissionais. Contudo, não podemos negar que o ex-editor era apaixonado por histórias em quadrinhos, sua trajetória desde antes da *Abril* nos ajudou a perceber isso, e, portanto, mesmo que fatores comerciais e econômicos estivessem em jogo, acreditamos que havia um interesse genuíno no crescimento dos quadrinistas brasileiros e da própria cena de quadrinhos no país.

O próprio Helcio nos ajuda a compreender o quão gratificante fazer parte desse momento da carreira de alguns artistas foi importante para ele.

Então, realmente é uma coisa super gratificante. [...] Como eu não consegui, porque meu caminho se desviou, acabei indo pro lado de ser editor e não pude ser ilustrador que era minha grande paixão, eu pude ser um pouco ilustrador através deles. [...] Eu me sentia como se desenhasse através das mãos deles, de cada um desses caras. E foi muito legal porque todos eles criaram carreiras sólidas. O Deodato tinha dois empregos quando começou com ele. Trabalhava num jornal e numa agência de publicidade pra ganhar um tiquinho de dinheiro e estourou. Uma pessoa muito bem sucedida. Assim como tantos outros. Então, isso é uma coisa que muda muito a gente. Poder falar:
– Porra, eu tive uma pequena parcela aí [...] pra esse cara ser o que ele é hoje. (NERD PROFISSIONAL, 2020)

Portanto, para Helcio de Carvalho o sucesso desses quadrinistas no cenário internacional também representava, pelo menos em parte, uma realização pessoal. Tendo em vista que o mesmo almejava se tornar ilustrador e não conseguiu, seu sonho acabou tomando forma através das mãos dos artistas agenciados por ele. Dessa maneira, compreendemos que cada novo quadrinista agenciado pela *Art&Comics* e contratado por uma editora internacional representava a manutenção desse sonho. Assim, talvez por enxergar o trabalho e a carreira desses artistas como uma extensão da sua, qualquer insucesso podia representar também uma nova frustração artística para o agenciador.

Ao dizer que cada um desses artistas criou uma carreira sólida e conseguiu viver da produção de quadrinhos, Helcio de Carvalho também parece estar falando dele próprio. É como se aquelas conquistas também fossem dele. E, de certa maneira, eram de fato. Afinal, provavelmente sem a agência criada por ele, Jotapê e Dorival, o caminho trilhado pelos quadrinistas brasileiros poderia ter sido bem diferente.

Portanto, tendo em vista que aqueles quadrinistas podem ter sido os primeiros a serem contratados pelo mercado estadunidense, o ex-editor tinha a compreensão que ele, seus sócios e a *Art&Comics* foram fundamentais para que isso acontecesse.

Nesse sentido, pudemos compreender o contexto de aproximação com as primeiras editoras estadunidenses. Assim, trabalhar para *Malibu*, *Inovation* e *Eclipse* configurou o primeiro passo da agência no mercado internacional. Além disso, a versatilidade dos

quadrinistas brasileiros, ao conseguirem executar bem mais de uma etapa da produção, contribuiu para a contratação dos primeiros agenciados, dentre eles Marcelo Campos, Mike Deodato Jr e Roger Cruz. Portanto, foi dentro desse contexto, e a partir da maior abertura do mercado estadunidense, que se fez necessário a criação de um espaço dentro da *Art&Comics* para a troca de aprendizado entre os agenciados e para facilitação da logística de produção.

É a partir dessa compreensão que caminhamos para o próximo tópico, no qual buscamos conhecer um pouco mais sobre alguns dos quadrinistas agenciados, suas carreiras, o agenciamento e o início do trabalho para as editoras estadunidenses.

4.2 ALGUNS DOS PRIMEIROS AGENCIADOS: RECRUTAMENTO, TRABALHO E PRODUÇÃO PARA O MERCADO ESTADUNIDENSE

Vimos no tópico anterior o surgimento do estúdio *Artecômix* e, posteriormente, a criação da agência *Art&Comics* a partir da união entre Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes. Compreendemos um pouco mais sobre o contexto no qual a empresa foi criada após a saída desses profissionais da editora *Abril*. Além disso, ao nos debruçamos sobre o início dos agenciamentos, entendemos a importância da rede de contatos que os sócios fundadores foram estabelecendo no cenário nacional e internacional ao longo dos anos. Estar inserido no meio e estabelecer parcerias foi muito importante para a inserção da agência e dos quadrinistas brasileiros no cenário estadunidense. Dessa forma, fomos percebendo as relações estabelecidas e a logística aplicada para a contratação dos artistas pelas editoras nos EUA.

Nesse sentido, durante a pesquisa, fomos encontrando em nossas fontes os nomes de alguns quadrinistas agenciados pela *Art&Comics* no período do recorte temporal estabelecido. Apareceram nomes de diferentes regiões do Brasil, com idades diversas, carreiras distintas e estilos variados. Todavia, a vontade de desenhar quadrinhos de super-herói para editoras estadunidenses foi algo que, pelo menos em algum momento, aproximou todos eles.

Contudo, nosso objetivo não é mapear todos os quadrinistas agenciados pela *Art&Comics* que foram contratados por editoras nos EUA, muito menos nos debruçar sobre detalhes específicos da vida e da carreira de cada um deles. Até porque não conseguiríamos dar conta dessa empreitada sozinhos. Nossa finalidade é, a partir da análise e da compreensão das memórias e experiências desses quadrinistas, compreender de forma mais profunda a atuação da *Art&Comics* na inserção desses artistas brasileiros no cenário estadunidense. Dessa maneira, buscamos perceber a complexidade do processo, tendo em vista as dificuldades que surgiram e as soluções adotadas para a viabilização da contratação e do trabalho dos brasileiros.

Dessa forma, neste tópico, nos debruçamos sobre importantes pontos no tocante a questões relacionadas ao recrutamento de artistas, modo e tempo de trabalho, revistas produzidas e até salários. Nesse sentido, lembramos que mesmo se tratando de quadrinistas agenciados pela mesma empresa, as condições de contratação e trabalho podem ter sido diferentes em alguns aspectos.

A partir desse ponto, é importante relembrarmos que a agência *Art&Comics* iniciou sua operação ainda como estúdio, o qual era contratado de forma terceirizada por editoras brasileiras para produzir revistas em quadrinhos. Muitas das revistas produzidas pertenciam as próprias editoras, mas outras tantas eram licenciadas com empresas internacionais para serem publicadas no Brasil. Com o desenvolvimento dos trabalhos, o estúdio passou a também licenciar materiais internacionais e a negociar com as editoras nacionais a publicação dos mesmos. Dentro de alguns anos a empresa estava editando, produzindo e licenciando. O próximo passo foi iniciar o caminho inverso, levar quadrinistas brasileiros para fora do Brasil, ou seja, iniciar o processo de agenciamento internacional.

Para que isso acontecesse era extremamente importante encontrar os quadrinistas interessados na carreira internacional. Mas do que isso, era necessário selecionar artistas que se encaixavam dentro do modelo estético e do sistema de produção estadunidense.

Como vimos anteriormente, os contatos internacionais estabelecidos pela *Art&Comics* estavam associados ao núcleo *mainstream* de histórias em quadrinhos, sendo assim, durante a década de 1990, isso significava o nicho de super-heróis. Portanto, era importante encontrar quadrinistas que se interessassem pelo gênero e soubessem desenhá-lo. Foi nesse contexto que artistas brasileiros como Klebs Jr, Marc Campos, Watson Portela, Luke Ross, Mike Deodato Jr, Ed Benes, Joe Bennett, Roger Cruz, Ivan Reis, Daniel HDR, Will Conrad, Eddy Barrows e Joe Prado acabaram sendo agenciados pela *Art&Comics* para editoras estadunidenses de histórias em quadrinhos.

Nem todos chegaram na empresa da mesma forma. Alguns quadrinistas souberam do trabalho da agência através de palestras ou de anúncios no jornal, outros foram convidados pela própria *Art&Comics*. Portanto, o recrutamento dos artistas aconteceu em diferentes circunstâncias. Houveram aqueles que enviaram seus portfólios para teste e aqueles que por serem conhecidos foram chamados pelos sócios.

Marcelo Campos, por exemplo, quadrinista mencionado anteriormente como um dos primeiros a trabalhar para o mercado estadunidense juntamente com Watson Portela, nos conta sobre sua chegada a agência e a experiência inicial com o mercado estadunidense.

Foi uma palestra, um bate papo do Jotapê Martins que fazia tradução pra *Abril* dos materiais americanos. Eu tinha um amigo aqui em São Paulo e ele:

- Traz os seus trabalhos, vai tá uma cara da *Abril* aqui, traz seus desenhos.

Eu levei meus desenhos pra lá. O Jota viu e disse faz um teste e tal. A partir dali eu não tive mais a experiência de levar portfólio. Foram mais contatos. Dentro da *Abril* mesmo eu comecei a fazer contatos com os desenhistas, editores. Comecei a trabalhar também com ilustração [...] tudo que vinha de ilustração eu pegava. Comecei a entrar na área de publicidade, fazer *storyboard* pra agências, fiz animação. Comecei a ver tudo que eu podia fazer com o meu desenho. Num tinha um foco assim. [...] Apesar da minha paixão ser quadrinhos mesmo. (ERIC BLAKE ART, 2015)

Marcelo Campos começou a publicar seus quadrinhos ainda na metade da década de 1980, chegando à *Abril* apenas posteriormente. A chegada à editora só ocorreu após um amigo incentivá-lo a mostrar seus desenhos para Jotapê Martins, naquela época, tradutor dos materiais estadunidenses. Aprovado nos testes, o quadrinista não precisou mais apresentar portfólio e passou a conseguir trabalhos através dos contatos estabelecidos, nos mostrando que as relações estabelecidas eram muito importantes na manutenção do emprego.

A chegada de Marcelo de Campos a *Abril* ocorreu antes da saída dos fundadores da *Art&Comics* da editora, portanto, antes da terceirização do estúdio e da criação da agência. Ou seja, o quadrinista conheceu Helcio, Jotapê e Dorival antes do início do agenciamento de artistas brasileiros para o mercado estadunidense, talvez antes mesmo da ideia criar formar na cabeça dos sócios fundadores.

Esse contexto nos ajuda a compreender porque Marcelo de Campos foi um dos primeiros agenciados. O quadrinista já estava trabalhando em uma grande empresa nacional, seu trabalho havia sido aprovado por pessoas do meio, conhecia os agentes envolvidos e trabalhava com diversos estilos de mídias. Para muitos quadrinistas, junto com Watson Portela, Campos ajudou a abrir caminho e pavimentar a inserção de quadrinistas brasileiros no mercado internacional.

É importante ressaltar que a chegada de Marcelo Campos a *Abril* só ocorreu através da realização de testes. Apesar do mesmo publicar desde a metade da década de 1980, foi preciso apresentar seu trabalho a Jotapê Martins e ser aprovado para começar a trabalhar para a editora. Daquele momento em diante, trabalhando em diferentes áreas, o artista conseguiu desenvolver sua técnica de desenho. Mesmo sua paixão sendo quadrinhos, Campos trabalhou também com animação e publicidade.

Nesse sentido, trabalhar com outras áreas ajudou o quadrinista a refinar, dentre outras coisas, traço, perspectiva e noções do todo. Ao fazer *storyboards* de animação, por exemplo, podemos considerar que o artista estava aperfeiçoando a construção de páginas de uma história e a movimentação de personagens. Dessa forma, essas experiências também ajudaram a

preparar o profissional para o mercado estadunidense. Toda essa diversidade de técnicas acabou sendo muito útil para o quadrinista nos trabalhos feitos para os EUA.

Nesse sentido, os primeiros contatos com as editoras estadunidenses iniciaram após o acúmulo dessas experiências.

A gente começou na editora *Malibu*. Foi no finalzinho de 88. A gente fez o contato inicialmente com a *Marvel*. Que a história foi mais ou menos o seguinte: A gente, eu era editor de arte da *Abril* nessa época e a gente publicava os materiais da *Marvel* e da *DC* aqui no Brasil pela *Abril Jovem* no Brasil, que era os formatinhos e tal. Ai a estrutura da revista americana tinha uma diferença de páginas e precisava sempre complementar alguma coisa com histórias curtas da *Marvel*. Histórias de 8 páginas, coisas assim. Esse material da *Marvel* e da *DC* tava acabando, não tinha mais materiais de histórias curtas com 8 páginas e tal. Ai a gente pensou na ideia de fazer histórias curtas com os personagens da *Marvel* e da *DC* aqui no Brasil. Escrever os roteiros, desenhar e tal. Ai a gente fez, eu desenhei, o JP escreveu um roteirinho da história do *Capitão*, do *Hulk* e do *Thor*. Ai eu desenhei as historinhas de 8 páginas e a gente mandou pra *Marvel*. Ai a *Marvel* falou:

- “Legal, beleza, tá ok, vamos fazer”. (ERIC BLAKE ART, 2015)

Os primeiros materiais produzidos por Marcelo Campos para a *Marvel* foram feitos ainda dentro da *Abril*. Não foi um trabalho contratado pela editora estadunidense para ser publicado nos EUA, mas um complemento para histórias publicadas no Brasil pela editora em que ele trabalhava. Essa experiência, caso não houvesse sido vetada posteriormente pela *Abril*, teria sido uma das primeiras na qual um quadrinista brasileiro haveria feito roteiro e desenho para editoras estadunidenses.

Como falado, o projeto não foi desenvolvido devido ao veto da *Abril*, algo que frustrou os envolvidos justamente quando eles já planejavam convidar outros desenhistas.

Aí vamos começar a chamar desenhistas pra fazer essas histórias. Só que a *Abril* vetou o projeto. Ai a gente ficou meio decepcionado. [...] Ai o Helcio de Carvalho, o cara que criou o *Art&Comics*, o estúdio que começou a agenciar os brasileiros, aí a gente tava almoçando e ele disse:

- “Porque a gente não entra em contato com a *Marvel* direto? Já que a *Marvel* gostou e a *Abril* vetou, vamos trabalhar pra *Marvel*.” (ERIC BLAKE ART, 2015)

A frustração acabou transformando-se na ideia que originou a *Art&Comics*. Devido a *Abril* dificultar o desenvolvimento do projeto, Helcio e os envolvidos decidiram pular intermediários e tentar um contrato direto com a editora estadunidense. Cabe lembrar que, nesse período, Helcio estava em situação desfavorável dentro da editora em virtude das greves que haviam ocorrido anteriormente. Dessa maneira, o clima tenso e o veto ao projeto contribuíram para a sua saída e a criação da nova empresa.

Nesse sentido, em sua fala, Campos reafirma que Helcio de Carvalho e a *Art&Comics* foram os primeiros a agenciar quadrinistas brasileiros. Dessa maneira, executando a intenção anterior e entrando em contato direto com a *Marvel*.

A gente entrou em contato com a *Marvel*, só que a *Marvel* disse:

- Uma coisa é vocês fazerem aí no Brasil aí essas historinhas pra fechar edição, outra coisa é vocês virem trabalhar pra gente. Vamos fazer um teste.

Eles tavam comprando a *Malibu* na época, a *Marvel* comprou a *Malibu*. Olha, põe o Marcelo pra trabalhar na *Malibu* e vamo ver como ele se dá, se consegue cumprir prazo, qualidade. Vamos ver o que acontece.

Comecei a trabalhar, fiquei trabalhando 1 ano lá, 1 ano, 2 anos mais ou menos. A *DC* entrou em contato comigo, invés da *Marvel*, a *DC* que entrou em contato. Então, primeira oferta já veio da *DC*. Aí já fui direto pra *DC* logo. (ERIC BLAKE ART, 2015)

O plano inicial de trabalhar diretamente para a *Marvel* acabou não logrando êxito. A editora questionava a capacidade de cumprir prazos e manter a qualidade do trabalho. Essa decisão pode ter sido motivada, inicialmente, pelo desconhecimento do trabalho dos quadrinistas brasileiros.

Contudo, é curioso percebermos que o trabalho dos artistas brasileiros foi aceito quando a intenção era produzir material para publicação exclusiva no Brasil, mas questionado quando oferecido para o mercado estrangeiro. Então, não nos parece uma desconfiança total do trabalho realizado, muito menos uma não associação de nomes com a marca em si. A impressão deixada é que para o mercado estadunidense aqueles quadrinistas ainda não eram bons o suficiente dentro da percepção da editora estrangeira. Algo reafirmado quando a editora se referiu às histórias produzidas por brasileiros como “essas historinhas pra fechar edição”, um tom pejorativo e diminuto. Em uma metáfora esportiva, era como se os quadrinistas brasileiros fossem bons para jogar a segunda divisão de um campeonato, mas não a primeira. Por conta disso, eles precisavam ser testados.

Dessa maneira, Marcelo Campos foi colocado em um período de teste, no qual ficou desenhando para uma editora de menor expressão que, naquele momento, havia sido recém comprada pela *Marvel*.

Comecei na *Malibu*, [...] fiquei 2 anos e 2 meses, uma coisa assim, [...] fiz uma porrada de minissérie. A minha produção nessa época era muito forte. Fazia 56 páginas por mês, desenho e arte-final. [...] Tive um piripaque lá. [...] Eu tinha 24 anos. [...] Eu saí, eu era editor de arte da *Abril*, o Hércio falou da gente montar esse lance pros EUA. Já tinham acontecido umas outras oportunidades na época do *Abril* e tinha acabado não rolando. E a gente fez, eu fiz uns testes e passei pra essa *Malibu*. Eu decidi encarar isso aí, também já tava de saco cheio desse negócio de diretor de arte, num sei o que. Atrás de uma mesa só falando [...] tá errado, refaz, melhora. Isso tava me deixando meio triste. Um negócio, vou ficar enterrado aqui. [...] Aí eu saí e fui trabalhar pra *Malibu*, [...] aí tive esse problema no coração, fiquei uns 6 meses parados. (RASCUNHOSTUDIO, 2018)

O quadrinista precisou realizar testes para entrar no mercado estadunidense. Campos ficou pouco mais de dois anos na *Malibu* fazendo desenho e arte-final, ou seja, duas etapas do processo de produção. O artista, apesar de jovem, sentiu em sua saúde os severos efeitos da

grande quantidade de trabalho. Marcelo Campos produzia 56 páginas por mês, número correspondente a mais de duas edições do padrão adotado nos EUA, algo bem comum aos brasileiros contratados por editoras estadunidenses. Todos eles tiveram que produzir grandes quantidades de material dentro de prazos pequenos.

Notamos que a insatisfação com o cargo de diretor de arte na *Abril* motivou Marcelo Campos a começar no mercado estadunidense. O quadrinista, pelo menos inicialmente, demonstrava receio de ficar estagnado em uma posição responsável apenas por mandar refazer os trabalhos. Nesse sentido, a proposta de Helcio e da *Art&Comics* veio para dar fôlego novo à carreira e vida do artista.

Naquele momento, a fase de testes a qual o quadrinista foi submetido foi intensa. Mesmo sendo um período para avaliação do trabalho e do cumprimento dos prazos, foi exigido do artista tanto quanto de um veterano naquele mercado. Por conta da grande quantidade de trabalho, Campos ficou doente e precisou parar durante 6 meses para cuidar da saúde.

Marcelo Campos não foi o único a sofrer com problemas de saúde causados pela grande quantidade de trabalho. Outros quadrinistas, como o cearense Ed Benes, também sofreram e ainda enfrentam as consequências causadas pelas exigências do período.

Acabou rolando muitos problemas de saúde que eu não consegui ficar bom até hoje. O problema de saúde aconteceu na época da Liga. É um ambiente que havia uma certa pressão. Você tá fazendo um título muito grande, você tá sempre sobre pressão, eu já vinha sobre pressão de muito tempo atrás. Eu sou de uma família que já tem problema, [...] sou hipertenso. [...] Eu tenho crise de pânico, misturado um pouco com ansiedade. [...] Na época da Liga o ritmo já era muito puxado, aliás, antes da liga já era muito puxado. [...] Muita gente pergunta porque não rola mais tanto trabalho do Ed Benes? Porque nesse momento eu não consigo mais fazer. [...] Eu trabalhava de manhãzinha cedo até tarde da noite. Hoje em dia seu fizer isso, num dá. Em uma semana eu vou pro hospital. [...] Já não tenho mais a mesma pegada, eu não consigo ir mais tão longe quanto ia antes. (ERIC BLAKE ART, 2017)

Ed Benes, outro quadrinista agenciado pela *Art&Comics* para o mercado estadunidense, também relata como a grande quantidade de trabalho contribuiu para o desenvolvimento de hipertensão, ansiedade e crise de pânico. A longa rotina exigida para cumprimento dos prazos e da quantidade de páginas deixaram marcas na saúde do artista, inclusive, fazendo com que o mesmo não consiga mais desenvolver novos trabalhos com frequência.

Dessa forma, é importante percebermos que os quadrinistas brasileiros agenciados para o mercado estadunidense, dentre muitas outras dificuldades, precisaram lidar com um grau de trabalho e cobrança elevado para comprovarem o profissionalismo exigido pelo mercado. Portanto, em determinados momentos, alguns desenvolveram doenças e precisaram pausar ou diminuir o ritmo de trabalho.

Retornando ao início de Marcelo Campos nos EUA, depois da pausa de 6 meses para cuidar da saúde, o quadrinista voltou a trabalhar para as editoras estadunidenses.

Quando voltei, voltei já na *DC*. Fiz uns testes pra *DC*, foi em 90, eu acho. [...] Comecei num gibi chamado *Dark Stars*. [...] Eu fiz 2 edições. Fiz meia edição. O primeiro gibi que eu peguei eu fiz só as últimas 11 páginas. Aí a outra edição eu fiz inteira, aí eu fui pra *Liga*. [...] Não conseguia mais produzir aquilo que eu produzia, não era uma vontade minha também. Se eu quisesse produzir eu produzia. [...] Na verdade o que aconteceu foi o seguinte, eu sempre ficava com 2 edições por mês, aí já era 44 páginas de desenho, comparado a 56 de desenho e arte-final. [...] Fiz *Aquaman*, *Superman*, fiz um monte de gibi. (RASCUNHOSTUDIO, 2018)

Contrariando os planos iniciais da *Art&Comics* de trabalhar para a *Marvel*, Marcelo Campos voltou trabalhando para a concorrência. Após a realização de novos testes, o quadrinista acabou sendo contratado pela *DC*.

Mesmo após dois anos trabalhando no mercado internacional para a *Malibu*, o quadrinista novamente precisou realizar testes para ingressar na nova editora. Aos olhos das empresas estadunidenses, parecia que a experiência anterior ainda não era suficiente para garantir trabalhos para o quadrinista brasileiro. Mesmo desenhando e arte-finalizando mais páginas que duas edições estadunidenses por mês, parecia ainda haver desconfianças a respeito do trabalho do brasileiro.

É interessante notarmos que Marcelo Campos afirma ter trabalhado na *Malibu* antes de 1990. Segundo o quadrinista, no referido ano, ele havia começado a desenhar para a *DC* após mais de dois anos na *Malibu* e seis meses de pausa para cuidar da saúde. Isso sugere que o artista foi agenciado para o mercado estadunidense antes mesmo de 1991, ano em que a *Art&Comics* surgiu oficialmente como uma empresa de agenciamento. Com isso, acreditamos que os primeiros passos para o agenciamento foram dados ainda quando a empresa era apenas o estúdio terceirizado *Artecômix*. Além disso, a partir das datas mencionadas por Campos e, posteriormente, por outros quadrinistas, acreditamos que ele foi um dos primeiros agenciados para o mercado estadunidense pela empresa.

Portanto, a partir dessas conclusões, percebemos que Helcio, Jotapê e Dorival demonstravam interesse pelo agenciamento para o mercado estadunidense muito antes do que imaginávamos anteriormente. Para isso, a *Art&Comics* parecia haver conseguido estabelecer diálogos propositivos com algumas editoras nos EUA.

Nesse contexto, dentro do grupo dos primeiros quadrinistas agenciados, Mike Deodato Jr fala sobre a criação da *Art&Comics* e o seu início no mercado estadunidense.

A partir de 91 criaram um estúdio pra representar desenhista brasileiro no exterior lá em São Paulo. Entraram em contato comigo porque eu já tinha alguma fama no quadrinho brasileiro e perguntaram se eu não queria fazer quadrinho para fora. Eu

aceitei e desde então não paro de fazer quadrinho pra fora. (CANAL MAKING OF, 2014)

Deodato se referiu a *Art&Comics* ainda como um “estúdio para representar brasileiros no exterior”. O quadrinista parecia não compreender ainda que tratava-se de uma empresa de agenciamento, muito menos que a mesma pretendia recrutar quadrinistas, negociar contratos, comandar produção, traduzir, receber e enviar material. A empresa, algumas vezes, encarregou-se de receber os valores em dólar e convertê-los para real. Inicialmente, talvez, os próprios fundadores da *Art&Comics* não tivessem total consciência de todos os encargos com os quais precisavam lidar.

O quadrinista afirmou que a agência foi criada apenas em 1991, algo que novamente reforça que Marcelo Campos foi agenciado e contratado pela *Malibu* antes da inauguração oficial da empresa. Portanto, esse fato infere que os fundadores estavam em negociação com editoras nos EUA ainda no período do estúdio *Artecômix*.

Além disso, diferentemente de Marcelo Campos, Deodato foi convidado pela própria *Art&Comics* para trabalhar na empresa. Dessa forma, percebemos que o recrutamento de quadrinistas brasileiros aconteceu de maneira diferente, podendo o artista ir até a empresa ou a mesma realizar convites de acordo com os seus interesses.

Para Deodato, que possuía uma experiência de pelo menos 10 anos publicando em editoras brasileiras, o início no mercado estadunidense também ocorreu em pequenas editoras.

Comecei com editoras pequenas, mesmo jeito que eu comecei no Brasil. Editoras que na maioria faliram. Era a *Malibu*, *Inovation*, *Continuity*. Mas a minha grande chance foi quando eu soube que tinha a *Mulher-Maravilha* sem desenhista. Aí eu fiz duas amostras. Na época eu não tinha computador, não dava pra fazer tudo colorido [...]. Então eu fiz tudo no aerógrafo e o editor [...] adorou e me contratou na hora. Então, assim, foi mais ou menos final de 93. Depois dessa minha temporada na *Mulher-Maravilha* que eu fui descoberto, entre aspas, pelo grande público de lá. (ERIC BLAKE ART, 2015)

Assim como Campos, Deodato também passou pela *Malibu Comics*, nos fazendo perceber que o começo nos EUA também ocorreu na editora que a *Marvel* havia comprado. Ou seja, provavelmente, a qualidade do trabalho e o cumprimento de prazos dos quadrinistas brasileiro continuaram sendo avaliados.

Além da *Malibu*, no início, Deodato também desenhou para a *Inovation*, editora do agente estadunidense David Campiti com o qual a *Art&Comics* possuía parceria. Assim, percebemos que esse contato estava ajudando na inserção dos quadrinistas brasileiros no exterior ao passo que sua editora além de contratar os referidos quadrinistas, conseqüentemente, acabava fornecendo maior visibilidade ao trabalho feito pelos mesmos.

Todavia, se anteriormente Deodato havia sido convidado pela agência brasileira por já possuir uma carreira nacional, para conseguir trabalho em editoras maiores nos EUA ele precisou submeter testes aos editores. Se a chegada até a *Art&Comics* podia acontecer a partir da empresa ou dos próprios quadrinistas, tendo eles que fazerem testes ou não, para começarem nas editoras estadunidenses todos precisavam ter a qualidade do seu trabalho avaliada.

Lá começou o mesmo processo. Pequenas editoras cravando meu espaço lá. Até que eu soube que Marcelo Campos que, também era agenciado pela *Art&Comics*, tava fazendo uma revista pra *DC* que era *Extreme Justice*, que era como se fosse uma versão da *Liga da Justiça*. Ai eu:

- Helcio, rapaz, eu quero fazer uma coisa pra *DC*.

Ele disse que só tinha *Mulher Maravilha* que eu odiava. Eu num gostava, mas aí só tem essa.

- Tá bom, tá bom demais.

Eu preparei duas amostras aerografadas, não tinha computador, fiz duas amostras grandes, coloridas, com texto, com tudo. Ai pronto, fui contratado na hora. Ai a revista vendeu um monte e as editoras começaram a brigar pra me ter desenhando. (CANAL MAKING OF, 2014)

Com alguns contatos estabelecidos e Marcelo Campos já desenhando para o mercado estadunidense, coube a *Art&Comics* continuar buscando prováveis trabalhos e editoras para os quadrinistas brasileiros. Dessa maneira, o trabalho da agência funcionava em duas frentes de “garimpo”: de um lado artistas no Brasil e do outro editoras nos EUA. A empresa acabou funcionando como uma ponte e tornando esse contato possível em um contexto de distanciamento territorial.

No caso da revista da *Mulher-Maravilha*, descrito por Deodato, a agência serviu de canal entre as partes. O quadrinista havia começado por editoras pequenas, mas descobriu que Marcelo Campos, também agenciado pela *Art&Comics*, estava desenhando para a *DC* e buscou um espaço nessa mesma editora. Nesse contexto, Campos já havia passado pela *Malibu* e voltado da pausa para cuidar da saúde.

É curioso percebermos que mesmo se tratando de uma agência recém aberta, seja no Brasil ou nos EUA, o pedido de Deodato não incomodou o fundador da empresa. Helcio pareceu não achar tão difícil colocar o quadrinista para desenhar um dos títulos mais importantes da *DC*. Inclusive, o fato torna-se mais notável ao percebermos que o agente sabia qual título estava disponível exatamente naquele momento. Percebemos, com isso, que a *Art&Comics* possuía conhecimento da conjuntura interna de uma das grandes editoras estadunidenses. Talvez por um minucioso trabalho de pesquisa ou através de contatos como David Campiti, a agência brasileira parecia saber aonde oferecer exatamente os quadrinistas agenciados por ela.

Deodato não gostava do título disponível, mas, dentro das possibilidades tecnológicas, fez duas grandes amostras aerografadas⁹³, coloridas e com texto. Nessa única chance, o quadrinista brasileiro conseguiu demonstrar que conseguia realizar várias etapas da produção de um quadrinho, sendo elas desenho, arte-final, colorização e texto.

Embora o quadrinista tenha exagerado ao afirmar que a partir daquele momento as revistas começaram a “brigar” pelo seu trabalho, não é tão surpreendente que Deodato tenha conseguido o trabalho mediante a amostra que ele enviou, afinal, o artista demonstrou domínio sobre a produção e a qualidade necessária.

Ainda sobre o recrutamento de quadrinistas brasileiros, assim como Deodato, outro convidado pela *Art&Comics* para ingressar na empresa foi o paraense Benedito José do Nascimento, que ficou conhecido posteriormente no mercado internacional como Joe Bennett.

Fui da primeira leva, de 1991 até 1996, primeira leva de desenhistas. Eu, Deodato, Ed Benes, Luke Ross, Roger Cruz, Klebs Jr. Começamos bem no meio da década de 90. Fomos os pioneiros dessa viagem e dessa loucura. Foi legal. O Helcio de Carvalho e o Dorival Lopes que são donos do *Art&Comics*, que depois virou a *Mythos Editora*, eles queriam agenciar artistas pra fora, pros EUA no caso. Aí começaram a ir atrás. Me disseram que foram atrás de mim por causa da *Familia Titã*. (ERIC BLAKE ART, 2015)

Joe Bennett nos ajuda a mapear alguns dos primeiros nomes agenciados pela *Art&Comics* para editoras nos EUA. O próprio quadrinista se insere dentro de uma primeira geração de artistas brasileiros que começaram a trabalhar, entre 1991 e 1996, para o mercado estadunidense. Ao mesmo tempo em que revemos o nome de Mike Deodato Jr e Roger Cruz, somos apresentados a outros como Ed Benes, Luke Ross e Klebs Jr. Dessa maneira, percebemos que esses quadrinistas foram agenciados para os EUA dentro de um mesmo espaço de tempo e em um contexto muito parecido.

Bennett mencionou os nomes de Helcio de Carvalho e Dorival Vitor Lopes, mas não chegou a citar Jotapê Martins como parte da *Art&Comics*. Poderíamos inferir que naquele momento, talvez, Jotapê não fizesse mais parte da agência. Contudo, pelas datas apresentadas, o mesmo ainda não havia vendido a sua parte da empresa e continuava sendo um dos sócios da mesma. Portanto, talvez Martins não tenha feito parte do contato inicial estabelecido entre o quadrinista paraense e a empresa. Dessa maneira, somos levados a inferir que as atribuições do recrutamento podem ter sido divididas entre os fundadores, ficando a cargo de um ou de outro o contato com determinado quadrinista.

⁹³ Feitas em um aerógrafo, instrumento utilizado para fazer pinturas por meio da pulverização de tinta.

Assim como Deodato, Bennett afirma que a agência o procurou devido a trabalhos anteriormente desenvolvidos por ele. Assim, percebemos que a *Art&Comics* parecia ter realizado um mapeamento dos quadrinistas que possuíam experiência no cenário nacional e poderiam ser agenciados para o mercado estadunidense. De acordo com o desenho e o estilo dos trabalhos anteriores, aqueles artistas podiam ou não entrar na mira de Helcio, Dorival e Jotapê.

Para Bennett a *Art&Comics* representou o veículo capaz de realizar seu sonho.

Meu sonho era trabalhar com quadrinhos. Imagina um garoto de Belém do Pará, anos 70 e 80, onde quase ninguém tinha acesso à tecnologia, a cultura pop. Aqui em Belém muito menos. E eu já queria isso. De repente, após várias tentativas, comecei a trabalhar pra São Paulo, ai um agente de SP viu meus trabalhos e mandou pros americanos. Os americanos gostaram, de repente eu me vi fazendo trabalho pra *Marvel*, o *Homem Aranha*, em 1996. (A HORA SUAVE, 2018)

A partir do relato e guardada as devidas proporções, percebemos que ao viabilizar a contratação de quadrinistas brasileiros para o mercado estadunidense, a agência, ao funcionar como ponte entre cenário nacional e internacional, também atuou como realizadora dos sonhos dos artistas interessados em desenhar quadrinhos de super-heróis internacionalmente.

A fala do quadrinista também nos mostra algumas das dificuldades enfrentadas pela empresa no agenciamento para o mercado internacional. A *Art&Comics* precisou lidar com a distância territorial entre ela, os quadrinistas e as editoras estadunidenses, fornecendo meios, inclusive tecnológicos, para que esses profissionais recebessem e enviassem o material produzido para fora do Brasil. Joe Bennett até podia sonhar em trabalhar desenhando quadrinhos para os EUA, mas como tornar isso realidade em um contexto de distanciamento territorial, linguístico e tecnológico? Foi nessa conjuntura que a *Art&Comics* viabilizou os meios para que o desenhista paraense desenhasse o quadrinho *Homem-Aranha* para a *Marvel* em 1996.

Diferentemente do que o relato nos leva a imaginar, o começo do quadrinista não foi tão rápido e fácil. Bennett demorou um pouco até ser contratado por uma editora estadunidense para o seu primeiro trabalho

Aí ele chegou pra mim;
 - Cara, tu quer desenhar pra *Marvel*?
 - É claro meu irmão, vou desenhar pra *Marvel*.
 Aí no outro dia eu pedi as contas, trabalhava numa agência. [...] Eu cheguei em casa:
 - Mulher, pedi as contas, tamo ricos. Vou trabalhar pra *Marvel*.
 Passei 2 anos amargando, esperando [...] pra ser chamado pra algum trabalho nos Estados Unidos. [...] Em 92 apenas [...], final de 92 eu consegui meu primeiro trabalho. (ERIC BLAKE ART, 2015)

A pergunta de Helcio para Bennett nos faz acreditar que o agente sabia da possibilidade de trabalho na *Marvel*, algo que, novamente, sugere conhecimento sobre os bastidores da editora e que o empresário estava bem informado. Possivelmente os contatos estabelecidos com David Campiti e outras editoras forneciam um panorama do mercado a Helcio de Carvalho. Dessa forma, sugerindo uma boa articulação da agência brasileira nos EUA.

Contudo, ao pedir demissão, Bennett demonstrou desconhecimento do funcionamento do mercado estadunidense. O quadrinista podia estar confiante com o seu trabalho, mas demonstrou precipitação ao acreditar que seria rápido conseguir uma revista para desenhar. Talvez o mesmo não soubesse que outros quadrinistas agenciados foram submetidos a testes, muito menos que eles desenharam para editoras menores antes de pegarem uma revista importante. Com isso, a esperança de “riqueza” de Bennett foi atrasada pela espera de dois anos.

Outro quadrinista “descoberto” pela *Art&Comics* foi o cearense José Edilbenes Bezerra. Posteriormente, o artista ficou conhecido no mercado internacional e, conseqüentemente, no nacional como Ed Benes.

Iniciei nos trabalhos profissionais em 93 através da *Art&Comics*. Meu primeiro trabalho foi a *Samory*. [...] Meu descobridor mesmo foi o Helcio de Carvalho, a quem eu tenho muita gratidão. [...] Meu início foi conturbado. [...] Não fui feliz nesse critério de possibilidades que hoje existe, que é o caso da internet e a proximidade de tudo. [...] Até mesmo falar com o próprio Helcio, a *Art&comics*, era uma dificuldade tremenda. [...] Em 93 era um processo muito arcaico. [...] (ERIC BLAKE ART, 2017)

O cearense afirmou ter gratidão por Helcio de Carvalho, justamente por considerar o mesmo como seu “descobridor” e enxergá-lo como o responsável pela sua inserção no mercado estadunidense. Ed Benes reflete sobre as dificuldades tecnológicas do período em que iniciou o trabalho com a *Art&Comics*, inclusive, chamando o processo de arcaico. Todavia, mesmo com essas adversidades na comunicação, percebemos que a agência buscou quadrinistas em diferentes partes do Brasil e não se restringiu ao eixo Rio-São Paulo.

Até aquele momento, dentre alguns outros, quadrinistas do Mato Grosso do Sul, do Pará, da Paraíba e do Ceará estavam sendo agenciados pela a *Art&Comics*. É evidente que os desenhos desses artistas devem ter circulado ou sido publicados por editoras no sudeste do Brasil, algo que justificava o conhecimento do trabalho dos mesmos. Contudo, mesmo sabendo da distância territorial e da dificuldade de comunicação, a agência estava disposta a viabilizar o trabalho desses quadrinistas para os EUA.

Nesse ponto, é importante notarmos que a *Art&Comics* parecia saber qual o tipo de quadrinista estava buscando, interessando-se a priori por estilos que já estivessem próximos ou fossem capazes de adaptar-se ao mercado estadunidense. Dessa forma, para conseguir o que

buscava, a agência parecia consciente que precisava viabilizar a tecnologia e a comunicação necessária para a contratação e, conseqüentemente, para a produção.

Retomando o recrutamento de quadrinistas feito pela *Art&Comics*, relembramos que nem todos foram convidados pela empresa. Outros artistas precisaram enviar seus portfólios ou mesmo ir até a sede da empresa em São Paulo.

Luciano Queiroz, conhecido posteriormente como Luke Ross, ficou sabendo da possibilidade de trabalho para editoras nos EUA através de uma coluna no jornal.

Nessa época, o *Art&Comics*, que era o estúdio que agenciou os primeiros brasileiros que trabalharam pros Estados Unidos, ele anunciou através da coluna do Franco de Rosa no Jornal da Tarde, se eu não me engano, que as editoras americanas tavam cada vez mais interessadas no trabalho dos brasileiros. Então decidi procurar o *Art&Comics*, levei um portfólio pra eles, e três meses depois tava pegando minha primeira revista em quadrinhos. De lá pra cá eu praticamente não parei. (ERIC BLAKE ART, 2020)

Naquele período, Luke Ross já se referiu a *Art&Comics* como a empresa que agenciava quadrinistas brasileiros para o exterior. Dessa maneira, percebemos que a agência havia passado a ser reconhecida no cenário pelo trabalho que vinha fazendo. Todavia, a busca por novos artistas continuava e, nesse contexto, se materializou na coluna publicada pelo jornalista, editor e quadrinista Franco de Rosa. O referido anúncio mencionava o crescente interesse das editoras estadunidenses pelos quadrinistas brasileiros, fato que levou Ross a procurar a empresa para apresentar seu portfólio. Contrariando o grande tempo de espera e testes enfrentados por artistas anteriores, o quadrinista conseguiu seu primeiro trabalho em três meses.

Outro quadrinista que procurou a *Art&Comics* para apresentar seu trabalho foi Ivan Reis. O artista também conhecia a agência como a responsável pela inserção de brasileiros no mercado estadunidense.

Entrei no *Maurício de Sousa* com 16 anos. Na época começou a ter a imigração brasileira pro mercado americano. Roger Cruz, Deodato, Marcelo Campos. [...] Por sorte o estúdio do *Art&Comics* era perto do estúdio do Maurício. [...] Comecei a levar meus trabalhos [...] nesse estúdio. Eu sei que eu passei quase 1 ano fazendo esse caminho do *Maurício de Sousa* pro *Art&Comics* pra ser avaliado, evoluir o meu desenho. [...] Meu primeiro trabalho, que foi a *Ghost da Dark Horse*, ela seguiu uma linha diferente do trabalho do que o mercado pedia na época. Que era a época do Jim Lee. (DENIS DYM FREITAS, 2013)

Ao se referir a inserção de quadrinistas brasileiros nos EUA como uma imigração, Ivan Reis nos ajuda a compreender o tamanho do movimento que estava ocorrendo. Ao usar o termo, o artista acaba denotando conhecimento sobre a grande proporção que o trabalho da empresa e dos seus contratados estava tomando. Não se tratavam de casos isolados, são citados nomes agenciados pela *Art&Comics* e que estavam trabalhando para editoras estadunidenses, ou seja,

era de conhecimento de outros quadrinistas que a agência era a responsável por essas contratações. Dessa forma, reconhecer a empresa nesse papel era enxergar através dela a possibilidade de trilhar o mesmo caminho.

Dessa maneira, em nossa compreensão, Reis acaba comparando o papel da empresa ao de um “atravessador”, o qual é incumbido de levar um determinado grupo de um lugar para outro, rompendo dificuldades e muitas vezes adentrando por caminhos pouco conhecidos. Todavia, diferentemente dos “atravessadores” da vida real que não possuem comprometimento com a permanência das pessoas no novo local, a *Art&Comics* não se restringiu apenas a “levar” para o mercado estadunidense. A empresa assumiu a incumbência de tornar possível através dos meios necessários – fossem eles tecnológicos, financeiros ou linguísticos – a permanência daqueles quadrinistas no mercado internacional. Portanto, muito mais que “atravessadores”, talvez a palavra que melhor se encaixe seja guia, os quais eram responsáveis por conduzir da melhor maneira possível e lidar com as adversidades que surgissem.

Ainda sobre o uso do termo imigração, Ivan Reis reforça a importância da agência no papel da inserção dos quadrinistas brasileiros e, ao mesmo tempo, expressa o tamanho do movimento provocado pela mesma. Dessa maneira, ao percebermos a proporção do trabalho realizado e a quantidade de brasileiros contratados por editoras estadunidenses, talvez, o termo invasão comece a fazer mais sentido dentro da mesma lógica estabelecida para os quadrinistas britânicos contratados anteriormente. Não objetivamos estabelecer comparação entre os trabalhos realizados ou mesmo a importância, mas apenas refletir sobre a quantidade de brasileiros trabalhando para editoras de quadrinhos nos EUA antes e depois da *Art&Comics*.

Nesse contexto, buscando trabalhar para a agência, Ivan Reis passou a levar seus trabalhos para serem avaliados pela *Art&Comics*. Nessa intenção, o quadrinista ficou um ano realizando testes e, nas palavras dele, “evoluindo o seu desenho”. Cabe ressaltar que o quadrinista desenhava para o *Estúdio Maurício de Sousa*, portanto, em um estilo muito diferente do que era utilizado nas revistas de super-herói nos EUA. Talvez por conta dessa diferença o artista tenha precisado modificar a estética de seus desenhos.

Assim como Ivan Reis, o quadrinista mineiro Will Conrad também precisou levar seu portfólio até a *Art&Comics*, inclusive, enfrentado algumas dificuldades antes mesmo de chegar até a agência.

Até que eu descobri, final na década de 1990, descobri que tinham alguns desenhistas que estavam desenhando para o exterior. Pra mim, na época, era uma coisa completamente inconcebível. Nunca imaginei que eu fosse conseguir entrar no mercado americano. Mas quando eu descobri que já tinha gente aqui no Brasil fazendo coisa pra fora eu pensei que se alguém pode fazer eu também posso. Aí eu consegui marcar uma entrevista, na época era a *Art&Comics* lá de São Paulo. Fui, tive um

acidente no ônibus no caminho. [...] Eu fui uns do que menos se machucou no ônibus. Aí tinha um caminhão seguindo viagem pra São Paulo, peguei meu portfoliinho, num tinha bagagem. [...] Aí fui pra São Paulo com o cara. (ERIC BLAKE ART, 2016)

Diferentemente dos quadrinistas citados anteriormente, Will Conrad descobriu o trabalho de agenciamento da *Art&Comics* apenas no final da década de 1990. Isso nos permite perceber que apesar dos grandes feitos, a empresa ainda não era totalmente reconhecida no cenário nacional. Paradoxalmente, apesar disso, a agência já estava funcionando a quase uma década, o que demonstrava determinada solidez em um mercado tão complexo.

Para chegar à entrevista marcada com a agência, o artista enfrentou situações como acidente de ônibus e carona com desconhecido, dessa maneira, nos fazendo perceber a importância dada pelo mesmo a oportunidade em questão. Aquela parecia ser sua chance de trabalhar com quadrinhos no mercado estadunidense, algo que não podia ser desperdiçado, afinal, o artista não acreditava ser possível até descobrir que a *Art&Comics* já havia conseguido e outros já estavam desenhando personagens *Marvel* e *DC*.

No dia seguinte eu fiz a entrevista e tomei a maior bomba lá. Falaram que meu trabalho não se encaixava e tal. Porque era muito voltado pra ilustração. Me deram algumas dicas de desenhistas que tavam fazendo sucesso. Peguei uma penca de revistas com trabalhos que tavam saindo nos EUA pra estudar. Fui fazendo amostra e mandando. [...] Até que comecei a pegar os primeiros trabalhos de arte final. [...] Fazia de tudo, até história erótica eu fiz pra site. Comecei a pegar coisinha pequena em editora pequena. Primeiro trabalho importante que fiz foi de arte-finalizar pra *Dark Horse*, [...] eu tava arte-finalizando metade de uma edição pra *Dark Horse* de *Buffy* do Joss Whedon. Quem desenhava era o Ricardo aqui de BH, o Keth Richards aqui de BH. (ERIC BLAKE ART, 2016)

O portfólio apresentado pelo quadrinista não se encaixou com a estética exigida pelas editoras com as quais a *Art&Comics* estava trabalhando. Provavelmente o estilo estático e próximo da ilustração não combinou com o dinamismo visual das revistas de super-herói. Assim como Ivan Reis, o artista precisou modificar seu traço e se aproximar de trabalhos que já vinham sendo feitos. Dessa maneira, Conrad ficou fazendo amostras de testes até conseguir seu primeiro trabalho importante, algo que não foi tão rápido e fez o quadrinista transitar por outros gêneros, como o erótico.

Seu primeiro trabalho importante não foi como desenhista, mas sim como arte-finalista da revista *Buffy* da editora *Dark Horse*. Neste quadrinho Conrad arte-finalizava os desenhos de outro quadrinista brasileiro, mais precisamente de Minas Gerais assim como ele.

Nesse sentido, colocar artistas do mesmo país, às vezes até do mesmo estado, para realizarem mais de uma etapa de um quadrinho ajudava na logística e na solução de possíveis problemas de forma mais rápida. Pois, devido à distância territorial entre Brasil e EUA, era muito mais fácil solicitar correções ou alterações de artistas mais próximos uns dos outros,

fazendo com que a produção cumprisse o cronograma planejado pela editora. Imaginemos o tempo que levaria para terminar uma história se o desenho fosse feito em Belo Horizonte, a arte-final na Argentina, as cores no México e as letras nos Estados Unidos. Em uma época em que o material era enviado pelos correios, seria necessário muito mais tempo para execução.

Dessa forma, não era incomum um quadrinista brasileiro desenhar e outro arte-finalizar logo em seguida. Como já falamos, algumas vezes o mesmo desenhista fazia o lápis e a arte-final para ganhar tempo e uma maior remuneração. Esse processo contribuiu com a logística e com a manutenção da programação.

Outro artista brasileiro que precisou fazer testes para entrar na agência foi Eduardo Barros que, posteriormente, ficou conhecido como Eddy Barrows.

Em 99 eu fiz teste pra uma agência em São Paulo chamada *Art&Comics*. Essa agência era muito difícil de entrar, porque ela representava vários artistas de vários lugares do mundo. [...] Fiz teste, passei pra lá, segui as orientações. Continuei fazendo uma penca de testes até conseguir ter êxito. Passei 6 meses, depois que eu entrei na agência, pra conseguir meu primeiro trabalho. Já foi finalzinho de 99. Aí eu passei 6 meses fazendo trabalho pra extinta editora chamada *Chaos! Comics*. Fiz 6 edições, mas ficaram horrorosas. (ASSEMBLEIA DE MINAS GERAIS, 2011)

Barrows chama atenção para o fato que, no final da década de 1990, era difícil entrar para a *Art&Comics*. A empresa parecia ter crescido e estava agenciando quadrinistas em vários lugares do mundo. O quadrinista nos faz inferir que a agência poderia estar trabalhando com outros mercados além do estadunidense e também com quadrinistas de outros países.

Assim como os demais colegas que tentaram ingressar na agência anteriormente, o quadrinista ficou fazendo testes até ser aprovado. Contudo, o primeiro trabalho para uma editora estadunidense só surgiu 6 meses depois, no final de 1999. Mas Barrows não gostou do resultado e avisou a agência que pretendia parar por um tempo.

Mas sabe quando você entra tão rápido que você percebe no seu quarto trabalho que não tá preparado pra isso? Aí eu decidi parar. [...] Cheguei com o Hélcio e falei que não dá pra mim. Eu acho que esse trabalho eu não tô preparado. [...] Então tomei a decisão de dar um *stop*, de parar. [...] Aí durante esse período entre 2000 e 2003 só fiquei estudando nos meus horários vagos. Eu trabalhava numa gráfica [...] e ficava estudando composição, anatomia feminina, jogo de luz e sombra. (ERIC BLAKE ART, 2016)

Mesmo com a experiência que possuía em outras áreas e com o tempo que passou refinando seu traço, o quadrinista não se sentiu preparado para o mercado de quadrinhos nos EUA. Barrows não gostou do que produziu e resolveu parar durante quase 4 anos. Assim, acreditamos que esse tipo de situação também acabava tendo que ser resolvida pela agência, afinal, ela era responsável pelo artista e seu trabalho.

Vários podem ter sido os motivos que fizeram Eddy Barrows dar uma pausa em sua carreira. Dentre eles podemos mencionar a quantidade de trabalho, os curtos prazos e até as enormes exigências. Contudo, a fala do quadrinista nos leva a acreditar que ele não estava satisfeito com a sua técnica de desenho, o que o levou novamente aos estudos.

Nesse sentido, é relevante percebermos o papel da *Art&Comics* no recrutamento e na preparação dos quadrinistas para o mercado internacional. Tenham sido convidados ou ido até a empresa por interesse próprio, coube a agência reunir esses artistas, testá-los, treiná-los e guiá-los em direção às editoras estadunidenses. O caminho não parece ter sido rápido ou fácil, tendo em vista os casos mencionados anteriormente, mas Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes acabaram se tornando os responsáveis por esse feito.

Realmente o trabalho parece ter sido complexo. Desde o início a *Art&Comics* precisou lidar com adaptação de estilos, distâncias territoriais e dificuldades de comunicação. Mas o trabalho não terminava após a contratação dos quadrinistas pelas editoras estadunidenses, pelo contrário, ele ganhava mais um grau de complexidade, principalmente, levando em consideração a enorme quantidade de horas de trabalho que os artistas precisavam enfrentar.

Will Conrad, em sua entrevista, nos ajuda a compreender a rotina de trabalho enfrentada por ele e muitos quadrinistas brasileiros, a qual não era muito diferente dos relatos anteriores feitos por Marcelo Campos, Mike Deodato Jr e Ed Benes.

Quando eu comecei, pra você ter uma ideia, no meu início de carreira eu trabalhava o dia inteiro. Eu pegava o serviço de oito horas da manhã, saía as seis. Eu saía do trabalho e ia pra faculdade, chegava em casa da faculdade era onze e meia da noite. Eu ficava de meia-noite, porque tinha que jantar e tal, eu sentava com a prancheta no meu quarto e ficava até duas, três horas da manhã fazendo teste, fazendo amostra sem receber um centavo. (ERIC BLAKE ART, 2016)

A realidade apresentada pelo quadrinista ecoa com a de outros artistas. Muitos precisavam se dividir entre o trabalho formal, aquele que colocava dinheiro em casa, e os testes para as editoras estadunidenses. Alguns chegaram a trabalhar em mais de um emprego até conseguirem os primeiros trabalhos. Ou seja, a grande quantidade de trabalho não iniciava apenas após a contratação, como vimos anteriormente com o total de páginas feitas por mês, mas antes mesmo, ainda no período de testes para entrar nas empresas.

Naquele momento, Conrad trabalhava em um local e cursava faculdade, apenas após essa rotina diária o quadrinista podia se dedicar, durante a madrugada, aos testes e as amostras do seu portfólio. Vale ressaltar que os testes não eram remunerados, portanto, os quadrinistas dedicavam tempo para algo desprovido de honorários e ainda incerto. Contudo, eles buscavam fazer o melhor possível visando a contratação.

Joe Bennett, ao ser entrevistado, nos ajuda a compreender mais sobre a rotina dos quadrinistas brasileiros naquele momento. O quadrinista reforça o caráter incerto e o volume dos primeiros trabalhos.

Aí fiz esse trabalho, passaram-se alguns meses, aí consegui um outro trabalho na *Now Comics*. [...] O primeiro trabalho na *Inovation* foi *Light Fantastic*. [...] Um livro de ficção fantástica de um escritor inglês. [...] Fiz essa adaptação em duas edições. 1 ano depois, ou 6 meses, consegui meu outro trabalho no *Now Comics*. Fui fazer o *Besouro Verde*. Foi uma loucura. [...] Eu tinha que fazer 1 edição de 20 páginas em 1 semana com arte final. [...] Na época do *Art&Comics* [...] a gente tinha que, os nossos prazos, era muito trabalho e os nossos prazos eram muito apertados. O Helcio de Carvalho cobrava muito da gente. Foi legal que quem aprendeu a ser rápido se tornou um cara rápido e quem teve que se tornar profissional se tornou profissional. Foi exatamente naquela época de 90. (ERIC BLAKE ART, 2015)

Como outros quadrinistas brasileiros, no início, Bennett também trabalhou para a *Inovation*, a editora de David Campiti que adaptava outros gêneros literários para quadrinhos. Além desse trabalho, o quadrinista também fez títulos para a *Now Comics*. Contudo, mesmo que o artista mencione duas editoras, percebemos que entre o desenho de uma edição e outra houve demora de alguns meses, chegando, inclusive, a um ano de espera. Nesse sentido, tendo em vista a incerteza do aparecimento dos trabalhos, é apropriado pensarmos que o quadrinista não dependia apenas dessas revistas para sustento próprio e de sua família, podendo ele estar trabalhando para outras editoras ou mesmo em outros ramos no Brasil.

Dessa forma, percebendo a perenidade com que os trabalhos apareciam no início da carreira internacional desses quadrinistas, é compreensível que alguns deles fizessem desenho e arte-final ou não abandonassem outros empregos que porventura tivessem. Afinal, fazer mais de uma etapa de um quadrinho pagava melhor e manter outro trabalho proporcionava maior segurança.

Por um lado, os quadrinistas precisaram lidar com a demora entre os trabalhos que apareciam, por outro, precisaram enfrentar os curtos prazos para finalização de uma edição. Marcelo Campos falou anteriormente sobre as 56 páginas que precisava fazer por mês e, com Joe Bennett, o volume de trabalho não parece ter sido tão diferente. O quadrinista relata a necessidade de finalizar uma edição de 20 páginas em uma semana com desenho e arte-final. Ao mesmo tempo que uma grande quantidade de páginas e duas etapas de criação rendiam uma maior remuneração, também demandavam do artista uma grande capacidade de cumprimento de prazos com qualidade e, em algumas situações, sua saúde, como vimos em outros momentos.

Bennett ressaltou sua capacidade de entregar o trabalho de maneira rápida. Dessa forma, o quadrinista considerava que quem conseguiu aprender a ser rápido alcançou o profissionalismo no cenário internacional. Nesse sentido, o artista reforçou a importância da

Art&Comics na cobrança do cumprimento dos prazos, ou seja, a agência precisava estar à frente dessa etapa posterior à contratação. Assim, dentro da lógica estabelecida, a agência acabou tendo papel importante na construção desse profissionalismo mencionado, nesse caso, representada pela figura de Helcio de Carvalho.

Os trabalhos que foram aparecendo para os quadrinistas brasileiros, mesmo que espaçados e em pequenas editoras, contribuíram para o amadurecimento profissional dos quadrinistas e, conseqüentemente, da própria agência. Mike Deodato, um dos primeiros artistas a trabalhar para editoras nos EUA, passou mais ou menos 3 anos desenhando para editoras menores.

Foi uma história, *Santa Klaus*, era uma história de suspense pra uma editora bem pequena na época, que era a *Malibu*. Ninguém conhecia mesmo. E depois ainda demorou um pouquinho, pelo menos uns 3 anos fazendo coisas pra editoras pequenas. [...] Qualquer trabalho é importante pelo menos pro seu crescimento pessoal, você tá, seu estilo vai se aprimorando e tal. (ERIC BLAKE ART, 2015)

O trabalho para *Malibu*, além de testar a capacidade do quadrinista, acabou servindo para o desenvolvimento da técnica do mesmo. Nesse sentido, é importante salientarmos que, naquele período e no contexto das dificuldades mencionadas, todo trabalho para o mercado internacional representava uma maior remuneração e a possibilidade de desenvolvimento artístico. Não era atípico ver que os quadrinistas brasileiros enxergavam as possibilidades que surgiam com esse olhar. Por isso, com o objetivo de desenvolver suas técnicas e conhecer melhor o mercado que estavam adentrando, não era incomum ver os mesmos aceitando desenhar outras coisas além de quadrinhos. O próprio Will Conrad nos conta um pouco sobre isso.

Se não me engano foi 97. Eu demorei bastante tempo até pegar meu primeiro trabalho. Demorei quase 2 anos pra conseguir pegar o primeiro trabalho no mercado americano, e não foi de quadrinhos. [...] Não foi de arte-final, foi de colorista. Eu fazia de tudo, na verdade eu sei o processo todo. Foi colorindo várias pin-ups eróticas, pin-up pornô pra site pornô lá fora. [...] Já era digital. (ERIC BLAKE ART, 2016)

Assim como os outros brasileiros, o quadrinista também demorou para conseguir seu primeiro trabalho no mercado estadunidense. Além disso, a oportunidade que surgiu não foi desenhando ou artefinalizando quadrinhos, mas sim colorindo desenhos eróticos e pornô para sites estrangeiros. Dessa forma, mesmo não se tratando da sua habitual área de atuação, possivelmente, o artista encarou a oportunidade como forma de melhorar sua técnica e ser remunerado.

Algumas vezes, apenas após experiências em outras mídias e gêneros, os brasileiros conseguiam, através do agenciamento da *Art&Comics*, os primeiros trabalhos de relevância nos quadrinhos. No caso de Will Conrad:

Foi pra *Dark Horse*. O primeiro trabalho de importância. Fiz muita coisinha pequena, história pequena, história curta, história pornô. [...] O primeiro trabalho realmente com quadrinhos pras editoras mais conceituais nos Estados Unidos foi fazendo arte-final pra *Buffy*. Foi em 2001. O desenhista era o Keth Richards e ele trabalhava com o Joe Pimentel que artefinalizava. Aí teve um problema, eu não sei exatamente qual foi, que o Pimentel tava atrasado pra entregar as edições. Aí eles pediram pra eu entrar, como eu morava, [...] o processo ficava mais rápido. Eu ia lá na casa dele pegava metade da edição e fazia. Aí com o tempo, depois de umas três, quatro edições o pessoal começou a gostar muito porque eu trabalho com pincel. [...] Aí acabou que eu peguei a arte-final direto. Nossa eu fiquei uns dois, três anos artefinalizando *Buffy* e mais uma porrada de coisa pra *Dark Horse* e pra *Marvel*. (ERIC BLAKE ART, 2016)

Como o próprio quadrinista mencionou, no início apareceram alguns trabalhos considerados pequenos, histórias curtas para editoras menores e até com temática pornô. O primeiro trabalho para uma grande editora só ocorreu em 2001 e por conta do atraso de outros profissionais.

Na fala, percebemos novamente a questão logística da produção do quadrinho. A revista em questão era desenhada e arte-finalizada por dois brasileiros, com o atraso na finalização, um terceiro quadrinista brasileiro foi escalado para ajudar na finalização do título. Dessa forma, a equipe por trás dessa história estava toda, ou pelo menos a maior parte, sediada em um único país, nesse caso, em um mesmo estado, Minas Gerais. Isso ajudava na logística por trás da produção, pois, como o próprio Will Conrad mencionou, ele mesmo ia até a casa do outro artista e pegava o que precisava ser desenhado. Assim, erros, correções e até a própria finalização podiam ser feitas de maneira mais célere.

Nesse sentido, é interessante percebermos que parecia existir toda uma predisposição para fornecer às editoras nos EUA equipes criativas dentro dessa dinâmica. Vale lembrarmos que, até aquele momento, uma das atribuições da *Art&Comics* era facilitar a logística para envio e recebimento dos materiais dos seus agenciados. Dessa maneira, não era estranho supor que a agência buscava trabalhos para quadrinistas próximos uns aos outros. Por conta desse tipo de planejamento, o trabalho podia ser melhor desenvolvido dentro dos curtos prazos.

Além dos pontos mencionados, é interessante percebermos que os quadrinistas brasileiros, ao conseguirem trabalhos em grandes editoras, costumavam ficar por muitas edições e até alguns anos. Nesse sentido, essas oportunidades, além de realizarem seus sonhos, representavam maior valorização salarial e profissional.

No tocante a realização das ambições de cada artista e do consequente retorno financeiro, Mike Deodato Jr e Ed Benes falam um pouco sobre suas experiências.

Agora assim, eu lembro que a melhor sensação do mundo que eu tive foi quando eu tava fazendo a arte-final de *Protectors*, que era um grupo como se fosse os *Vingadores* da *Malibu*. Ai, poxa que felicidade. Eu ganhava uma merreca, 10 dólares por pagina finalizada. Mas eu tinha largado meus empregos tudinho, eu tinha três empregos em jornal. Ai eu tava tão feliz, tava trabalhando, fazendo quadrinhos, com um grupo de super-heróis. Era bom demais. (ERIC BLAKE ART, 2015)

Ao relatar sua felicidade ao desenhar um grupo de super-heróis para uma pequena editora, Deodato deixou transparecer que a realização profissional transcendia a financeira, pelo menos a princípio. Naquele momento, o quadrinista ainda não estava desenhando para grandes empresas nos EUA, o contrato conseguido pela *Art&Comics* era com a *Malibu*, empresa comprada pela *Marvel* e utilizada para testar quadrinistas recém chegados. Todavia, a alegria do artista consistia na possibilidade de trabalhar com o que gostava e queria fazer, naquele caso, desenhar quadrinhos de super-heróis. A realização profissional é um ponto importante a ser considerado, tendo em vista que o artista trabalhava em 3 jornais e não parecia se sentir satisfeito com a profissão.

Contudo, não podemos negligenciar o lado financeiro envolvido nesse contexto. A necessidade de possuir 3 empregos fornece indícios que a remuneração paga no Brasil não era o suficiente, forçando o artista a possuir mais de uma fonte de renda. Nesse sentido, para se sentir seguro e deixar os antigos trabalhos, o quadrinista precisou ter, no mínimo, a segurança que a remuneração inicial para aqueles trabalhos era suficiente para o seu sustento.

Dessa maneira, mesmo falando que 10 dólares por página finalizada era uma “merreca” – e não negamos que realmente era baixo, tendo em vista preços praticados com outros quadrinistas –, no mínimo aquele valor representava um retorno igual, ou até melhor, que o ofertado pelos empregos anteriores. Se levarmos em consideração que uma edição possuía em média 22 páginas e o preço pago de 10 dólares, podemos calcular um valor aproximado de 220 dólares por revista. Caso o brasileiro desenhasse mais de uma revista, e vimos que isso acontecia corriqueiramente entre os recém contratados, esse valor poderia ser dobrado. Dessa maneira, ao converter os valores de dólar para o real, possivelmente, o retorno financeiro pode ter compensado a aposta de largar os 3 empregos, além, é evidente, da satisfação profissional.

Devemos levar em consideração que o valor pago para Deodato, provavelmente, levava em consideração o fato dele ser iniciante, estar em fase de teste e ser estrangeiro. Dessa maneira, conforme o quadrinista foi realizando mais trabalhos, se profissionalizando e ficando conhecido no mercado estadunidense, a tendência natural foi o aumento do preço pago por página. Além disso, os valores variavam também conforme o tamanho das editoras, conforme nos relata Ed Benes.

Varia muito de um artista pra outro. Se você vai trabalhar numa editora grande como *Marvel*, como *DC* e tal, há um preço. Se você vai trabalhar em uma editora pequena há outro preço. [...] Quando se trabalha com uma editora como a *Marvel* e pela *DC*, pode esperar que sim, é um valor compensador. Quando você trabalha pra uma pequena vai ser compensadora pela aprendizagem. [...] Tem valores aí que varia desde 30, 40, 60, 80, seja lá qual for o valor, esses valores são válidos se você tá se aprimorando. [...] Mas eu tô falando de dólar. (ERIC BLAKE ART, 2017)

Conforme o quadrinista nos fala, os preços pagos por editoras como *Marvel* e *DC* eram muito mais compensadores quando comparados a editoras menores como a *Malibu*, por exemplo. Nesse caso, o artista está se referindo ao valor financeiro ofertado pelo trabalho. Contudo, ele não leva apenas esse critério em consideração ao avaliar a questão. O aprimoramento profissional, ou seja, da técnica do artista e o aprendizado inerente a experiência também é considerado recompensador. Além disso, mesmo que um menor valor acabasse sendo pago, devemos levar em consideração que ainda estávamos falando de dólar que, quando convertido para real, gerava uma quantia maior do que o normalmente pago por editoras nacionais.

Dentro desse contexto, durante a inserção dos quadrinistas brasileiros no mercado estadunidense, outras dificuldades precisaram ser enfrentadas pela *Art&Comics* e os próprios artistas. Estamos falando de situações envolvendo o nervosismo dos primeiros trabalhos, a adaptação do estilo de desenho, as distâncias territoriais, a dificuldade tecnológica e linguística, dentre algumas outras. Dessa maneira, coube a agência buscar soluções e interligar os envolvidos.

Dentro do contexto das contratações dos quadrinistas brasileiros por editoras dos EUA, provavelmente, pode ter havido algum tipo de nervosismo durante os primeiros trabalhos. Tenha sido por questões envolvendo a adaptação da estética ou mesmo o idioma, em algum momento os artistas brasileiros podem ter sido acometidos pela tensão inerente ao início de novos ciclos, naquele caso, suas carreiras internacionais.

Contudo, devemos lembrar que alguns desses quadrinistas já possuíam anos de experiência desenhando em editoras no Brasil, inclusive, muitos deles haviam trabalhado em agências de publicidade e jornais. Portanto, com exceção de alguns casos, poucos eram completamente iniciantes. Essa experiência, fosse por tempo ou diversidade de emprego, ajudou na desenvoltura dos artistas brasileiros e, conseqüentemente, no desenvolvimento do profissionalismo buscado pela *Art&Comics* e as editoras nos EUA.

Para Mike Deodato, por exemplo:

Só não teve nervosismo porque já vinha a 10 anos publicando no Brasil, fazendo de tudo e com um “salário de merda”. Assim, todo tipo de estilo, diversos tamanhos. Eu

já vim batizado de guerra, eu já era veterano antes de começar por lá. (ERIC BLAKE ART, 2015)

Por conta dos baixos salários praticados no Brasil, os quadrinistas brasileiros precisavam adaptar seus estilos para diferentes trabalhos. Dessa maneira, os mesmos acabavam acumulando uma diversificada experiência “forçada”. Por conta desse contexto, Deodato deixa transparecer que não houve nervosismo, pelo menos de sua parte, por conta da necessidade de adaptação ao estilo *mainstream* estadunidense. Afinal, como o próprio afirmou, eram 10 anos trabalhando com desenho. Todavia, isso não quer dizer que outros não tenham sentido nervosismo e nem que outras dificuldades não tenham surgido.

A própria questão do envio de material era algo para ser bem planejado e executado. Para Deodato “era uma época que os prazos eram menos apertados porque a gente dependia de mandar pelos correios. Já se iam dois dias. Tudo era planejado com mais antecedência.” (ERIC BLAKE ART, 2015)

A demora de dois dias para a chegada do material nos EUA após o envio e vice-versa, no caso do recebimento, implicava na necessidade de um planejamento bem feito por parte das editoras e da agência brasileira, além de uma ágil e cronometrada execução dos quadrinistas. Qualquer erro de cálculo poderia representar um atraso na entrega do material e, conseqüentemente, na publicação da revista. Algo que acabaria prejudicando todas as partes envolvidas.

Portanto, era de suma importância que a programação das publicações fosse pensada com antecedência, fornecendo aos artistas uma margem de tempo maior para execução dos trabalhos. Nesse sentido, Mike Deodato pode até não ter sentido o impacto da estreia no mercado estadunidense, mas, provavelmente, vivenciou os efeitos do planejamento antecipado.

Dentro desse contexto, é importante salientarmos o papel da *Art&Comics* em relação a questões tecnológicas, financeiras e de idioma. Como falado anteriormente, o trabalho da empresa não terminava quando os quadrinistas brasileiros eram contratados, muito pelo contrário, ele ficava mais complexo e exigia muito mais dos sócios-fundadores.

Antigamente quando eu trabalhava com agência no Brasil, eu não falava inglês, então eles faziam essa ponte. Não havia internet, eu não tinha internet pelo menos, então os quadrinhos eram todos no papel mesmo. Eu mandava pra eles, eles mandavam o pacote pros Estados Unidos junto com os desenhos de vários outros desenhistas via *FedEx*. Ficava nisso. Eles traduziam os roteiros pra mim. (CENTRAL HQS, 2014)

Deodato nos mostra como a operação desenvolvida pela a *Art&Comics* envolvia diversas etapas. A primeira fase teve início ainda no recrutamento e na apresentação do portfólio dos quadrinistas para as editoras, algo que já envolvia a necessidade de comunicação

em inglês, idioma que Helcio de Carvalho e Jotapê Martins dominavam desde a época do setor de tradução. Passado esse início, após a contratação do quadrinista, a agência ficava responsável por receber e traduzir o roteiro que precisava ser desenhado, pois a grande maioria dos quadrinistas brasileiros não falava inglês.

Dessa maneira, em um momento que a internet ainda não havia se popularizado, sem a tradução feita pela agência os quadrinistas brasileiros, possivelmente, não saberiam o que precisavam desenhar na edição. Até mesmo possíveis alterações ou correções precisavam ser traduzidas e depois refeitas pelos artistas. Portanto, todas as questões que envolviam a comunicação com as editoras necessitavam do olhar atento da empresa.

Como falado, além da questão envolvendo a tradução, a *Art&Comics* também ficava responsável por receber os roteiros via fax, mas não apenas isso. Recolher o material produzido pelos quadrinistas brasileiros, organizá-los e enviá-los via *FedEx* para os EUA também era uma atribuição da empresa. Nesse ponto, a agência também fazia-se presente através do viés tecnológico e econômico, pois nem todos os quadrinistas possuíam acesso a fax e muito menos dinheiro para enviar a correspondência para outro país.

É evidente que a empresa também buscava formas de tornar a operação viável financeiramente. Devemos lembrar que estamos falando de uma instituição que visa o lucro e não a caridade. Portanto, mesmo que os envolvidos amassem o que estavam fazendo, ainda sim precisavam ter alguma margem de retorno financeiro. Sem isso, a agência não teria sobrevivido por tantos anos e lançado diversos artistas.

Dessa maneira, os contratemplos surgiam e precisavam ser resolvidos.

Falar que a vida de quadrinista é fácil, num é não. Hoje é muito mais fácil do que quando eu comecei, quando o Deodato começou, com essa primeira leva, essa primeira geração e essa segunda geração de desenhistas que tão no mercado americano. [...] Nossa época era muito mais complicado. Não tinha, a internet que tinha era discada, [...] você tinha que mandar por fax. Você não tinha contato igual a gente tá fazendo, isso era impossível. Pra você falar lá com o cara nos Estados Unidos você pagava ligação internacional. [...] Não tinha nada. Tudo era na cara e na coragem. [...] (ERIC BLAKE ART, 2016)

O quadrinista Will Conrad, além de segmentar os artistas agenciados pela *Art&Comics* em gerações, relatou como a inexistência de algo parecido com a internet na época em que ele e outros quadrinistas começaram nos EUA dificultou o processo de produção. Ao afirmar que no seu tempo era muito mais complicado, o artista estava levando em consideração o quanto a internet facilitou a comunicação entre pessoas de diferentes países, possibilitou a tradução de idiomas e tornou as coisas mais rápidas. A inexistência de um sistema global, rápido e barato de comunicação dificultava o contato entre quadrinistas e editoras. Para falar com as pessoas

nos Estados Unidos, além do domínio do inglês, também era necessário ter dinheiro para possuir, no mínimo, uma internet discada ou pagar uma ligação internacional.

É nesse contexto que começamos a compreender porque apenas a partir de 1991 quadrinistas brasileiros começaram a trabalhar para fora do Brasil. Até aquele momento não existia uma empresa que houvesse viabilizado soluções para todas essas dificuldades. Portanto, para tornar o agenciamento e o trabalho para o exterior possíveis, a *Art&Comics* precisou suprir todas essas necessidades.

Conrad, em outra entrevista, reforçou o que ele e outros já haviam afirmado sobre a dificuldade de comunicação, a questão financeira e o domínio do inglês.

Antigamente quando eu comecei, e quando os outros começaram antes de mim ainda, esse contato era muito mais complicado. A gente não tinha internet rápida que nem hoje, pra mandar a página tinha que ser por fax, mandar reduzir. Era uma confusão danada. Tinha que mandar tudo pelo correio e era bem difícil. Até pra falar com as editoras era muito complicado, tinha que pagar ligação telefônica internacional, era complicado. Então o agente era realmente muito importante. [...] Nem todo mundo fala o inglês. Pra você trabalhar com editora nos Estados Unidos, editora na Europa, você tem que saber ler bem o [...] inglês. Algumas editoras na Europa inclusive o francês. (CENTRAL HQS, 2017)

Além de reafirmar a dificuldade de comunicação devido à falta de uma internet rápida, o quadrinista mencionou a necessidade de reduzir o tamanho do material para ser enviado via fax. Ou seja, visando aumentar a rapidez da comunicação, o material passava por um processo de redução para que possíveis correções pudessem ser solicitadas antes do envio final via *FedEx*. Apenas após a autorização final os desenhos feitos eram coletados, organizados e enviados para os EUA, etapa essa que ainda demandava tempo, organização e dinheiro.

Dessa maneira, a figura do agente acabava tendo sua importância novamente reconhecida. Pois, além da negociação anterior do contrato, o mesmo ficava responsável por providenciar os meios que viabilizassem o cumprimento dessas demandas e a comunicação no outro idioma. Algumas vezes, inclusive, dependendo da editora e do país no qual ela se localizava, além do inglês era necessário outro idioma, como no caso o francês.

A demanda tecnológica era imprescindível para o funcionamento da *Art&Comics* e o trabalho dos quadrinistas. Sem os meios para comunicação o envio dos roteiros e dos desenhos não poderia ter sido executado e, conseqüentemente, os artistas não conseguiriam desenhar para editoras fora do país. Contudo, mesmo a empresa fornecendo as melhores condições possíveis para execução do trabalho, alternativas que agilizassem a comunicação ainda eram necessárias, como nos conta Luke Ross.

A comunicação com os editores também não era fácil. A gente dispunha de fax e telefone, ainda não existia o e-mail. Se existia não era [...] acessível para as pessoas. Eu lembro que foi só 1 ano, 1 ano e meio depois que eu comecei a trabalhar que o

Hélcio comprou um computador que era possível usar a internet dessa maneira para enviar e receber emails e tal. O envio do material era feito via *FedEx*. A gente produzia num formato A3, esse material era reduzido na xerox pra ser enviado por fax pra aprovação. Se tivesse mudança eles também mandavam de volta o fax, aí a gente alterava. Aí depois disso, de aprovado, tudo modificado, a gente mandava por *FedEx* e 3 dias depois tava chegando na mão da editora. Quando ia pro arte finalista demorava um pouco mais. (RASCUNHOSTUDIO, 2018)

O uso do fax e do telefone era indispensável para a comunicação entre Brasil e EUA, pois, naquele momento, mesmo a agência não possuía ainda um computador que enviasse email, algo que poderia ter acelerado ainda mais a produção e, conseqüentemente, facilitado o planejamento. Nesse contexto, como falado anteriormente, o envio do material pronto era feito via *FedEx* e demorava de 2 a 3 dias para chegar nos EUA.

Em um contexto normal de produção, os editores de uma revista podiam solicitar alterações ou correções dos desenhos. Contudo, quando isso ocorria, era fornecido mais tempo para que o quadrinista pudesse executar a solicitação. Naquele período, durante a década de 1990, para que mudanças desse nível fossem feitas, era preciso enviar novamente o material para o desenhista, estando ele nos Estados Unidos ou não. Nesse sentido, dentro da dinâmica de envio e recebimento entre *Art&Comics* (Brasil) e editoras (EUA), esse processo poderia demorar entre 4 e 6 dias se levarmos em consideração apenas a ida e a volta. Evidentemente, ainda era preciso calcular os dias que o quadrinista precisaria para modificar os desenhos.

Portanto, o desperdício dessa quantidade de tempo com envios poderia atrasar o lançamento de uma revista e, conseqüentemente, toda a programação. Para que isso não ocorresse, a agência e as editoras utilizavam o fax para agilizar a aprovação ou solicitar alterações prévias antes do envio do material definitivo. Assim, os desenhos feitos em formato maior precisavam ser fotocopiados e diminuídos para que coubessem no papel do fax, ou seja, em uma folha A4. Era dessa maneira que a agência conseguia mostrar para os editores o material produzido para que eles aprovassem ou não o envio.

Em uma de suas entrevistas, Joe Bennett também mencionou justamente o processo de redução do tamanho do material para envio por fax.

Na minha época era fax. [...] O cara mandava o roteiro por fax. [...] Uma semana depois ficava tudo branco. A gente pegava aquele negócio lá, lia o roteiro, fazia a história, tirava uma xerox reduzia em A4 pra passar pelo fax. Ou seja, já chegava uma merda em São Paulo. Aí o Hélcio mandava aquele fax que já era uma merda pro David. [...] Aí o David mandava pro editor. [...] Pra mandar, a gente pegava ia no correio por Sedex ou *FedEx*. [...] A gente mandava pro *Art&Comics*. (ERIC BLAKE ART, 2015)

O quadrinista detalha a utilização do fax para recebimento e envio de material. A forma como o aparelho era utilizado, apesar de sanar dificuldades impostas pela distância, também

afetava diretamente a qualidade do que era enviado. Por exemplo, a ação do tempo fazia com que as páginas do roteiro rapidamente ficassem embranquecidas, obrigando, possivelmente, a agência a criar cópias ou traduzir imediatamente o material. Além disso, a qualidade também era afetada pelas repetidas vezes que o material precisava passar por fax, algumas vezes, mais de duas vezes até chegar no editor nos EUA. Assim sendo, a logística acabava funcionando como uma rede de envios, na qual os quadrinistas enviavam o material para a *Art&Comics*, a agência mandava para David Capiti – o agente estadunidense parceiro da empresa – e ele passava para os editores.

Nesse contexto, percebemos como David Campiti também participava ativamente da logística de produção. Assim, o quadrinista e editor, além de representar os interesses da *Art&Comics* nos EUA, também funcionava como elo de ligação para que a ponte entre Brasil e Estados Unidos funcionasse.

Ainda sobre o envio de material para os EUA, esse processo se tornava mais complexo quando os quadrinistas não eram de São Paulo, cidade na qual ficava localizada a agência.

O Bené, o Joe Bennett usava, o Ed Benes, o pessoal do Nordeste tinha que mandar pro *Art&Comics* pro pessoal do *Art&Comics* mandar via *FedEx*. [...] E os nossos prazos eram de 2 a 4 semanas. Eu cheguei na época a produzir 2 a 3 revistas por mês. [...] Eu cheguei a produzir em torno de 66 páginas por mês. Na época as revistas tinham de 22 a 25 páginas cada revista. [...] era loucura, era pauleira. Era poucas horas de sono e muitas horas de diversão. (RASCUNHOSTUDIO, 2018)

Luke Ross nos conta que os quadrinistas que moravam no Nordeste precisavam enviar o material para a *Art&Comics* em São Paulo, tendo em vista que a agência era a responsável por organizar e enviar tudo para os EUA. Contudo, dentro dessa lógica, provavelmente, não apenas os que moravam no Nordeste precisavam enviar os desenhos para a empresa. Tanto Ed Benes que morava em Limoeiro do Norte (CE), quanto Joe Bennett que residia em Belém (PA) precisavam enviar seus desenhos. Nesse sentido, mesmo quadrinistas que moravam na região sudeste, mas em outros estados, e sul do país precisavam realizar essa mesma logística.

Assim, acreditamos que a complexificação desse processo não ocorria apenas quando eram quadrinistas nordestinos, mas atingia a todos aqueles que não residiam na cidade sede da *Art&Comics*, ou seja, São Paulo. Assim sendo, os mesmos precisavam enviar seus desenhos até a agência e, conseqüentemente, isso demandava mais tempo, planejamento e dinheiro.

Luke Ross, assim como os outros quadrinistas, também falou sobre o enorme volume de trabalho quando iniciou no mercado estadunidense. O quadrinista relatou que fazia em torno de 66 páginas por mês, uma quantidade ainda maior do que a relatada anteriormente por Marcelo Campos, que já era demasiadamente grande. Ou seja, se levarmos em consideração

que a média de uma edição variava entre 22 e 25 páginas, o artista pode ter feito até três edições por mês.

Para dar conta dessa quantidade de trabalho, além de muita dedicação, o quadrinista precisou reduzir o tempo de sono. Algo também relatado por Ivan Reis, outro agenciado pela *Art&Comics* para os EUA.

Só que eu trabalhava no Mauricio de Sousa. E o Mauricio de Sousa era estilo estúdio, você batia ponto. [...] É obvio que eu não podia fazer aquela edição que eu tinha conseguido no estúdio, eu ia perder meu emprego. Então o que é que eu fazia? Eu trabalhava até 5 horas da tarde no estúdio do Maurício, pegava minha condução umas cinco e meia, chegava em casa umas sete e meia, oito horas, começava a fazer a história, ia terminar 1 hora da manhã, quase duas, dormia, acordava mais ou menos umas cinco e meia. [...] Passei quase 1 mês dormindo uma média de quatro horas, [...] pra conseguir fazer aquela história. [...] Mas eu consegui terminar aquela história. Eles me propuseram mais 4 histórias, mais 4 revistas. E aí eu falei:
- Não vou aguentar. (DENIS DYM FREITAS, 2013)

O quadrinista relatou o início, quando o mesmo conseguiu os primeiros trabalhos internacionais. Ele ainda não havia deixado seu outro emprego, na editora Maurício de Sousa, por isso necessitou conciliar o tempo entre os dois trabalhos. Para isso, além de lidar com o tempo perdido na locomoção entre o estúdio e sua casa, o mesmo precisou estender o horário de trabalho até a madrugada.

Todavia, ao ser contratado para desenhar mais 4 outras revistas, ele precisou adequar sua rotina e seu local de trabalho.

[...] O estúdio do *Art&Comics* tinha um quartinho dos fundos, um muquifo que tinha uns colchõezinhos. Era um quartinho que cheirava a morfo que tinha uma beliche. [...] De vez em quando os artistas dormiam lá pra poder cumprir alguns prazos. Só que eu ia ter que passar um mês lá. Eu ia economizar duas horas de condução. [...] O estúdio tinha um fogãozinho muito velho e uma única leiteira sem cabo que era onde eu preparava meu jantar. Que era enlatado todo dia. [...] Mas eu tava muito cansado, tava dormindo mal num lugar ruim. A história, precisei de ajuda pra terminar aquela edição, minha segunda edição. Ficou uma bosta. Ficou pior que a primeira história. (DENIS DYM FREITAS, 2013)

Ainda trabalhando na editora *Maurício de Sousa*, Ivan Reis resolveu cortar o tempo que levava para chegar em casa. Dessa maneira, optou por dormir em um quarto nos fundos da *Art&Comics*. Segundo o artista, outros quadrinistas também dormiam no local quando precisavam cumprir os prazos, ou seja, a agência acabou se transformando em um abrigo para aqueles que precisavam terminar seus trabalhos. Assim, devido ao grande volume de trabalho e aos prazos para execução, acreditamos que não foi coincidência a manutenção de um local, mesmo que em condições mínimas, para que quadrinistas focassem em terminar seus desenhos.

Todavia, não podemos esquecer que também era interesse da empresa que seus agenciados cumprissem os prazos. Portanto, ofertar uma base momentânea para aqueles que

precisavam terminar seus desenhos não chegava a ser uma completa surpresa. Talvez mais surpreendente seja a qualidade do local oferecido, tendo em vista as condições materiais que, possivelmente, afetavam a qualidade dos trabalhos realizados. Contudo, levando em consideração o nível econômico da empresa, possivelmente essas eram as condições possíveis naquele momento.

Dentro desse cenário, Ivan Reis decidiu, a princípio, não deixar seu antigo emprego, pois ele fornecia maior segurança financeira. O trabalho na editora brasileira por ser com carteira assinada proporcionava salário fixo e seguros sociais importantes. Dessa maneira, além dos trabalhos para as editoras estrangeiras não possuírem esse tipo de estabilidade, eles podiam aparecer em maior ou menor quantidade de acordo com a demanda, algo que afetava diretamente a renda do profissional. Assim, é compreensível a manutenção de uma fonte financeira mais segura enquanto se iniciava uma nova empreitada.

Cortado o tempo de condução, o quadrinista ganhava pelo menos mais duas horas para desenhar as novas revistas. Em contrapartida, estava comendo e dormindo mal, o que provavelmente impactou na qualidade dos desenhos feitos para essas edições. Algo que o mesmo percebeu ao constatar que a segunda edição ficou pior que a primeira.

Dentre as dificuldades que foram surgindo e na medida do possível, a *Art&Comics* buscou maneiras para diminuir o impacto e facilitar a produção. Situações envolvendo o recebimento e o envio de material via fax e *FedEx*, a comunicação entre editoras e quadrinistas e a execução dos cronogramas eram situações corriqueiras na rotina de agenciamento e produção.

Todavia, mesmo com a *Art&Comics* ofertando o suporte tecnológico possível, como fax e email, houveram situações em que a empresa não conseguiu solucionar impasses, ficando, dessa maneira, a cargo dos próprios quadrinistas e da realidade das cidades nas quais moravam.

O quadrinista Luke Ross comenta uma dessas situações em que dificuldades inesperadas surgiram e ele mesmo precisou resolver da forma como era possível.

Esse meu primeiro trabalho que eu mencionei já dá uma ideia do que era, da dificuldade que a gente tinha. A primeira edição que eu peguei pra desenhar ela pedia uma determinada sequência de páginas que eu mostrasse um *drive-in* americano. Eu tinha que dar ênfase na sala de projeção e, principalmente, em um projetor a carvão, que era um elemento importante na sequência e tal. Seria mostrado nas páginas seguintes. [...] Pra conseguir esse tipo de referência não era tão fácil como é hoje. [...] Hoje tem a internet, mas na época o melhor que eu tinha na cidade de Mauá onde eu morava era a biblioteca municipal. Fui eu pra biblioteca e o melhor que consegui foi um super8. Só que, era um projetor pequeno, quase que portátil, num era exatamente o que eu precisava. Já tava quase desistindo de procurar e, sei lá, desesperado. Porque era meu primeiro trabalho pro mercado norte-americano e eu já tava com essa bucha de canhão aí. Então o que aconteceu é que meu deu um *insight*. Tinha um cinema muito velho na cidade, aí eu passando de volta da biblioteca pra minha casa. [...] Aí

eu passei na bilheteria e tinha uma pessoa atendendo que tinha aquelas sessões corridas. [...] Eu perguntei:

- Por obséquio, [...] me veio uma curiosidade a respeito do cinema. [...] sabe me dizer se o projetor é movido a carvão?

Ela me respondeu:

- É sim. Esse mesmo.

- Eu gostaria de ver. Como eu faço?

- Ah, você vem mais tarde e fala com o gerente pra ver se ele libera pra você conhecer. Aí fui pra minha casa. Peguei o material de desenho, lápis, borracha e um calhamaço de folha de sulfite e corri pra lá. Falei com o gerente e ele me autorizou. Ele falou

- Oh, desde que você pague o ingresso você pode entrar e ficar lá. [...]

Aí passei a sessão [...] desenhando o projetor de tudo que é ângulo. Enchi várias folhas. Aí voltei pra casa e montei a sequência de quadrinhos. Quando o editor recebeu, o Hércio de Carvalho me mandou um aviso – era um diretor do *Art&Comics* que fazia nosso agenciamento – dizendo que o editor da revista ficou muito feliz com o resultado. Mas, hoje em dia você vê a facilidade. Em poucos cliques você tem a imagem que você quiser em relação a algo assim. E foi mais ou menos por aí. Não era fácil, imagina conseguir referência de Nova York pra desenhar o *Homem-Aranha*. (RASCUNHOSTUDIO, 2018)

A situação descrita pode até parecer estranha, para alguns até cômica, em uma sociedade como a nossa que, na maioria das vezes, possui computadores e internet literalmente na palma da mão. Como o próprio Luke Ross fala, atualmente podemos pesquisar imagens de maneira muito fácil e rápida. Qualquer referência que precise ser buscada, seja para fazer um desenho ou qualquer outra coisa, pode ser encontrada dentro de alguns segundos em diversos tamanhos e qualidades. Por exemplo, no momento da escrita dessa tese, a busca por projetor movido a carvão na internet demorou 0,36 segundos e obteve 75.200 resultados entre imagens e vídeos.

Esse tipo de facilidade não existia quando quadrinistas brasileiros começaram a trabalhar para editoras nos EUA. Portanto, a busca por referências para os desenhos era feita em livros e na experiência de vida de cada um. Naquele período, nem a agência possuía maneiras para solucionar essa questão e, mesmo se dispusesse, provavelmente os quadrinistas precisariam estar na sede da agência para utilizá-la e não em suas cidades. A própria *Art&Comics* só adquiriu um computador com internet discada para envio de *emails* posteriormente.

A situação poderia se tornar mais complicada na medida em que o quadrinista não conhecesse a referência pedida. Retomemos o caso citado por Luke Ross. O projetor movido a carvão era essencial para o desenho, todavia, o desenhista não conhecia os detalhes do objeto. Nos livros da biblioteca pública de sua cidade também não foram encontradas imagens, restando a ele apenas o cinema antigo da região. Supondo que não existisse cinema ou que o projetor fosse diferente do que ele precisava, o artista ficaria sem a referência necessária para conseguir fazer o desenho, algo que poderia prejudicar o seu trabalho.

Contudo, o quadrinista conseguiu ter uma ideia que solucionou o imprevisto e, apesar da dificuldade, rendeu um bom trabalho, sendo, inclusive, reconhecido pelo editor estadunidense.

Nesse sentido, em algumas situações, coube aos desenhistas buscarem formas de sanar determinadas dificuldades que transcendiam suas realidades e a da própria agência. Como também nos mostra Ed Benes em outra situação parecida.

Aí teve um teste que eu tive que fazer pro *Duro de Matar*. [...] A editora *Eclipse* na época. Que fez o primeiro pedido de teste real. [...] Falaram que tinha que ser baseado no filme. Aí veio o primeiro entrave. Porque eu não tinha videocassete e nem conhecia ninguém que tinha. [...] Porque cidade pequena não tinha vídeo cassete. Apenas duas pessoas da minha cidade tinham, pelo menos que eu conhecesse. [...] Aí era uma coisa meio constrangedora. [...] Era uma coisa constrangedora porque eu nem conhecia as pessoas. Tinha que alugar o filme, assistir e depois sair pra fazer as páginas. [...] E não podia parar porque podia prejudicar o aparelho dele. [...] Fiz as 3 páginas de memória. O Hélcio falou que gostou muito era só esperar a resposta. A resposta que veio foi que a *Eclipse* tinha fechado. (ERIC BLAKE ART, 2017)

Na situação acima, o quadrinista precisou fazer desenhos baseado no filme *Duro de Matar*, ou seja, foi preciso ser fiel à estética do longa-metragem. Portanto, era necessário conhecer a história, os cenários e, principalmente, os traços físicos dos atores e atrizes, para que assim tudo pudesse ser desenhado. Todavia, Ed Benes não possuía um aparelho de videocassete para assistir ao filme e produzir os desenhos.

O desenhista morava em Limoeiro do Norte, uma cidade pequena no interior do Ceará e que fica a 203 km da capital Fortaleza. Para conseguir realizar o trabalho, ele precisou assistir ao filme na casa de alguém que possuísse um videocassete, todavia, sem poder pausar para não danificar o aparelho alheio. Nesse contexto, mediante a dificuldade imposta e sem possibilidades para que agência ajudasse, o artista precisou utilizar a memória para conseguir desenhar o que foi pedido. Apesar dos pesares, o resultado foi aprovado por Helcio de Carvalho. Todavia, a editora estadunidense que havia encomendando o desenho acabou falindo.

Como vimos, a fim de conseguir realizar o trabalho solicitado, houveram dificuldades que precisaram ser resolvidas pelos quadrinistas brasileiros de maneira individual e criativa. Dentro desses contextos, dependia deles e das realidades em que estavam inseridos encontrar a solução e desenhar as histórias. Todavia, em alguns momentos, apenas a agência conseguiu fornecer as condições materiais para execução do trabalho. Podemos mencionar novamente as questões envolvendo tecnologia, comunicação e idioma.

Nesse contexto, muitas das atribuições assumidas pela agência visaram aproximar, ou pelo menos, facilitar o contato entre quadrinistas brasileiros e editoras estadunidenses. Para que

isso acontecesse da forma mais harmoniosa possível, até mesmo os nomes dos artistas precisaram ser adaptados.

A partir das fontes analisadas, vimos que os quadrinistas brasileiros agenciados naquele período adotaram “nomes artísticos”. Ao apresentar os artistas com nomes “americanizados” para as editoras, a *Art&Comics* buscou quebrar resistências, promover a aceitação e facilitar a inserção dos mesmos no cenário internacional. Portanto, deixar de utilizar os nomes de registro foi algo necessário para quadrinistas e agência.

Segundo Mike Deodato:

Na época que a gente entrou no mercado os editores americanos já tinham tido experiências ruins trabalhando com desenhistas latinos, espanhóis, filipinos, com a gente também. E assim eles ficaram meio traumatizados com isso. Então, mesmo a gente, brasileiro, achava um pouco melhor quebrar essa resistência no portfólio já botando o nome americanizado. Mas depois que a gente conseguiu entrar, mostrar nosso profissionalismo, a qualidade do trabalho e tal, aí pronto. (CENTRAL HQS, 2014)

Deodato mencionou que experiências anteriores com quadrinistas de outras nacionalidades foram responsáveis por essa situação. Para o artista, os editores estadunidenses haviam ficado “traumatizados” com o trabalho prestado por artistas de outras nacionalidades.

Não podemos inferir exatamente a que tipo de acontecimento o quadrinista está se referindo. Mas, levando em consideração a logística necessária para que os brasileiros conseguissem produzir, não ficaríamos surpresos se houvesse algo envolvendo atrasos de envio e recebimento. Contudo, não podemos afirmar.

Portanto, buscando evitar qualquer tipo de resistência por parte dos editores estadunidenses, a própria *Art&Comics* resolveu “americanizar” os nomes já nos portfólios. O objetivo era facilitar a contratação e, com o tempo de produção, mostrar que os quadrinistas brasileiros eram profissionais capazes de realizar o trabalho com qualidade e no prazo.

Nesse contexto, os nomes de quase todos os quadrinistas agenciados encontrados durante nossa pesquisa passaram por esse processo de americanização, incorporando modificações, prefixos, sufixos e neologismos. Podemos ver um pouco dessas modificações na tabela abaixo.

Tabela 8 – Modificações em nomes de artistas

NOME DE REGISTRO	NOME ARTÍSTICO
Klebs de Moura Junior	Klebs Jr
João Prado	Joe Prado
Marcelo Campos	Marc Campos
Luciano Queiroz	Luke Ross

Deodato Taumaturgo Borges Filho	Mike Deodato Jr
José Edilbenes Bezerra	Ed Benes
Benedito José do Nascimento	Joe Bennet
Rogério da Cruz Kuroda	Roger Cruz
Rodrigo Ivan dos Reis	Ivan Reis
Daniel Horn de Rosa	Daniel HDR
Vilmar Conrado	Will Conrad
Eduardo Barros	Eddy Barrows

Fonte: Elaborada pelo autor

Portanto, essa foi uma das estratégias adotadas pela a *Art&Comics* visando a melhor aceitação dos quadrinistas brasileiros. Mike Deodato Jr mencionou mais detalhes do processo para a escolha do seu “nome artístico”.

Essa história foi dos meus agentes na época, da *Art&Comics*. Eles tinham, eu não lembro qual era a outra opção, era opção mais ridícula ainda que essa. Tinha uma terceira que era Deodatto com dois t, eu achei até interessante que ficava parecido com Frazetta. Mas terminou ficando esse mesmo. Não foi uma coisa que eu esquentei muito a cabeça não. Eu só queria qualquer nome, eu só queria trabalho, já tava contente. (CON-POP, 2013)

O quadrinista nos ajuda a perceber que mesmo nessa questão a gerência foi da *Art&Comics*. Ao mencionar que a ideia foi dos agentes, os quais haviam chegado com algumas opções pensadas para que o mesmo escolhesse, o artista nos permite compreender que a agência observava até mesmo aspectos individuais das carreiras dos desenhistas. Ao antecipar-se a possíveis reações dos editores estadunidenses aos brasileiros e, portanto, sugerir alterações nos nomes, a *Art&Comics* visava facilitar a inserção dos mesmos. Estes, por sua vez, pelo menos no caso mencionado acima, não parecem ter tido grande preocupação com a escolha do nome, pois para os quadrinistas o mais importante era ser contratado pelas editoras.

Portanto, após a compreensão do contexto de funcionamento da agência, a percepção das dificuldades que foram surgindo e as soluções encontradas para viabilizar o trabalho dos quadrinistas brasileiros, metaforicamente falando, podemos perceber que a empresa funcionou como uma espécie de ponte entre Brasil e EUA. Visando a inserção e contratação dos quadrinistas, a *Art&Comics* estabeleceu contatos, forneceu meios tecnológicos e financeiros, recrutou e organizou, concedeu um local para trabalho e aperfeiçoamento e ajudou no rompimento da barreira do idioma. Assim, como veremos no último tópico do capítulo, naquele período, a agência foi a responsável pela inserção e manutenção dos quadrinistas brasileiros no mercado estadunidense. Se anteriormente não haviam quadrinistas brasileiros desenhando para editoras nos Estados Unidos, a situação mudou completamente depois da agência criada por Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes.

4.3 A PALAVRA DOS AGENCIADOS: REFLEXÕES A PARTIR DOS QUADRINISTAS SOBRE O PAPEL DA *ART&COMICS* NA INVASÃO BRASILEIRA

No tópico anterior mapeamos alguns dos primeiros quadrinistas agenciados pela *Art&Comics* para o mercado estadunidense, dessa maneira, compreendendo de forma direcionada como ocorreu a seleção dos mesmos e os primeiros contatos. Passamos ainda por questões envolvendo a produção, o volume de trabalho, carga horária, pagamentos por páginas e até mesmo problemas de saúde. Em meio a todos esses pontos, percebemos como a agência funcionou como uma facilitadora para a contratação dos artistas brasileiros, onde a mesma possibilitou o contato, forneceu condições financeiras e tecnológicas e diminuiu as barreiras do idioma.

Nesse sentido, é pertinente afirmar que, durante o começo da década de 1990 e início dos anos 2000, a *Art&Comics* articulou a contratação dos quadrinistas brasileiros por editoras estadunidenses e, além disso, possibilitou a execução do trabalho dos mesmos. Essa compreensão, além dos dados levantados pela pesquisa, acabou também sendo endossada pela fala de alguns quadrinistas.

Acho que foi em 1991, foi criada a agência *Art&Comics* por Helcio de Carvalho e Dorival Vitor Lopes, e eles serviram como ponte, não só pra mim, mas pra um monte de brasileiro que tinha talento mas não tinha condições de ir lá nas editoras apresentar trabalho. Era uma época diferente onde não tinha internet, a internet tava engatinhando ainda, o telefonema era caro, a maioria não falava inglês. Então a *Art&Comics* foi importantíssima nessa ligação. (ERIC BLAKE ART, 2015)

Mike Deodato, um dos agenciados para os EUA, reforçou novamente o papel da *Art&Comics* de “ponte” entre quadrinistas brasileiros e mercado estadunidense. O artista mencionou, não apenas o seu caso, mas também o de outros profissionais que almejavam desenhar para editoras fora do Brasil e enfrentavam dificuldades.

É interessante percebermos que o quadrinista utilizou a expressão “não ter condições” para se referir a situação mencionada, assim, dando a entender que existia um impedimento de ordem financeira para que seu sonho se realizasse. Mas não apenas o seu desejo de desenhar super-heróis para editoras estrangeiras acabava sendo impossibilitado pelas barreiras mencionadas até aqui. Outros quadrinistas também enfrentavam as mesmas dificuldades apontadas.

Dessa maneira, o papel da *Art&Comics* não foi apenas o de estabelecer contatos internacionais, algo que já era complexo por si só se imaginarmos o cenário brasileiro, mas também fornecer condições materiais para que a contratação destes quadrinistas acontecesse.

Assim, em um momento onde a ligação telefônica custava caro, o acesso à internet era difícil e a maioria dos quadrinistas não falava inglês, coube a agência providenciar e fomentar a solução para essas situações.

O agenciamento pra mim foi uma coisa necessária. Comecei com a *Art&Comics*, porque eu não falava inglês, não tinha contato lá fora. Então eles foram muito importantes nessa conexão do Brasil com os Estados Unidos. Essa leva de desenhistas que eles levaram pra lá, foi fundamental a existência da *Art&Comics*. (ERIC BLAKE ART, 2020)

Naquele momento, não parecia ter sido uma questão de escolha ser ou não agenciado pela a *Art&Comics*, mas sim uma situação de necessidade para aqueles quadrinistas que queriam desenhar para os EUA. Como entrar em contato com editoras estadunidenses sem ter condições de pagar uma ligação, ter uma máquina de fax ou falar inglês? Com quem estabelecer a comunicação necessária? Como chegar até essas pessoas? Portanto, não exageramos ao afirmar que a existência da *Art&Comics* foi fundamental para o estabelecimento de contatos e a contratação dos quadrinistas brasileiros. A geração agenciada, além do mérito do seu próprio trabalho, abriu portas em consequência da ação direta da empresa de agenciamento.

Naquele contexto, mesmo Deodato desenhando para editoras brasileiras há alguns anos, sua carreira só passou por mudanças significativas, inclusive financeiras, a partir do agenciamento feito pela *Art&Comics*. Foi a agência, juntamente com o seu próprio trabalho, que possibilitou o crescimento profissional e financeiro do quadrinista.

A minha chance que eu deslanchei mesmo foi quando a *Art&Comics* começou a representar artistas brasileiros no exterior. Foi o pontapé inicial pra enxurrada de brasileiros que foi lá pra fora. Hoje tem várias agências representando desenhistas no exterior, mas eles que começaram isso. (PIPOCA & NANQUIM, 2011)

O início do agenciamento para editoras fora do país propiciado pela empresa é compreendido, não apenas como uma situação individual, mas como o ponto de partida para um movimento de abertura maior do mercado estadunidense para quadrinistas brasileiros. Ou seja, ao mesmo tempo em que a *Art&Comics* propiciou o desenvolvimento de carreiras individuais, como mencionado acima, também inaugurou um movimento coletivo. Daquele momento em diante, o panorama de artistas brasileiros trabalhando para o exterior foi modificado e expandido. Inclusive, muitos dos quadrinistas agenciados durante a década de 1990 continuam desenhando ativamente para o mercado estadunidense, dessa forma, demonstrando ter conseguido a consolidação no mercado internacional.

Esse trabalho de agenciamento começou numa época onde o contato era muito escarço. Então, era muito difícil antes da época da internet você ter contato com o editor pra mostrar trabalho. Arrumar um trabalho era muito difícil. Se morasse lá era mais fácil. Então, quando a gente começou essa invasão brasileira, e foi graças ao estúdio *Art&Comics*, o primeiro grande pioneiro nessa área. [...] Eles começaram esse

contato porque eles faziam o inverso, também compravam direitos pra publicar aqui. [...] Foi essa ponte que gerou esse interesse de artistas de terem representantes pra ajudar a terem trabalho, a traduzir roteiros. Porque a maioria dos artistas não falava inglês, e a maioria não fala ainda. Receber [...] quando o cara faz o trabalho, de repente você recebe esse cheque em dólar. Putz, o que eu faço com isso? Então, são tramites burocráticos que o representante, o agente ajuda o artista. (PAPO ZINE, 2017)

Ao se referir ao *Art&Comics*, o quadrinista Klebs Jr mencionou os trâmites burocráticos pelos quais a agência ficou responsável, citando, inclusive, aconselhamentos sobre o pagamento recebido em dólar. Provavelmente o artista estava se referindo à troca/conversão do pagamento em moeda nacional, algo que a empresa devia ajudar a realizar. Dessa maneira, percebemos mais uma atribuição desempenhada pela agência.

Nesse sentido, além de reforçar inferências sobre o pioneirismo da agência, o quadrinista nos permitiu perceber como a empresa estava presente do início ao fim do processo. Desde o estabelecimento dos primeiros contatos, passando pela negociação com as editoras e com a própria produção dos desenhos, fosse fornecendo as condições materiais, tecnológicas e financeiras, ou traduzindo os roteiros para serem desenhados, a *Art&Comics* estava lá. E por fim, já tendo findado todas as etapas de produção e o pagamento sido recebido, um estágio que teoricamente representava o fim das obrigações, a agência continuava ajudando os quadrinistas a lidar com o pagamento recebido em moeda estrangeira.

Em um período de comunicação dificultada por barreiras tecnológicas, territoriais e financeiras, a *Art&Comics* providenciou soluções necessárias. Foi nesse contexto que agência e artistas contribuíram com a construção da figura do quadrinista brasileiro que trabalhava para fora do país.

Antes da minha geração não existia figura do quadrinista, não existia a figura do cara que trabalha com quadrinhos e vive disso. Com exceção de um Angeli, de um Laerte ou Maurício de Sousa, não existia e de repente começou a ter. Mas nós fomos os primeiros, graças ao mercado estrangeiro que a gente começou a trabalhar. A gente foi obrigado a se profissionalizar muito rápido na marra, tanto que muita gente desistiu. Tem desenhistas super fera que desistiu, não aguentaram o tranco e foi fazer outra coisa. [...] (PAPO ZINE, 2017)

Como vimos nos capítulos anteriores, poucos eram os quadrinistas brasileiros que conseguiam sobreviver exclusivamente com o salário da profissão. Muitos precisavam possuir mais de um emprego, dentre eles estavam carreiras na área do jornalismo e da publicidade. O próprio Klebs Jr mencionou os poucos nomes de destaque no cenário nacional que conseguiam ganhar bem.

Nesse contexto, tirando os nomes citados e talvez mais alguns outros, o quadrinista insere a geração de artistas agenciados pela *Art&Comics*, da qual ele fez parte, como sendo um dos primeiros grupos a sobreviverem trabalhando exclusivamente com quadrinhos.

Evidentemente, devemos relativizar essa informação em decorrência de possíveis equívocos. Contudo, não podemos negar que esses quadrinistas, na medida em que foram sendo contratados, desenharam revistas para os EUA e receberam valores em dólar, conseguiram efetivamente deixar os outros empregos que possuíam e se dedicarem apenas às histórias em quadrinhos.

Portanto, se aquele grupo pode ser visto dessa forma, a empresa que os agenciou e possibilitou a inserção dos mesmos no cenário internacional, em certa medida, acabou também fazendo parte da construção dessa figura e, conseqüentemente, da profissionalização dos mesmos em meio ao contexto apresentado.

Ao utilizarmos a palavra profissionalização, não estamos fazendo uso do sentido mais habitual, aquele que se refere a ter conhecimento ou capacidade de executar determinada função. Com algumas exceções, a maioria dos quadrinistas brasileiros já possuía experiência na área e também em outros empregos. Dessa maneira, ao utilizarmos essa palavra, estamos nos referindo a inexistência de um cenário anterior onde esses quadrinistas possuíssem determinado volume de trabalho com quadrinhos, carga horária, metas a serem cumpridas e um salário referente a função desempenhada, permitindo que eles soubessem que receberiam ao final da produção um salário que permitia sobreviver exclusivamente daquilo. Portanto, a palavra profissionalização assume o sentido referente ao profissional que é pago unicamente para desenhar histórias em quadrinhos, sem a necessidade de uma complementação salarial proveniente de outra área ou profissão.

Portanto, aqui, profissionalização está mais ligado a construção de uma sistemática de trabalho que, em vários níveis, conseguisse entregar um trabalho de qualidade, dentro do prazo e que proporcionasse salário suficiente para sobrevivência sem a necessidade de complementação em outros empregos. Assim, foi preciso que os quadrinistas brasileiros se profissionalizassem e, para isso, a *Art&Comics* foi de fundamental importância.

Para tanto, não foi preciso mostrar apenas para os agentes brasileiros que conseguiram se profissionalizar, foi necessário que essa imagem fosse reconhecida pelas editoras de fora do país, no caso, as estadunidenses.

Existe, existe sim. Houve uma geração que veio e acabou construindo essa ideia que o desenhista brasileiro não só é criativo, extremamente criativo, ele consegue recursos visuais extremamente interessantes, como ele é profissional. Porque não adianta você ser um desenhista criativo e não ter profissionalismo. Essa geração que veio construiu essa ideia de que o brasileiro, o profissional de quadrinhos brasileiro é muito bom e ele entrega no prazo. (BHNEWS TV, 2012)

Will Conrad, ao falar sobre essa questão, nos ajudou a compreender que a concepção de profissionalismo estava muito mais ligada ao cumprimento de prazos, ou seja, para ser um quadrinista profissional não bastava apenas entregar um trabalho com qualidade visual, era preciso também entregar seus desenhos na data acertada. Pelas inferências feitas no outro tópico, talvez, as experiências anteriores com quadrinistas de outras nacionalidades tenham sofrido exatamente com essa questão.

Tendo em vista que as editoras estadunidenses de quadrinhos trabalhavam em linha de montagem, na qual uma etapa dependia da outra, torna-se compreensível que o cumprimento dos prazos fosse extremamente necessário. Dessa maneira, a demora em um estágio da produção podia representar o atraso da publicação de uma revista e, conseqüentemente, prejuízos para a editora.

Portanto, em um contexto de distanciamento territorial e que envios de material poderiam demorar até 3 dias entre Brasil e EUA, cumprir à risca o cronograma de entrega dos desenhos se fazia extremamente importante. Assim, para Will Conrad, a geração agenciada para os Estados Unidos foi responsável pela construção e reconhecimento da figura do quadrinista brasileiro profissional.

Nesse sentido, não apenas os quadrinistas agenciados podem ser percebidos como os responsáveis pela construção da imagem do profissionalismo brasileiro. Nos tópicos anteriores, vimos o papel da *Art&Comics* para o cumprimento dos prazos e a manutenção da qualidade exigida, portanto, a agência também pode, e deve, ser compreendida na formulação do trabalho dessa categoria. Ao organizar e fornecer as condições necessárias, a agência também atuou na consolidação dessa imagem.

Se levarmos em consideração fatores que vimos ao longo do capítulo como volume de trabalho (número de páginas e edições feitas por mês), carga horária executada (quantidade de horas trabalhadas que chegavam a mais de 8 horas em alguns casos), entrega da produção (cumprimento dos prazos) e o recebimentos dos salários, podemos sim compreender o grupo de quadrinistas agenciados pela *Art&Comics* como responsáveis pela construção da imagem internacional do quadrinista brasileiro profissional. Nesse processo, como já foi mencionado, a empresa teve significativa participação na medida que forneceu os meios necessários.

Nesse sentido, Joe Bennett reforçou a importância do feito alcançado por esse grupo de quadrinistas.

Pra minha geração foi um feito. Nós éramos garotos que trabalhavam em quadrinhos no Brasil e de repente houve uma oportunidade de mostrar nosso trabalho para os americanos, para *Marvel* e para *DC*. Aí começou toda uma explosão de desenhistas brasileiros trabalhando lá fora. E eu fui o único aqui do Pará, o primeiro aqui do Pará. (PORTAL ROMA NEWS, 2018)

A fala do quadrinista expõe a existência de um cenário antes da *Art&Comics* e outro depois. Ao se referir ao grupo como “garotos que trabalhavam em quadrinhos”, Bennett infere a inexistência do reconhecimento da profissão. Pessoas estavam trabalhando naquele ramo, mas não possuíam meios para se consolidar no cenário nacional e nem oportunidade para crescimento pessoal e profissional. Essa questão pode ser maximizada ao nos depararmos com profissionais que moravam fora do eixo Rio-São Paulo e, conseqüentemente, enfrentavam maiores dificuldades em decorrência da distância territorial.

Nesse contexto, quando o quadrinista mencionou que de repente surgiu uma oportunidade para mostrar o trabalho no exterior, ele está se referindo ao surgimento da *Art&Comics* e, mais uma vez, denotando a responsabilidade da agência na inserção dos mesmos no cenário internacional. O tom utilizado por ele, assim como a fala de outros quadrinistas, mostra determinada surpresa com a possibilidade de finalmente apresentarem o trabalho que vinham realizando para editoras fora do país. Talvez, mediante a falta de perspectiva e tendo em vista fatores econômicos, antes do surgimento da agência o sentimento desses quadrinistas fosse o de descrença.

Nesse sentido, agência e quadrinistas acabaram sendo responsáveis pela inserção dos mesmos no cenário internacional e, conseqüentemente, pelo surgimento de novas oportunidades para aqueles que desejassem seguir o mesmo caminho. Na fala de Bennett, começou uma “explosão de quadrinistas brasileiros” trabalhando para editoras nos EUA. “Eu e minha geração sim. A gente começou todo um andar, um caminhar e acabou desbravando. E outros vieram e deram o nome como o Ivan Reis, [...] o Eddy Barrows e tão aí. Tudo começou com a minha geração.” (A HORA SUAVE, 2018)

A palavra desbravamento não é utilizada de maneira equivocada em sua totalidade. Se levarmos em consideração que agência e quadrinistas estavam explorando um cenário ainda desconhecido por brasileiros, Joe Bennett utiliza o sentido correto em sua afirmação. Afinal, até aquele momento, não havia uma empresa de agenciamento de quadrinistas brasileiros para o mercado internacional, os meios para que isso acontecesse ainda eram desconhecidos, os contatos necessários estavam sendo feitos e, finalmente, a logística de produção precisava ser pensada. Dessa maneira, o movimento realizado pelas partes envolvidas se assemelhou sim ao desbravamento de um território, não completamente inóspito, mas recheado de complexidades e dificuldades que precisaram ser aprendidas e resolvidas.

Nesse sentido, é interessante percebermos que, novamente, os próprios quadrinistas agenciados pareciam possuir noção do papel fundamental da *Art&Comics* nesse processo.

Talvez esse olhar atento não existisse ainda naquele momento, mas com o passar dos anos, o início do trabalho para editoras estadunidenses e as condições fornecidas pela agência, os mesmos puderam compreender que a viabilidade daquele momento foi sendo construída pela empresa de Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes.

Muitos questionamentos foram feitos ao longo da tese, buscamos compreender os motivos por trás da inserção dos quadrinistas brasileiros no mercado estadunidense, mapeamos os artistas, observamos o recrutamento e a contratação, elencamos as condições necessárias e os meios utilizados para fomento, bem como os contatos estabelecidos em âmbito nacional e internacional.

A partir dos dados levantados e das fontes analisadas chegamos à conclusão que a *Art&Comics* possibilitou que quadrinistas brasileiros trabalhassem para os EUA. Nesse sentido, não se tratou apenas de conseguir mais um trabalho, mas sim de construir um cenário possível que não existia, fornecer as condições tecnológicas e financeiras, organizar e romper as barreiras do idioma, passando por todo um processo que só acabava com o recebimento do salário desses quadrinistas.

Por isso, compreender a invasão brasileira no mercado de quadrinhos estadunidense passa diretamente pela compreensão do papel da agência *Art&Comics*. Ao utilizarmos a mesma expressão usada por alguns dos quadrinistas, não estamos observando de maneira acrítica, mas nos referindo ao aumento de brasileiros trabalhando para editoras nos EUA. Muitas inferências podem ser feitas, questionamentos levantados, mas não podemos desconsiderar a ocorrência desse fato.

Os próprios quadrinistas comentam sobre questionamentos feitos sobre o início de suas carreiras nos EUA e o papel da *Art&Comics*.

É gente sem amor próprio. Gente que tem complexo. Pelo amor de Deus. Um brasileiro faz sucesso no exterior aí você tem que procurar uma explicação porque ele fez sucesso? Que tal a pessoa tem talento, é profissional e trabalha duro. Isso num basta não? A pessoa tem que procurar o porquê? Um brasileiro? A pergunta que eles deviam fazer é porque não aconteceu antes. Não aconteceu antes porque não existia uma agência como a *Art&Comics* numa época, porque ela foi a ponte. Se tivesse sido criada dez anos antes, essa invasão tinha acontecido dez anos antes. Então foi isso, assim. Num é porque a gente é mão de obra barata, pelo contrário. (ERIC BLAKE ART, 2015)

Mike Deodato Jr mostra-se descontente com questionamentos sobre as razões que levaram brasileiros ao sucesso no exterior. Nesse sentido, percebemos que o artista inseriu a si mesmo e o grupo de agenciados do qual fez parte em uma coletividade que alcançou o êxito fora do Brasil. Para o quadrinista não existe segredo, existiram 3 fatores para que isso ocorresse: profissionalismo, trabalho duro e a *Art&Comics*.

Mediante o apresentado até aqui, percebemos que os quadrinistas brasileiros trabalharam arduamente e se profissionalizaram para ingressarem no mercado estadunidense. Nesse sentido, através das fontes analisadas, podemos afirmar que sem a *Art&Comics*, provavelmente, esse processo não teria ocorrido, pelo menos não naquele momento e nem daquele jeito.

Então, para Deodato, a pergunta correta não é porque os quadrinistas brasileiros fizeram sucesso no exterior, mas por qual razão não fizeram antes? Porque apenas a partir do início da década de 1990 esses artistas foram contratados por editoras estadunidenses? A resposta para isso, passa diretamente pelo surgimento da *Art&Comics* e o trabalho desempenhado pela empresa, a qual possibilitou que novos e experientes quadrinistas brasileiros fossem vistos por editoras internacionais, estabeleceu contatos, fomentou o recrutamento, forneceu os meios econômicos e tecnológicos e quebrou a barreira do idioma.

Todavia, a afirmação que “se agência tivesse surgido 10 anos antes, a invasão brasileira aos EUA teria corrido antes” não pode ser totalmente sustentada. Era um outro contexto, com particularidades diferentes e, levando em conta o distanciamento territorial e a tecnologia disponível, provavelmente, não teria sido da mesma forma que aconteceu durante a década de 1990.

Encerramos esse capítulo, cientes que essa compreensão não é apenas nossa. Como pesquisadores, o trabalho de cotejamento das fontes foi feito e chegamos a essa hipótese. Mas para os quadrinistas agenciados naquele momento a resposta poderia ser outra.

5 CONCLUSÃO

O caminho percorrido até este momento foi árduo, a pesquisa feita para essa tese, como inúmeras outras, exigiu muito esforço, dedicação e interesse. As fontes analisadas não foram poucas, fossem elas hemerográficas, bibliográficas ou orais, todas possuíram determinado grau de complexidade e pertinência com o que se pretendia. Assim, fomos trilhando um caminho que nos permitiu chegar às considerações finais, aqui, explanadas.

Iniciamos a pesquisa focados no mapeamento de quadrinistas agenciados para os EUA durante a década de 1990, mas, ao longo do trabalho, outras questões de ordem econômica, mercadológica, tecnológica, idiomática e até estética foram surgindo e ampliando as diversas possibilidades de análise. Partimos de uma problemática que se preocupou em entender o real papel da agência *Art&Comics* na contratação de quadrinistas brasileiros por editoras de histórias em quadrinhos nos Estados Unidos dentro do período proposto. Dessa maneira, nossa hipótese se construiu em torno da importância da referida agência na inserção desses artistas no cenário *mainstream* estadunidense. Para isso, foi preciso dimensionarmos aspectos diferentes do funcionamento da empresa, levando em consideração as complexidades inerentes às negociações do agenciamento e as ações necessárias para viabilização do processo.

Assim, não partimos da compreensão que o surgimento da empresa foi o único responsável pela contratação desses artistas por editoras como *Marvel* e *DC Comics*. Todavia, dentro do contexto observado, levando em consideração aspectos relacionados à crise nas vendas e a ida de artistas de outros países para os EUA, e, principalmente, após a análise das fontes, concluímos que a agência acabou exercendo um importante papel na inserção dos referidos quadrinistas no cenário *mainstream* estadunidense.

Tendo em vista o que pudemos perceber, o trabalho da *Art&Comics* acontecia em várias etapas do processo. O papel da agência começava no recrutamento, passava pelo agenciamento, depois pela produção e só finalizava com o recebimento do salário. Dessa maneira, a agência criada por Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes estava presente em vários estágios dos encaminhamentos necessários, estabelecendo contatos, negociando, organizando e fornecendo as condições tecnológicas e econômicas possíveis. Além disso, quebrar a barreira do idioma, seja através da tradução dos roteiros ou da americanização dos nomes, acabou também sendo um papel desempenhado pela empresa. Nesse sentido, não é exagero afirmar que a *Art&Comics* foi sim um dos elementos responsáveis pela inserção desses quadrinistas brasileiros no mercado estadunidense e, portanto, possibilitou algo que chamamos, comedidamente, de “invasão brasileira”.

Para chegarmos a essa conclusão passamos por 3 capítulos e por discussões envolvendo, respectivamente, a concepção e a produção de quadrinhos *mainstream* nos EUA durante a década de 1990, o surgimento do estúdio *Artecômix* e, posteriormente, da agência *Art&Comics* e, finalmente, o funcionamento e o papel da agência na inserção desses quadrinistas brasileiros no mercado estadunidense tendo em vista as dificuldades e os limites superados pela empresa.

Dessa forma, no primeiro capítulo, buscamos compreender o que poderia ser considerado uma história em quadrinhos *mainstream* nos EUA durante a década de 1990. Nesse sentido, realizamos um mapeamento das editoras e das revistas produzidas, bem como dos/as funcionários/as envolvidos/as no processo de produção. Foi nesse contexto, ao buscarmos compreender o funcionamento do mercado estadunidense, que nos aproximamos das histórias de super-heróis e das editoras que publicavam esse gênero.

Humberto Eco (2001) nos ajudou a compreender que um produto para ser considerado *mainstream* precisava estar inserido dentro de uma lógica comercial de grande consumo. Portanto, sendo alvo de uma grande tendência consumidora e adquirido por diversas pessoas, consequentemente, se massificando na sociedade. Dessa maneira, após os levantamentos realizados e a percepção que os quadrinhos de super-herói se inseriram nesse modelo, pudemos compreender que eles personificavam o nicho *mainstream* estadunidense durante a década de 1990. Portanto, a partir das fontes analisadas, compreendemos que nos EUA, durante aquele período, ser um quadrinho *mainstream* estava associado ao gênero de super-herói e as editoras que os publicavam, tais como *Marvel Comics* e *DC Comics*.

Contudo, vislumbramos que a definição relacionada ao consumo do gênero dos super-heróis não se aplicava com a mesma intensidade em todos os locais. Dependendo do mercado ao qual nos referimos, a concepção de quadrinho *mainstream* modificava-se de acordo com o gênero de história que havia se popularizado na região. Terror, aventura, fantasia e ficção científica são apenas alguns dos gêneros de história que haviam virado preferências em outros mercados, tais quais o franco-belga, o japonês e o brasileiro.

Após essas ponderações, nos aprofundamos no surgimento das duas maiores editoras de quadrinhos de super-heróis dos EUA: *Marvel* e *DC*. Investigamos o funcionamento das empresas e diferenciamos características de estrutura, comportamento e trabalho nas mesmas. Assim, refletimos sobre como essas características interferiram na produção de histórias e na imagem com a qual o público identificava as editoras.

Por fim, ao compreendermos as diferenças entre as duas editoras e analisarmos a produção do período, pudemos perceber que determinadas estratégias mercadológicas

causaram uma saturação da bolha mercadológica sustentada pela especulação e pelo colecionismo, conseqüentemente, reduzindo as vendas das empresas e instaurando uma crise. Dessa maneira, a busca por mudanças e pela reaproximação com o público fez com que as editoras repensassem a produção, buscando, inclusive, novos/as quadrinistas para oxigenar o mercado em prol da sobrevivência do mesmo. Nesse contexto, quadrinistas brasileiros e também de outros países tornaram-se possibilidades que precisavam ser avaliadas.

Diferentemente do primeiro capítulo, o qual focamos no mercado estadunidense, no segundo dedicamo-nos a compreensão da produção de quadrinhos no cenário nacional. Dessa maneira, buscamos relacionar aspectos micro com macro mercadológicos entre os dois contextos. Nesse sentido, investigamos a ação de empresas e pessoas que estavam inseridas no meio. Foi com esse objetivo que nos aprofundamos no surgimento da editora *Abril*, pertencente à família Civita, dessa maneira, explorando os licenciamentos realizados ao longo das décadas de funcionamento. Foi assim que pudemos compreender e ponderar sobre o processo de publicação das diversas revistas ao longo dos anos e como a editora acabou se transformando na casa de diversos títulos de super-heróis. Nesse sentido, fomos nos debruçando sobre cada nova revista *Marvel* e *DC* licenciada, além dos trâmites necessários para a publicação das mesmas.

Ainda no segundo capítulo, pudemos compreender o surgimento do setor responsável pelas revistas de super-heróis dentro da *Abril* e a contratação de funcionários/as que ficassem responsáveis pela seção. Nessa caminhada, nos deparamos com o início das carreiras de Helcio de Carvalho e Jotapê Martins, pessoas que acabaram ganhando determinada relevância dentro do cenário nacional de quadrinhos e, conseqüentemente, para nosso objeto de pesquisa. Nesse sentido, pudemos refletir sobre quais características eram necessárias para trabalhar no meio em questão. Dentre algumas possibilidades analisadas, percebemos que a paixão pelo gênero de super-heróis e o conhecimento sobre a cronologia das publicações foram fundamentais na contratação dos dois profissionais mencionados. Inicialmente, os referidos funcionários ficaram responsáveis por traduzir e editar algumas revistas, mas, posteriormente, assumiram o planejamento do setor ao passo que seus conhecimentos prévios foram sendo necessários.

Dessa maneira, vimos o surgimento de uma relevante estratégia de edição que acabou possibilitando determinado êxito nas publicações dos materiais *Marvel*: a “Cronologia *Abril*”. Anteriormente considerados fracassos comerciais por outras editoras, as revistas publicadas dentro dessa metodologia conseguiram alcançar boas vendas. Assim, acompanhamos as alterações e os cortes realizados por Helcio e Jotapê com o objetivo de estabelecer uma cronologia dos títulos licenciados pelos chefes do setor de super-heróis. Nessa empreitada, os

dois editores também ficaram conhecidos por conseguir alcançar um bom número de vendas com títulos considerados do segundo escalão e, posteriormente, contribuir com o licenciamento de mais personagens pela *Abril*.

Ainda no tocante a referida editora, buscamos compreender o processo de terceirização pelo qual a mesma passou, problematizando como ocorreu a saída de alguns profissionais e o incentivo para a criação de empresas que pudessem ser terceirizadas. Nesse contexto, Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes, ao deixarem a *Abril*, fundaram, respectivamente, os estúdios *Artecômix* e *Criarte*, passando a trabalhar também para outras editoras. Assim, nos deparamos mais uma vez com a relativa importância da editora *Abril* dentro do contexto nacional. Além disso, também devemos compreender a editora como o local onde os sócios fundadores da agência *Art&Comics* começaram a trabalhar juntos.

Portanto, buscamos compreender o trabalho desenvolvido pelos referidos profissionais tendo em vista que o *know-how* adquirido, a experiência acumulada e os contatos estabelecidos foram de fundamental importância para criação da empresa de agenciamento objeto de nossa pesquisa.

Por fim, no terceiro e último capítulo, continuamos refletindo sobre o surgimento da agência *Art&Comics*, todavia, com um olhar mais focado no funcionamento cotidiano da empresa e na viabilização do processo de produção. Nesse sentido, nos debruçamos sobre o contexto no qual aconteceram os primeiros agenciamentos. Assim, nos deparamos, inicialmente, com a contratação dos brasileiros por editoras estadunidenses de menor porte como *Malibu*, *Inovation* e *Eclipse*. Desta forma, problematizamos como a capacidade/necessidade dos quadrinistas nacionais de fazer desenho, arte-final, colorir e letreirizar foi vista como versatilidade e, portanto, bem recebida pelo mercado estadunidense.

Nesse contexto, compreendemos que essa habilidade acabou sendo desenvolvida ao longo dos anos tendo em vista a distância e a maior remuneração salarial proporcional à quantidade de etapas da produção realizadas. Assim, os brasileiros agenciados, algumas vezes, em razão da distância territorial e da logística necessária, ficavam responsáveis por até mais de um estágio da produção de uma história em quadrinho. Em alguns casos, dependendo da região, pessoas que moravam próximas eram colocadas para assumirem o mesmo título com o intuito de facilitar a logística e diminuir o tempo necessário de deslocamento do material.

Assim, depois de um considerável tempo e esforço, conseguimos mapear os primeiros agenciados e compreender como funcionava a rotina de produção tendo em vista o cronograma, o volume de trabalho, a quantidade de horas trabalhadas e até mesmo o preço pago por página desenhada. Nesse contexto, percebemos que no início da operação os quadrinistas agenciados

precisavam ser avaliados pelas editoras, sendo, inclusive, testados durante um determinado período de tempo e em revistas específicas. Portanto, a qualidade do trabalho e o cumprimento dos prazos acabaram sendo utilizados na hora da decisão da efetivação dos artistas.

Tendo em vista a necessidade de adaptação ao mercado estadunidense e o cumprimento dos cronogramas, a *Art&Comics* acabou criando um simulacro de escola-hotel. Utilizamos a palavra simulacro, pois, na realidade, não se tratava de uma escola e nem de um hotel, mas de um local que desempenhava essas duas funções de maneira improvisada conforme as necessidades da produção. Dessa maneira, os quadrinistas podiam trocar experiências e desenvolver as técnicas de desenho de maneira conjunta, além de possuírem um lugar para ficar ou dormir conforme suas necessidades de trabalho e/ou deslocamento.

Dentro do contexto observado, compreendemos que não só o recrutamento dos artistas brasileiros aconteceu de maneira diversa, mas o próprio agenciamento e a forma de trabalhar de cada um possuiu particularidades próprias.

Para finalizar o capítulo, fomos analisando algumas das dificuldades existentes que conseguimos mapear, como por exemplo a distância territorial, a dificuldade de acesso a recursos tecnológicos e o idioma. Assim, percebemos que, durante determinado tempo, essas adversidades acabaram dificultando que os quadrinistas brasileiros alcançassem outros mercados, por exemplo, os EUA. Foi nesse momento que percebemos que a *Art&Comics*, além do agenciamento e da contratação, também acabou viabilizando o trabalho desses profissionais ao passo que forneceu soluções para os empecilhos que existiam.

Tenha sido por dificuldade de acesso a tecnologias de comunicação como fax, telefone ou computador, a falta de capital financeiro ou mesmo a barreira do idioma, a *Art&Comics* se fez presente e providenciou maneiras de tornar a produção para os EUA possível dentro daquela realidade. Assim, a empresa, além de estabelecer os contatos e negociar com as editoras interessadas, também forneceu, dentro das suas possibilidades, o que era necessário para os quadrinistas desenharem para as editoras estadunidenses, enviar o material e receber o seu pagamento. Até mesmo os nomes artísticos foram sugeridos pela empresa ao antever possíveis resistências por parte dos editores estrangeiros.

Dessa maneira, após a análise das fontes e a compreensão do contexto, percebemos que os contatos estabelecidos pelos sócios-fundadores ao longo dos anos trabalhados na editora *Abril* foram importantes. Assim, compreendemos que conhecer algumas pessoas inseridas no meio nacional e internacional ajudou a viabilizar a inserção dos quadrinistas brasileiros no mercado estadunidense, inclusive, facilitando a comunicação entre os envolvidos. Sem possuir contato com os licenciadores da *Marvel* e da *DC* no Brasil, ou mesmo com editores como David

Capiti, que acabou virando parceiro e articulador internacional da agência, a *Art&Comics* não teria conseguido comunicar-se de forma profissional e direcionada com as editoras nos Estados Unidos.

Nesse sentido, conhecer estas pessoas foi importante na abertura das portas de algumas editoras estadunidenses, fazendo, inclusive, com que agenciadores ainda desconhecidos no cenário internacional conseguissem empregar seus agenciados nas mesmas.

Além disso, conseguimos compreender que o papel da *Art&Comics* foi além do agenciamento inicial. A empresa organizou e sistematizou a apresentação dos portfólios para as editoras estrangeiras, recrutou, negociou contratos, forneceu um ambiente para trabalho, disponibilizou equipamentos tecnológicos como fax e telefone, pagou ligações e envios internacionais, traduziu roteiros, enviou e recebeu amostras, acompanhou e direcionou a produção, sugeriu nomes artísticos e até mesmo, nos momentos finais, orientou a melhor forma para converter o pagamento recebido em dólar. Assim, percebemos que a agência agiu tanto na micro quanto na macro esfera cotidiana, viabilizando a execução dos trabalhos e a inserção dos quadrinistas brasileiros.

Não compreendemos a agência como a única responsável pela inserção destes quadrinistas no cenário estadunidense. Nosso objetivo não é glamourizar a empresa, muito menos seus funcionários. Até porque compreendemos que o contexto existente no período também possibilitou esse acontecimento. Contudo, mediante a quantidade de ações desenvolvidas para viabilização da contratação dos artistas brasileiros, torna-se necessário reconhecer que, de determinada maneira, a *Art&Comics* teve sim um papel relevante naquele contexto.

É nesse sentido que chegamos aos momentos finais dessa conclusão e endossamos a hipótese de que o surgimento da *Art&Comics* viabilizou a contratação do grupo de quadrinistas brasileiros por editoras estadunidenses dentro de um contexto específico. A empresa serviu como ponte entre Brasil e Estados Unidos ao estabelecer contato com as editoras estrangeiras, dessa forma, facilitando a comunicação e quebrando a barreira do idioma.

Dessa maneira, levando em consideração que os quadrinistas brasileiros não possuíam as condições financeiras, tecnológicas e nem o domínio do inglês para realizar todas aquelas etapas mencionadas, sem a ação da agência, provavelmente, os mesmos haveriam continuado enfrentando as mesmas dificuldades durante um determinado momento. Possivelmente, pelo menos naquele período, os artistas brasileiros não teriam conseguido a contratação e o trabalho com editoras estadunidenses.

Não estamos afirmando que sem a existência da agência a inserção de quadrinistas brasileiros no cenário *mainstream* estadunidense de histórias em quadrinhos haveria sido impossível para sempre. Mas, mediante o contexto analisado e as ações desenvolvidas, é importante compreendermos que a *Art&Comics* acabou tendo um importante papel na diminuição das dificuldades existentes.

Portanto, o papel da *Art&Comics* na inserção destes quadrinistas no mercado internacional de quadrinhos é evidenciado através de todos os elementos apresentados, sendo a agência responsável também por parte da profissionalização desses artistas e a contratação dos mesmos.

Assim, a agência criada por Helcio de Carvalho, Jotapê Martins e Dorival Vitor Lopes, dentro do que foi falado até esse momento, foi responsável por uma importante movimentação no cenário nacional e internacional de produção de histórias em quadrinhos, dessa forma, nos fazendo acreditar na existência de uma “invasão” de quadrinistas brasileiros, no sentido mais figurado e menos literal da palavra, ao mercado estadunidense.

O termo utilizado não é empregado com o intuito de superlativizar a quantidade de brasileiros trabalhando no mercado estadunidense durante a década de 1990, até porque não possuíamos dados absolutos sobre as quantidades antes e depois do surgimento da agência. A única ação que pudemos tomar foi não negligenciar a maior quantidade de circulação de determinados nomes nacionais dentro daquele contexto internacional, estampando, inclusive, títulos com grande alcance comercial.

Nesse sentido, esse olhar nos ajuda a compreender que o número de brasileiros trabalhando para editoras de histórias em quadrinhos nos EUA após o surgimento da *Art&Comics* aumentou de maneira perceptível. Inclusive, esses profissionais podem ser compreendidos, de determinada maneira, como “desbravadores” de um mercado que não estava facilmente aberto, pois, os mesmos trilharam alguns dos primeiros caminhos e forneceram uma outra perspectiva para gerações posteriores de quadrinistas. Além disso, estes artistas acabaram contribuindo com a construção da imagem do quadrinista brasileiro profissional que possuía qualidade, cumpria prazos e se dedicava exclusivamente a profissão como forma de sustento.

Portanto, parafraseando e tentando responder, mesmo que parcialmente, a inquietação do quadrinista Mike Deodato Jr exposta durante o último capítulo sobre a razão pela qual quadrinistas brasileiros não desenhavam para editoras de super-heróis nos Estados Unidos antes da década de 1990, acabamos chegando em uma resposta que dialoga de maneira próxima com o objeto de nossa pesquisa: o papel da *Art&Comics* naquele contexto. Nesse sentido, o fato de não existir, antes daquele momento, uma empresa como a *Art&Comics* que, dentro das suas

ações, conseguiu viabilizar parte da comunicação com mercado internacional, estabelecer contato com editores estrangeiros, organizar a produção sistematicamente, fornecer os meios tecnológicos-financeiros e direcionar os quadrinistas, dificultou que artistas nacionais conseguissem trabalhar no cenário fora do Brasil.

REFERÊNCIAS

- A HORA SUAVE. **Joe Bennett** - Abrindo portas para nova geração de desenhistas. YouTube, 19 de fevereiro de 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0X2DYzOHa0w&list=WL&index=71>ube.com/watch?v=sK_v7n1nyTQ&list=WL&index=18>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.
- ALBERTI, Verena. **História oral: a experiência do CPDOC**. Rio de Janeiro: FGV, 1990.
- ALONSO, George. Guará tenta 1ª divisão nos quadrinhos de 'Futebol e Raça'. **Folha de São Paulo**, 25 dez. 1988, p. 7.
- ASSEMBLEIA DE MINAS GERAIS. **Programa Geração com Eddy Barrows (27/8/2011)** - bloco 1 de 3. YouTube, 26 de agosto de 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sGFrEboxZAI&list=WL&index=36>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.
- BERNARDO, Thiago Monteiro. **Sob o manto do morcego: uma análise do imaginário da ameaça nos EUA da era Reagan através do universo ficcional do Batman**. 189 f. Dissertação (Mestrado em História Comparada) – Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.
- BHNEWS TV. **BHNews Entrevista, participação Will Conrad**. YouTube, 14 de junho de 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=M3_IYvwuCIA&list=WL&index=22&t=3s>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2007.
- CAGNIN, Antônio Luiz. **Os quadrinhos**. São Paulo: Editora Ática, 1975.
- CANAL MAKING OF. **MIKE DEODATO JR. (Marvel) | Entrevista Canal Making Of #05**. YouTube, 13 de fevereiro de 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PGEW8yIqPAw&list=WL&index=3>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.
- CASSAB, L. A.; RUSCHEINSKY, A. Indivíduo e ambiente: a metodologia de pesquisa da história oral. **BIBLOS**, [S. l.], v. 16, p. 7–24, 2007. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/125>. Acesso em: 22 jan. 2023.
- CASTLEBERRY, Garret. **Incorporating flow for a comic** [book] corrective of Rhetcon. 144f. Dissertation (Master of Arts in Humanities) – University of North Texas, 2010.
- CAVALCANTI, Carlos Manoel de Hollanda. **Entre luzes e trevas: o Príncipe Valente e as representações políticas e civilizacionais nos quadrinhos (1936-1946)**. Dissertação (Mestrado em História Comparada) – Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

CENTRAL HQS. [Central HQs Entrevista] MIKE DEODATO JR. YouTube, 29 de setembro de 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Zwdn3dYqGeQ&list=WL&index=10>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

CENTRAL HQS. **Entrevista com o desenhista brazuca WILL CONRAD (1/2)**. YouTube, 13 de abril de 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=edwDvV-8t_g&list=WL&index=66>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

CIRNE, Moacy. **A explosão criativa dos quadrinhos**. 2. ed. rev. Petrópolis: Vozes, 1970.

CIRNE, Moacy. **Para ler os quadrinhos**: da narrativa cinematográfica à narrativa quadrinizada. Petrópolis: Vozes, 1972.

CIRNE, Moacy. **Uma introdução política aos quadrinhos**. Rio de Janeiro: Angra, 1982.

CON-POP. **Podcast #03** - Mike Deodato. YouTube, 16 de agosto de 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=V1X0tgwELWU&list=WL&index=13>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

CZIZEWESKI, Grégori Michel. **É apenas um jogo**: pensamento, condição humana e pós-modernidade no final do século XX na história em quadrinhos Os Invisíveis, de Grant Morrison. Tese (Doutorado em História) - Programa de Pós-graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

DENIS DYM FREITAS. **Ivan Reis (intro)**. YouTube, 9 de julho de 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pli85BfIGSc&list=WL&index=18>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

DIOGO, Edson. **Guia dos Quadrinhos**. 2007–2019. Disponível em: <http://www.guiadosquadrinhos.com/>. Acesso em: 10 de abr. de 2019.

DORFMAN, Ariel; MATTELART. Armand. **Para ler o Pato Donald**. São Paulo: Paz e Terra, 1971.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

EISNER, Will. **Narrativas gráficas** – Princípios e práticas da lenda dos quadrinhos. São Paulo: Devir, 2013

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

ERIC BLAKE ART. **A LENDA DOS QUADRINHOS LUKE ROSS!**. YouTube, 17 de setembro de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RJnrawf7gIY&list=WL&index=83>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **BATE PAPO COM IVAN REIS / DICAS**, DC COMICS, MERCADO E MUITO MAIS. YouTube, 16 de junho de 2020. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=7kZ6L9MQf_g&list=WL&index=95>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **Bate papo com o quadrinista Marcelo Campos** – Eric Blake Art. YouTube, 4 de novembro de 2015. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=OjAHUcfFHlo>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **DANIEL HDR Como entrar no mercado americano de quadrinhos** - Eric Blake entrevista. YouTube, 30 de janeiro de 2015. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=76RAItgPrOU&list=WL&index=59>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **Ed Benes Bate papo exclusivo** - Eric Blake entrevista. YouTube, 27 de janeiro de 2017. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=a1JsZJ2AQTE&list=WL&index=65>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **EDDY BARROWS Batman DC Comics e Carreira** - Eric Blake entrevista. YouTube, 11 de abril de 2016. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=VOTsA9iosTI&list=WL&index=51>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **JOE BENNETT Carreira Marvel DC Mercado e muito mais** - Eric Blake entrevista. YouTube, 27 de novembro de 2015. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=0MrZnxWLRL0&list=WL&index=61>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **MARCELO CAMPOS Carreira Quanta Liga Da Justiça e muito mais** - Eric Blake entrevista. YouTube, 4 de novembro de 2015. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=OjAHUcfFHlo&list=WL&index=61>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **MIKE DEODATO Carreira Marvel e muito mais** - Eric Blake entrevista. YouTube, 26 de agosto de 2015. Disponível em: <
<https://www.youtube.com/watch?v=DD7qGI0eCYU&list=WL&index=3>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **PAPO COM MIKE DEODATO / CARREIRA, MERCADO, DICAS E MUITO MAIS!**. YouTube, 15 de setembro de 2020. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=FXVM-YRTLd4&list=WL&index=82>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

ERIC BLAKE ART. **WILL CONRAD Quadrinhos Carreira e Marvel/DC** - Eric Blake entrevista. YouTube, 1 de abril de 2016. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=U-M0rxsv_3o&list=WL&index=21&t=2s>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

FARIA, Rogério. Recordatórios nos quadrinhos. **Criando HQ**, 2011. Disponível em:
<http://criandohqs.blogspot.com/2011/12/recordatorios-nos-quadrinhos.html>. Acesso em: 01 de fev. de 2022.

FLOR, Ricardo Bruno. **Superman e a guerra: dos magnatas das munições ao arsenal da democracia**. 2014. 141f. Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

FOUCAULT, Michel. Conferência 1. *In: A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro: Nau, 2003.

FOUCAULT, Michel. Nietzsche, a genealogia e a história. *In: Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FURLAN, Cleide. HQ e os “syndicates” norte-americanos. *In: LUYTEN, S. M. B. (org). História em quadrinhos: leitura crítica*. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 1985.

GOMES, Marília Noletto. **Testemunho em Quadrinhos: reflexões sobre a identidade palestina na obra de Joe Sacco**. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012.

GORDON, Ian Lewis. **Envisioning consumer culture: Comic strips, comic books, and advertising in America, 1890-1945**. 566f Dissertation (Doctor of Philosophy in History) – The University of Rocheste, New York, 1993.

GRAVETT, Paul. **Manga: Sixty Years of Japanese Comics**. Harper Design, 2004.

GROENSTEEN, Thierry. **O Sistema dos Quadrinhos**. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial, 2015.

GUERRA, Fábio Vieira. **A crônica dos quadrinhos: Marvel Comics e a história recente dos EUA (1980-2015)**. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2016.

GUIA DOS QUADRINHOS. Ica Press. **Guia dos Quadrinhos**, 2022. Disponível em: <http://www.guiadosquadrinhos.com/artista/ica-press/21810> . Acesso em: 01 de maio de 2022.

GUIA DOS QUADRINHOS. Viz Media. **Guia dos Quadrinhos**, 2022. Disponível em: <http://www.guiadosquadrinhos.com/editora-estrangeira/viz-media/91>. Acesso em: 01 de maio de 2022.

HALL, Richard. A. **The Captain America Conundrum: issues of patriotism, race, and gender in Captain America comic books, 1941-2001**. 360 f. Dissertation (Doctor of Philosophy Program in History) – Alburn University, Alabama, 2011.

HOWE, Sean. **Marvel Comics: a história secreta** / Sean Howe; tradução de Érico Assis – São Paulo: LeYa, 2013.

JÚNIOR, Gonçalo. **A Guerra dos Gibis: formação do mercado editorial brasileiro e a censura nos quadrinhos. 1933-64**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

KRAKHECKE, Carlos André. **Representações da Guerra Fria nas Histórias em Quadrinhos Batman – o Cavaleiro das Trevas e Watchmen (1979-1987)**. 2009. Dissertação

(Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

LUYTEN, Sonia Maria Bibe. **O que é histórias em quadrinhos**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

LUYTEN, Sonia Maria Bibe. **Poder e difusão dos quadrinhos japoneses como reflexo da sociedade nipônica**. 1988. Universidade de São Paulo, São Paulo, 1988.

MARREIRO, JJ. Entrevista Exclusiva! David Campiti & Rodrigo Monteiro falam ao Laboratório Espacial!. **Laboratório Espacial**, 2011. Disponível em: <http://laboratorioespacial.blogspot.com/2011/11/entrevista-exclusiva-david-campiti.html>. Acesso em: 01 de fev. de 2022.

MCCLLOUD, Scott. **Desenhando os quadrinhos: os segredos das narrativas dos quadrinhos, mangás e graphic novels**. São Paulo: MBOOKS, 2007.

MCCLLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos**. São Paulo: MBOOKS, 2004.

MCCLLOUD, Scott. **Reinventando os quadrinhos: como a imaginação e a tecnologia vem revolucionado essa forma de arte**. São Paulo: MBOOKS, 2005.

MILLER, John Jackson. Comic Book Sales by Month. **Comichron**, 2018. Disponível em: <https://www.comichron.com/monthlycomicsales.html>. Acesso em: 17 de abr. de 2019.

MILLER, John Jackson. Comics Buyer's Guide: A Look Back. **Comichron**, 2018. Disponível em: <https://www.comichron.com/faq/comicsbuyersguidehistory.html>. Acesso em: 17 de abr. de 2019.

MOYA, Álvaro de. **História da História em Quadrinhos**. 3ª edição. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994.

MOYA, Álvaro de. **Shazam!**. 3ª edição. São Paulo: Perspectiva, 1977.

NERD PROFISSIONAL. **Live O IMPÉRIO DOS GIBIS (7)!** Convidado: Helcio de Carvalho. YouTube, 13 de agosto de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kcmjsGDgBc8&list=WL&index=96&t=3092s>. Acesso em: 03 de janeiro de 2022.

PAPO ZINE. **HQs & Negócios #1** | Klebs Junior. YouTube, 22 de setembro de 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VfnQjaRV2yM&list=WL&index=80>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

PESAVENTO, S. Jatahy. **História & história cultural**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **Em busca de uma outra história: Imaginando o imaginário**. Revista Brasileira de História, São Paulo: ANPUH/ Contexto, vol. 15, n.º.29, 1995.

PIPOCA & NANQUIM. **Entrevista com Mike Deodato** | Pipoca e Nanquim. YouTube, 22 de dezembro de 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XiXbebpvWvs&list=WL&index=11>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

PORTAL ROMA NEWS. **ESPECIAL QUADRINHOS JOE BENNETT**. YouTube, 7 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mfnItlESuDs&list=WL&index=89>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. **Imagem: estética moderna e pós-moderna**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

RAMONE, Marcos. Dez marcantes momentos da indústria dos quadrinhos nos anos 1990. **Universohq**, 2015. Disponível em: <http://www.universohq.com/materias/dez-marcantes-momentos-do-mundo-dos-quadrinhos-nos-anos-1990/>. Acesso em: 17 de abr. de 2019.

RASCUNHOSTUDIO. **Entrevista com o artista Marcelo Campos**. YouTube, 22 de janeiro de 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=54H2gEsdvq4&list=WL&index=89&t=5s>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

RASCUNHOSTUDIO. **Hangout com Luke Ross & Alzir Alves**. YouTube, 21 de junho de 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ibba8wz1qOo&list=WL&index=90>>. Acesso em: 03 de janeiro de 2021.

REYNOLDS, Richard. **Super-heroes: a modern mythology**. Jackson: University Press of Mississippi, 1994.

RODRIGUES, Márcio dos Santos. **Representações políticas da Guerra Fria: as histórias em quadrinhos de Alan Moore na década de 1980**, Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2011.

SANTOS, Rodrigo Otávio dos. **Rock e quadrinhos nas páginas da Revista Chiclete com Banana (1985-1990)**. Tese (Doutorado em História) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

SILVA, Alexandre de Carvalho Rodrigues da. **Cenas narrativas em Batman-Ano Um: Descontinuidades e continuidades na caracterização do super-herói**. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Brasília, Brasília, 2011.

SIRINELLI, Jean- François. Os intelectuais. *In*: REMOND, René (org.). **Por uma história política**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2003. 2 ed. P. 231 – 269.

SOUSANIS, Nick. **Desaplanar**. São Paulo: Venneta, 2017.

SOUZA, Manoel de; MUNIZ, Maurício. **O Império dos Gibis**: a incrível história dos quadrinhos da Editora Abril. São Paulo: Editora Heroica, 2020.

TONIN, Thays. **Os fantasmas da modernidade e as imagens distópicas em quadrinhos e outras artes**. Dissertação (Mestrado em História) - Programa de Pós-graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

TUCKER, Reed. **Pancadaria**: por dentro do épico conflito Marvel vs DC. Rio de Janeiro: Fábrika231, 2018.

UPPENDAHL-POTTER, Lee Ann. **Reflections of cold war policies in popular culture, 1945-1965**. 122f Dissertation (Master of Arts in History) – University of Houston-Clear Lake, 1994.

VARGAS, Alexandre Linck. **A invenção dos quadrinhos**: Teoria e crítica da sarjeta. Tese (Doutorado em Literatura) – Programa de Pós-graduação em Literatura, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

VERGUEIRO, Waldomiro. **A linguagem dos quadrinhos**: uma “alfabetização” necessária. In: RAMA, Angela (Org.); VERGUEIRO, Waldomiro (Org.). Como usar as histórias em quadrinhos em sala de aula. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

VERGUEIRO, Waldomiro. **Pesquisa acadêmica em histórias em quadrinhos**. São Paulo: Criativo, 2017.

VERGUEIRO, Waldomiro. Super-heróis e cultura americana. In: VIANA, Nildo (Org.); REBLIN, Iuri Andréas (Org.). **Super-heróis, cultura e sociedade**. Aparecida, SP: Idéias e Letras, 2011.

VIANA, Nildo. Breve história dos super-heróis. In: VIANA, Nildo (Org.); REBLIN, Iuri Andréas (Org.). **Super-heróis, cultura e sociedade**. Aparecida, SP: Idéias e Letras, 2011.

VIANA, Nildo. **Heróis e Super-heróis no mundo dos quadrinhos**. Rio de Janeiro Achiamé, 2005.

WRIGHT, Bradford Walker. **The American comic book**: A cultural history. 443 f.