

“Um Caipora na Corte do Brasil”

Carlos Manoel de Hollanda Cavalcanti

“Uma imagem vale mais do que mil palavras”, diz o tão conhecido aforismo da propaganda e marketing. Não resta dúvida de que as imagens podem comunicar tão bem ou às vezes melhor do que textos corridos, contendo um sem-número de mensagens diretas ou indiretas ao espectador, esteja ele consciente disso ou não¹.

Será possível que as imagens com as quais nos deparamos dia a dia tenham sido pensadas para produzir determinada atitude ainda que não estejamos conscientes dela? Obras de arte, imagens de TV, de jornais, de cinema ou “inocentes” revistas em quadrinhos servem não só como porta-vozes das idéias de seus produtores, mas também como veículos capazes de contribuir para a produção de comportamentos e/ou como estímulo a um modo de pensar para um grande número de pessoas.

Em conformidade com essa percepção, podemos entender que toda imagem traz consigo uma carga discursiva direta ou indireta (que não estaria entre os objetivos iniciais do autor) e que a forma visual desse discurso tem a particularidade de comunicá-lo mesmo àqueles que não sabem ler – tal carga, é, ainda, modificada pelos olhos de quem vê, por suas expectativas, preconceitos, limitações e capacidades. Isso não significa que os que sabem ler não sejam influenciados pelas imagens; eles podem ver-se identificados com as propostas embutidas nas imagens, tanto as que seus produtores desejam comungar com o maior número possível de pessoas, quanto aquelas que ele emite ao simplesmente ser um reprodutor, consciente ou não, de posturas e valores do ambiente sociocultural a que pertencem. Isso especialmente se ele dispõe de um meio de comunicação de massa, potencializado por um bom processo de distribuição e por um momento sociopolítico e econômico favorável à disseminação/assimilação de seu material.

O presente trabalho analisa as histórias em quadrinhos e a arte seqüencial de Angelo Agostini, em sua “Revista Ilustrada”, mais especificamente a série do personagem “Zé Caipora”, que fez sua primeira aparição em 1883², nas páginas centrais daquela

publicação, e diversas mini-histórias independentes e sem personagens fixos, desenhadas, também naquelas páginas centrais, abordando questões políticas e sociais, como a escravidão (e o incentivo à Abolição), a República e a crítica aos privilégios do clero. A “Revista Ilustrada” de Agostini foi um veículo que contribuiu, através da arte, de forma decisiva para a difusão dessas idéias, num Brasil cuja população contava com mais de 80% de analfabetos.

O tema surgiu primeiramente em função de meu interesse profissional, já que por alguns anos dediquei-me às artes gráficas, à produção de quadrinhos e à literatura popular em revistas de passatempos e outras publicações, além de uma percepção do fato de que tanto as falas de personagens, as circunstâncias em que se inserem e as imagens em si, contêm o já referido discurso político e ideológico ou mesmo crenças e reproduções/traduições da realidade circundante. Observe-se que a difusão de movimentos como o abolicionismo e o republicanismo teve grande contribuição da imprensa, numa época em que finalmente esta era permitida, após séculos de proibição (durante o período colonial e um pouco além, já no século XIX). Ali, Agostini elaborava suas “reportagens ilustradas” (na verdade, narrativas seqüenciais quadro a quadro), onde denunciava, mediante relatos recebidos na redação do periódico, abusos, tragédias, situações cômicas e diversos temas de interesse seus contemporâneos. Isso não podia deixar de lembrar reportagens hodiernas que denunciam problemas na cidade ou na administração do país (algo como o que ocorreu em 1992, promovendo as passeatas dos “caras-pintadas” pelo *impeachment* do presidente Fernando Collor), coisas que tantas vezes nos alertam para circunstâncias que do contrário dificilmente estaríamos cientes. Da mesma forma, intrigou-me o fato de termos uma tradição novelística, onde os autores e atores promovem críticas aos costumes e também denunciam problemas sociais que têm potencial para passarem despercebidos da maioria das pessoas. O processo obviamente não é o mesmo, mas existe a semelhança da ação das imagens vindas de um meio de comunicação de massa sobre as atitudes coletivas, o que despertou o interesse por descobrir como isso funcionou e seus vínculos com as primeiras expressões que tiveram papel relevante na formação dos atuais

quadrinhos e de séries televisivas: as tramas rocambolescas e continuações, típicas dos folhetins, diária ou semanalmente.

A consideração de linguagens seqüenciais e iconográficas como os quadrinhos são bastante relevantes para o olhar do historiador, tanto quanto ilustrações de textos corridos, charges, caricaturas e até fotografias e cinema. Todos são ferramentas que contribuem fortemente para formação de opinião e de construção-desconstrução de crenças populares e/ou formas de ação política. Imagens podem conter elementos reveladores das características de uma época e de uma sociedade. Contudo, como já foi dito acima, é fundamental observá-las tendo em vista os objetivos conscientes de seu autor, as traduções que ele dá ao que produz, ao tentar retratar o mundo tal como o vê, bem como o que ele, sem que necessariamente perceba, insere em termos de padrões socioculturais, preconceitos, crenças etc. Em histórias em quadrinhos isso fica ainda mais evidente, ao trabalharmos seu conteúdo não apenas voltado para uma única imagem dentro da narrativa, mas para o encadeamento de imagens que formam discursos coerentes com sua lógica interna. Por exemplo, uma coisa é observarmos a imagem de um “Zé Caipora”, com seu fraque todo sujo e cartola amassada, levando um banho de limões de cheiro. A cena em si já é bastante significativa, mas torna-se muito veemente quando a observamos dentro da seqüência a que pertence: antes do “banho”, Zé, desenhado de maneira a produzir uma percepção cômica no leitor, sai, todo posado, à maneira britânica, a caminhar numa das ruas do Rio de Janeiro, justamente no carnaval, quando pessoas com tais vestimentas, que as destacavam da maioria pelo poder aquisitivo, tinham seus trajes e cartolas arruinados pela fedentina dos preparados carnavalescos. Esta pequena passagem sobre o início dos vários capítulos das aventuras do personagem por si só já possibilita um bom estudo dos costumes e questões socioeconômicas vigentes num tempo. Outra passagem significativa das obras de Agostini dá-se na história independente “Os bens dos conventos”, onde ele, acidamente, critica o que dá a entender ser a boa vida dos clérigos, cheios de fartura (de bebida, comida – vide as panças rotundas nos desenhos– e propriedades) e lascívia, como quando sugere a freqüência do sexo entre abades, padres ou seminaristas e escravas

serventes (mães de grande número de crianças mulatas – sutilmente indicados, na narrativa visual, como filhos daqueles).

O processo de produção, estímulo e reiteração de modelos comportamentais ou de críticas a um determinado traço da sociedade através de histórias em quadrinhos ainda hoje pode ser muito eficaz. Nos anos 30, nos Estados Unidos, por exemplo, várias foram as produções, sobretudo as de histórias de aventuras e super-heróis que, até certo ponto, motivadas pelos problemas decorrentes da crise de 1929, propunham estereótipos que valorizavam o cidadão defensor da propriedade privada, o self-made man (Batman, Superman etc.) e o modelo liberal como elemento de legitimidade e depreciavam, de forma igualmente estereotipada, a ação fora-da-lei, num momento em que uma parcela da população não teria acesso tão fácil às “virtudes” apregoadas pelo liberalismo. Hoje em dia, várias histórias são feitas com base no medo do terrorismo, inspiradas no atentado às Torres Gêmeas e no que muitas vezes surge, no enredo das histórias em quadrinhos, como “ameaças internacionais”.

Apesar disso, no Brasil, raros são os casos em que as vias pedagógicas, empresariais e até estatais se utilizam desse potencial para promoção de costumes, idéias, críticas e, até, dependendo do modo como os quadrinhos forem apresentados, aprendizado.

Ao incluirmos tal conceito (histórias em quadrinhos como fonte primária, como mecanismo pedagógico e como ferramenta de promoção de estereótipos) ao olhar do historiador, debruçando-nos sobre obras da qualidade artística e do estilo literário de “Zé Caipora” (um misto de comédia, romance, mito e tragédia), abrimos um novo leque de possibilidades para a explicação de certas categorias de propaganda ideológica atuantes no final do século XIX e início do século XX, quando a indústria gráfica norte-americana passou a produzir quadrinhos em grande quantidade para um público crescente.

O modo como os quadrinhos de Agostini eram lidos no Brasil, o interesse da população pelas histórias, que foram republicadas diversas vezes, atestam o fato de que o público leitor brasileiro do último quartel do século XIX (especialmente o público do Rio de Janeiro e os assinantes da Revista Ilustrada em outras cidades Brasil afora) se não era, em

alto grau, ligado afetivamente³ aos maneirismos do personagem central e às circunstâncias complicadas em que ele se envolvia, ao menos encontrava ali uma alternativa de lazer e um elemento propiciador de assunto em conversas informais. Isso não era pouco, já que falamos das reduzidas opções de leitura popular naquela época em que a Imprensa e o mercado editorial brasileiro estava ainda emergindo das transformações políticas (a partir do início do século XIX, de colônia a território independente e federado), econômicas (do modo de produção escravista até o liberalismo) e sociais (o processo que levou da Monarquia à República, entre outras coisas) do país (sem contar o fato de igualmente emergir das proibições à produção gráfica e imprensa de até poucas décadas antes da chegada de Agostini ao Brasil).

Importantes não só como elemento estético, como é o caso das modernas *Graphic Novels*, as histórias em quadrinhos são conhecidas entre os apreciadores e profissionais brasileiros do meio pelo nome de “HQ’s”⁴. Podendo, hoje, serem coloridas com técnicas sofisticadas de pintura, combinadas com computação gráfica, as HQ’s são, sobretudo, um veículo de comunicação de massa, um produto da indústria cultural. Muito mais que um entretenimento, elas fornecem pistas sobre como atua o imaginário popular em determinada época, sem deixarem de gerar outros valores acordes com seu tempo e produtores (autores, editores, financiadores).

Mais do que apenas retratar sua época, a arte estimula comportamentos, promove modelos e interfere nas ideologias e na estética da sociedade, sobretudo se estivermos falando de um estilo de arte seqüencial, como quadrinhos, que insere-se no contexto da cultura de massa e atinge milhares, senão milhões, de pessoas em curto espaço de tempo e que, em seus primórdios, era uma forma bastante acessível de lazer a diversas camadas sociais (não apenas ao público infanto-juvenil, conforme pode-se pensar).

No caso de “Zé Caipora” e das outras produções quadrinhísticas de Agostini, talvez não possamos falar com todo o rigor de “cultura de massa”, conceito que surgiu no século XX. Contudo, é tentador pensar numa publicação tão longeva e tão lida para os padrões da época no Brasil (durou de 1876 a 1889 e atingiu uma tiragem, extraordinária, para sua

conjuntura, de quatro mil assinaturas) quanto a Revista Ilustrada como algo com caráter extremamente semelhante ao que posteriormente assumiram as publicações do século seguinte, mormente no que tange às narrativas seqüenciais. E mais: desde antes da formulação do conceito de cultura de massa, as HQ's eram um mecanismo que contribuía para a vendagem de publicações periódicas, mesmo estas não sendo exclusivamente quadrinhísticas (como hoje o são os chamados “gibis”). Os jornais, por exemplo, durante um bom tempo, sobretudo na primeira metade do século XX, tinham nos quadrinhos fatores de atração de leitores. No caso da Revista Ilustrada e da difusão do abolicionismo no Brasil dos oitocentos a coisa funcionava relativamente próxima disso, em se tratando da série de “Zé Caipora”: muitos leitores atraídos pelas histórias do personagem, já com a revista na mão, dificilmente deixariam de, ao menos, dar uma passada de olhos nas demais seções. Com uma massiva propaganda liberal, republicana e abolicionista, então, a publicação cumpria seu papel mais facilmente.

Mesmo com a avalanche de mudanças causadas pelos avanços tecnológicos e pelas expressões dos modismos, o presente convive com outros tempos, se pensarmos segundo Fernand Braudel. Essas diversas temporalidades estão sempre interferindo nos comportamentos individuais e coletivos ou convivendo com eles. “Toda história é contemporânea”, pois dirigimos nosso olhar às questões que hoje se destacam em nossa percepção, seja porque nos incomodam, seja porque nos agradam. E é impossível não ser atingido, talvez até de modo incômodo, pela mídia e pelas preferências coletivas construídas gradativamente pela propaganda e pelo uso dos demais recursos de comunicação de massa.

As temáticas de poder e privilégio, de ética e necessidade, de desenvolvimento e “atraso”, vistos nas histórias de “Zé Caipora”, nas dos padres de “Os Bens dos Conventos”, e também nas críticas ilustradas do artista a personagens reais, são um tanto presentes no mundo de hoje. Por trás do sofisticado homem de negócios, com seu carrão, seu *notebook* de última geração, seus trânsitos de helicóptero pela cidade congestionada, seu aparato apoiado por satélites que orbitam a Terra e as demais tecnologias de ponta, está o homem

de sempre, que busca altas posições numa hierarquia, afim não só de suprir suas necessidades básicas com menor esforço (ou explorando o esforço de terceiros), mas de, a partir de seus privilégios, obtidos pela subserviência aos valores legitimados socialmente em sua época, sentir-se protegido da instabilidade/imprevisibilidade da vida, prolongando sua existência e seu conforto ao máximo, a despeito do quanto seus contemporâneos possam ser desprovidos das mesmas condições.

Pensando em termos de condicionamento e, talvez, de subserviência a valores massificados pela mídia, talvez nós ainda tenhamos guardado, bem secretamente, o cancro da escravidão. Ele não está mais tão visível, é verdade, pois aquela escravidão que se manifestava pela via física, pelo cativeiro das correntes e chicote, ou pela transformação de seres humanos em mercadoria, não mais é algo do cotidiano, do conhecimento de todos. Não. A escravidão a que somos submetidos hoje talvez seja outra, e se não é no físico que a sentimos, é bem provável que o seja na mente, nas crenças e no abuso de estereotipações, estimuladas por grandes poderes econômicos, por interesses excessivamente individualistas e por temor de que os preconceitos sociais se voltem contra nós individualmente. Tais crenças dizem que temos que nos submeter, por sermos “menos do que realmente somos ou que podemos ser”, a uma lógica que não é a única via legítima de bem estar, nem precisa ser. Resta-nos saber como construir outras lógicas mais humanas e igualitárias sem hipocrisias excludentes.

¹ Prova disso está no processo de persuasão que se dá através de mensagens subliminares, coisa que os estudiosos de técnicas de propaganda e marketing conhecem muito bem. Um bom exemplo de material de pesquisa sobre mensagens subliminares está no seguinte endereço de Internet: <http://www.id.design.pop.com.br/subliminar/oquee.htm>.

² Anteriormente a isso, segundo comenta Athos Eichler Cardoso, em seu “As Aventuras de Nhô Quim e Zé Caipora – Os primeiros quadrinhos brasileiros – 1869-1883” (editora do Senado Federal), Agostini criou, no periódico “Vida Fluminense”, a anedótica série do caipira Nhô Quim e suas aventuras na cidade grande. Essa série não foi concluída. Sua última história publicada termina sugerindo uma continuação que jamais ocorreu. O mesmo aconteceria, anos mais tarde, com a série de Zé Caipora, personagem explorado nesta monografia.

³ Umberto Eco, em “Apocalípticos e Integrados” (ed. Perspectiva, 2001), aponta com veemência esse processo de criação de vínculos afetivos do público para com personagens de ficção, acentuando, a partir de suas observações, que os leitores na verdade buscam, todo o tempo, a reiteração, em cada uma das histórias da série, dos atos e circunstâncias características do contexto pertinente ao personagem.

⁴ Em países como Portugal, Espanha e França os quadrinhos são conhecidos como “banda desenhada” ou “bande desiné”. Nos Estados Unidos e na Inglaterra o termo é “comics”, que foi cunhado devido ao fato de que os quadrinhos primordiais em grande parte serem humorísticos, como é o caso de “Yellow Kid”, personagem norte-americano considerado por muitos o primeiro personagem e a primeira história em quadrinhos rigorosamente dentro da conceituação dada a esse estilo. Aqui, no entanto, no capítulo II, é apresentada uma controvérsia, já que “Nhô Quim”, um dos personagens de Angelo Agostini, é bastante anterior ao “Garoto Amarelo”, sem contar outras HQ’s suíças e japonesas que são ainda mais antigas.