

Balas Zéquinha: identidades, sociabilidades e modernização no século XX em Curitiba

CAMILA JANSEN DE MELLO DE SANTANA¹

Zequinha, personagem fictícia e garoto-propaganda das balas vendidas pela fábrica “A Brandina” em Curitiba, tornou-se um ícone da identidade curitibana e mesmo paranaense. Criado em 1929 com o objetivo de ilustrar as embalagens das Balas Zequinha, na tentativa de assim melhorar as vendas dos doces e aumentar os lucros da empresa, Zequinha ultrapassou as expectativas e tornou-se o real produto, já que as crianças muitas vezes compravam as balas, jogavam-nas fora e colecionavam as embalagens, que traziam Zequinha em um total de 200 diferentes situações.

Criadas na Imprensa Paranaense, as ilustrações de Zequinha mantiveram-se similares às originais até a data de 1967, quando as balas pararam de ser comercializadas. Contudo, seu impacto havia sido profundo: carismático, com valor acessível e colecionável, as embalagens protagonizadas por Zequinha haviam convivido com gerações de paranaenses, que se divertiram com suas representações, trocaram com os amigos as imagens repetidas que possuíam através de novas práticas de sociabilidades como os jogos de bafo e tique, ou a simples troca direta.

Zequinha - representado em situações tão diversas quanto momentos de lazer, práticas esportivas, viagens pelo mundo, ofícios diversos e ações imorais² – Zéquinha Gatuno, Zéquinha bêbado; Zéquinha suicidando-se - era capaz de gerar um sentimento de identificação de pessoas diversas consigo. Por não ser um modelo de comportamento, nem representar um tipo específico de pessoa, personalidade ou grupo social, todos e qualquer um poderiam se sentir representados nas imagens protagonizadas por Zequinha. A personagem não era, portanto, porta-voz de uma identidade, como o movimento Paranista buscava ser, ao objetivar determinar as características do paranaense.

1

Doutoranda do curso de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Paraná, bolsista CAPES.

2

Exemplificando algumas situações protagonizadas por Zéquinha na coleção de imagens vendida entre os anos 1929-1967, temos as quatro imagens a seguir, onde encontramos Zéquinha nas seguintes situações: Zéquinha Casado. Zéquinha Encanador; Zéquinha Turista e Zéquinha Suicidando-se.

XXVIII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA

LUGARES DOS HISTORIADORES: VELHOS E NOVOS DESAFIOS 27 A 31 DE JULHO DE 2015 FLORIANÓPOLIS - SC

2

Nesta direção, Zequinha, quando de seu surgimento na década de 1920, não seria propagador de um discurso identitário sobre o Paraná ou Curitiba, mas tornara-se ícone da identidade paranaense como resultado de um mútuo reconhecimento dos paranaenses, que se viram representados nas imagens e que criaram um imaginário em torno da personagem.



A comunicação da qual Zequinha era representante, não exigia o letramento, pois quase não haviam informações escritas nas embalagens ilustradas com ele. Essa não exigência do conhecimento das letras permitia que qualquer indivíduo, ao ver uma imagem com Zequinha, pudesse compreendê-la, interpretá-la de alguma forma. Essa capacidade de comunicação das imagens é destacada por Marilda Queluz que, ao analisar a circulação de caricaturas em Curitiba, no início do século XX, afirma:

Na construção de um público leitor estabelece-se um contrato que “traga ao mesmo tempo outros conteúdos com outros valores que engajem mais a identidade dos contratantes”. Na realidade, era necessário, no mínimo, fazer deles “parceiros”, senão “cúmplices, em todo caso sujeitos, unidos em uma mesma maneira de perceber o mundo e de se perceber mutuamente.” (QUELUZ, 2002: 20)

Um objeto que é dado a ler, seja um texto, uma imagem ou outra forma de comunicação, necessita que seus interlocutores sejam sujeitos, que se reconheçam como tal, criando uma forma de comunicação que todos possam ler e na qual possam se reconhecer. (KERN, 1996: 97-109)

O público curitibano e paranaense, ao ter contato com Zequinha, reconhece-se em algumas das situações vividas pela personagem, permitindo que uma identificação surja. Desta identificação e do colecionismo estimulado pela empresa de balas, novas práticas de sociabilidades se formam, como os jogos de tique e bafo, nos quais as pessoas trocavam as imagens repetidas de Zequinha. Desta forma, a identificação individual em torno de Zequinha se transforma em um sentimento coletivo, forjando um imaginário em torno da personagem.

Esse imaginário representado nas imagens de Zequinha teria, a partir das novas sociabilidades surgidas com a personagem, fortalecido uma identidade. Como afirma Maffesoli, “o imaginário é o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado nação, de uma comunidade, etc. O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual.” (HALL, 2003:76) Nesta direção, Zequinha seria resultado de um conjunto de imagens reconhecido por uma coletividade, que foi capaz de provocar um vínculo coletivo, uma identificação mútua dessa população, tornando-se assim, ícone da identidade do Paraná. A fala de Carvalho, corrobora nossa afirmação, visto que segundo o autor,

é por meio do imaginário que se podem atingir não só a cabeça, mas, de modo especial, o coração, isto é, as aspirações, os medos e as esperanças de um povo. É nele que as sociedades definem suas identidades e objetivos, definem seus inimigos, organizam seu passado, presente e futuro. (CARVALHO, 1990:10)

Ao analisar o conceito de identidade e a construção do sentimento identitário na pós-modernidade, Stuart Hall salienta que:

As identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação. (...) Segue-se que a nação não é apenas uma entidade política mas algo que produz sentidos – um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação; elas participam da ideia da nação tal como representada em sua cultura nacional. Uma nação é uma comunidade simbólica e é isso que explica seu “poder para gerar um sentimento de identidade e lealdade” (HALL, 2003:49)

Nesta direção, a identidade paranaense seria resultado de um sistema de representação cultural, uma ideia do que é ser paranaense, que é aceita e compartilhada pela população. Em fins da década de 1970 o governo do Estado do Paraná lançou uma campanha para estimular a população a pedir a nota fiscal quando realizasse alguma compra. O objetivo, como anteriormente dito, era aumentar a arrecadação de ICM. Zequinha foi a personagem escolhida para estimular a população a pedir as notas fiscais, visto que as notas poderiam ser trocadas por figurinhas do Zequinha (que neste momento não foi utilizado junto com as balas e que, portanto, não era a embalagem destas, mas sim figurinhas auto-colantes), que colecionadas e coladas no álbum correspondente, davam direito ao colecionador concorrer a prêmios.

A escolha de Zequinha pode ser parcialmente explicada pelo depoimento do Secretário de Finanças do Paraná em 1981, Edson Neves Guimarães, ao afirmar que “O Paraná teve uma feliz escolha ao aproveitar a experiência do personagem Zequinha, de motivação, não só de crianças como de adultos”, declaração complementada com a seguinte afirmação do veículo de comunicação: “[Zequinha] é um personagem folclórico e benquisto dos paranaenses há mais de 50 anos”. (GAZETA DO POVO, 18 mar.1981:15)

A escolha de Zequinha ocorreu após uma concorrência entre nove agências de publicidade e propaganda. A agência vencedora, P.A.Z., foi cumprimentada pelas demais, visto que “a ideia partiu talvez do único personagem eminentemente curitibano, que ao longo de várias décadas identificou-se com as mais variadas camadas da população”(MILLARCH, 16 set. 1979).

Percebe-se pela fala acima exposta e pela leitura do Boletim Informativo “Desembrulhando as Balas Zequinha”, datado de 1974 - primeiro documento que retoma a imagem de Zequinha dentro de uma instituição pública, afirmando sua representação da identidade curitibana e paranaense - que Zequinha, nos anos 1970 já aparece com um discurso de porta-voz, de representação da identidade regional. Esse discurso, que era ausente antes de 1974, é forjado a partir do boletim escrito por Valêncio Xavier, e depois desta publicação passa a ser repetido.

Foucault afirma que o discurso histórico é fruto de um embate, de uma disputa entre diferentes discursos, representativos de grupos distintos da sociedade, onde um, dominante, se sobrepõe aos demais e firma-se como único discurso verdadeiro.(FOUCAULT, 2000) Ideia corroborada por Ruben Oliven, ao declarar que “estudos mais recentes têm apontado justamente o quanto a construção de uma memória nacional e de uma identidade nacional, longe de ser consensual, está ligada aos grupos vistos como detentores de poder e autoridade legítima para se erigirem nos guardiões da memória” (OLIVE, 2011:412).

O Zequinha das últimas décadas do século XX é diferente daquele que marcou o início do mesmo século. Embora algumas situações originalmente vividas pela personagem estivessem presentes, como por exemplo, Zequinha dormindo ou Zequinha motorista (antigamente denominado chauffeur), a grande maioria das imagens tornara-se ausente, sendo substituídas por outras. Zequinha agora não era um sujeito representado de terno, sapatos, gravata e com a barba feita, mas um palhaço (XAVIER, 1974)³, com terno, sapatos tipo lancha, gravata borboleta e a pintura branca no rosto, em torno da boca, característica dos palhaços.

A nova imagem do Zequinha mostra a dificuldade da população dos anos 1970 em interpretar e compreender o estilo das representações imagéticas do início do século XX. Nas

3

A afirmação de que Zequinha seria um palhaço remete ao ano de 1974, quando é publicado o primeiro número do Boletim Informativo da Fundação Cultural de Curitiba. A partir desta publicação, diferentes textos escritos sobre o Zequinha e mesmo depoimentos, confirmam que ele seria um palhaço. A seguir, algumas referências que afirmam que Zequinha era um palhaço: Mania que entrou para a história. *Folha de Londrina*, 04jul.2007. FLORES, Rudney. Toda a Gala de Zequinha. *Gazeta do Povo*, Caderno G, 17fev.2005. Há outras fontes, no entanto, que afirmam que Zequinha não é um palhaço. Exemplos são encontrados na reportagem “Zequinha vai agora para o Supremo”, publicada na *Gazeta do Povo*, no ano de 1987 e anteriormente citada.

revistas ilustradas da época, como *A Bomba* e *O Olho da Rua*, os cidadãos comuns eram geralmente representados com uma marca mais clara ou acizentada em torno da boca, representando a região demarcada pela barba após ser feita. As intensas transformações ocorridas nas formas de representação de imagens durante o século XX levaram a população dos anos 1970 a interpretar a demarcação da barba feita como os limites da pintura característica do palhaço, como afirma o Boletim Informativo da Casa da Memória “Desembrulhando as Balas Zequinha”.

O Zequinha dos anos 1970 deixava assim, de ser uma representação do cidadão comum, para tornar-se uma personagem com traços compreendidos agora, como circenses, que continuava despertando o interesse da população pelo saudosismo, pelo apelo que, geralmente, a figura do palhaço tem perante a população, pelos prêmios aos quais a população concorria, mas acredito, principalmente pelo fator identitário que seu ressurgimento retomava.



Nas propagandas da campanha para aumento da coleta de ICM, o governo do Estado utilizava a frase “Zequinha, o mais curitibano de todos os piás”, para despertar e reafirmar um caráter identitário ao qual esta personagem remetia. Além disso, outras mudanças nas representações de Zequinha confirmam esse viés identitário que, o agora palhaço, possuía.

O Zequinha dos anos 1970 e 1980 tornou-se o cidadão ideal⁴, aquele que não erra, que

4 Como exemplo desse ideal de cidadão paranaense presente nas imagens de Zequinha dos anos 1979-1981, temos as quatro imagens acima apresentadas, as quais apresentam Zequinhas nas seguintes situações e com as respectivas legendas: “Zequinha na Prefeitura: O Prefeito recebeu o Zequinha e mostrou os planos para o desenvolvimento da cidade e o bem-estar da população”; “Zequinha Desfilando: Nas datas mais importantes do Brasil, Zequinha participa dos desfiles com entusiasmo, desprendimento e respeito”; “Zequinha perto da Escola: O Zequinha dirige com cuidado perto das escolas porque sempre tem crianças saindo da aula e atravessando a rua”; “Zequinha no Ônibus Expresso: Funciona em Curitiba e foi criado para facilitar o deslocamento das pessoas. Roda em pista exclusiva”.

respeita integralmente os demais, que está sempre disposto e sorridente. Não só Zequinha foi utilizado para a campanha de coleta de ICM, como passou a ensinar a população, e principalmente as crianças, sobre o que era ser paranaense, desempenhando assim, como aponta Martine Joly, uma das funções da imagem: a função educativa (JOLY, 1996:19). Zequinha visitou várias repartições e instituições públicas do Estado do Paraná e da cidade de Curitiba, ele fez turismo pelo Paraná, apresentando as belezas naturais, culturais e folclóricas do estado. Zequinha ainda explicou à população como algumas inovações que ocorriam eram importantes. Podemos citar, por exemplo, a implantação do ônibus expresso no transporte coletivo curitibano.

Todas as figurinhas do Zequinha vinham, não com uma pequena descrição da imagem, mas com uma legenda, explicando onde Zequinha estava, porque aquele local visitado, ou aquela atitude representada eram corretas/ideais para um verdadeiro paranaense. A nova apresentação de Zequinha retira parte do protagonismo do leitor/colecionador, pois este tem sua autonomia na leitura e interpretação da imagem diminuída, a partir do momento em que a legenda explicativa direciona o leitor/colecionador para uma interpretação desejada.

Zequinha deixa de ser a representação do cotidiano da cidade de Curitiba, para tornar-se o exemplo no qual não apenas curitibanos, mas todos os paranaenses deveriam se espelhar. As falhas, erros, comportamentos vistos como imorais e incorretos que Zequinha cometia no passado, representando assim fatos ocorridos na Curitiba dos anos 1920 e 1930, desapareceram. Zequinha é o cidadão modelo, não comete erros, é extremamente correto e um paranaense perfeito e ideal, e portanto, irreal.

Essa transformação da personagem ocorre em um momento no qual a cidade de Curitiba está vivendo grandes transformações urbanas, com a implementação de um novo plano urbanístico, com um processo de educação da população sobre as questões ambientais e veiculando, paulatinamente, a imagem de capital desenvolvida, moderna, ecológica, alcunhas que atualmente ainda permanecem no imaginário coletivo da população, não só curitibana.

Segundo Jaime Lerner, ex-prefeito de Curitiba e ex-governador do Estado do Paraná⁵

5

Jaime Lerner foi prefeito de Curitiba por três mandatos (1971-75, 1979-84, 1989-92) e Governador do Estado do Paraná em duas oportunidades (1995-99, 1999-2003). As propostas de Jaime Lerner e sua equipe foram responsáveis pela implantação de várias inovações técnicas e urbanísticas na cidade de Curitiba, tornando-a

“Cabe aos administradores estimular sempre o amor e o respeito dos moradores por sua cidade. A campanha de melhor alcance público para essa questão é a que motiva as crianças a conhecerem suas cidades, os bairros e os rios que passam perto de suas casas.” (LERNER, 2011:48) Este estímulo ao amor e respeito pelas cidades levaria a atingir a cidade do futuro que, segundo Lerner, será “um símbolo de solidariedade e identidade”.(LERNER, 2011:47) Ainda conforme Jaime Lerner, esta cidade do futuro seria alcançada com

uma programação cultural para ativar a memória da comunidade, dar grandeza aos valores das pessoas. Nem sempre são obras importantes para o patrimônio histórico ou coisa assim: às vezes é uma edificação que é referência para a cidade, uma árvore centenária, uma antiga fábrica, até um velho armazém, elementos fundamentais na formação de uma identidade. (LERNER, 2011:47-8)

Embora não citado na obra que historiciza a carreira e experiências de Jaime Lerner, Zequinha seria um elemento interessante a ser resgatado neste processo de ativação da memória da comunidade, na procura por reafirmar a identidade local ou regional.

Zequinha, por coincidência ou não (não temos dados que possam afirmar uma relação deliberada com o governo Lerner), é resgatado por Valêncio Xavier no primeiro Boletim Informativo da Fundação Cultural de Curitiba, no ano de 1974, período no qual Jaime Lerner vivia sua primeira experiência como prefeito da cidade de Curitiba e na qual iniciava o processo de implementação de novas propostas, algumas das quais viriam a ser representadas nas figurinhas de Zequinha criadas para a campanha do governo do Estado do Paraná, em 1979, período no qual Lerner assumia seu segundo mandato como prefeito.

Zequinha tem seu resgate ocorrendo nos anos 1970, momento portanto, no qual a cidade de Curitiba passava por transformações intensas em suas propostas urbanísticas. Neste processo, o resgate e reafirmação da identidade local torna-se item relevante para que tais transformações ocorram com maior aceitação, visto que “é comum países e regiões engajados em transformações modernizadoras enfatizarem o valor do passado e a necessidade de cultuá-lo”(OLIVEN, 2011). O Zequinha das décadas de 1970 e 1980 encaixa-se portanto, num contexto onde a personagem serve ao resgate do imaginário e memória coletivos da população, reacendendo um sentimento identitário e também atuando como elemento

referência internacional em urbanização. Entre as inovações há, por exemplo, o ônibus biarticulado e a Rua das Flores representado nas figurinhas de Zequinha.

essencial de uma campanha de arrecadação de impostos.

Zequinha sofre, portanto, um processo de apropriação, se utilizarmos o conceito de Roger Chartier (CHARTIER, 2002). Nesta direção, Zequinha é retirado de seu contexto original e reutilizado em outro, de forma a construir um novo discurso. Assim, Zequinha deixa de ser apresentado como embalagem de bala e passa a ser apresentado no formato de figurinha auto-colante, cujo objetivo único é o colecionismo e não mais o doce e a coleção; a personagem ainda deixa de representar o tipo-comum, real, para representar o tipo-modelo, irreal porque perfeito.

As práticas nas quais Zequinha estava envolto se modificam: o colecionador, a criança perde espaço no qual exercer sua liberdade de interpretação das imagens, pois há um narrador-legenda que orienta a possível narrativa que seria criada. Esta orientação é fruto do interesse da imposição de um novo discurso, que para forjar o novo cidadão-modelo, precisa anular, sobrepor-se ao cidadão-comum anteriormente apresentado na representação que as imagens de Zequinha faziam do cotidiano curitibano dos anos 1920-1930. Essas transformações, por sua vez, só foram possíveis através de um processo de apropriação, na qual houve a preocupação de diminuir o papel de protagonista que o leitor deve ter.

As transformações sofridas por Zequinha caracterizam o processo, violento, de sobreposição de discursos, de tentativa de apagamento do leitor, de sua capacidade interpretativa, pois que não há mais criatividade, liberdade para a população, que agora possui um Zequinha representante dos interesses de um grupo específico da sociedade, que objetiva criar um “discurso de verdade” (FOUCAULT, 1996) e para isto cerceia a liberdade do leitor/colecionador, ao apresentar a legenda, que diminui a autonomia interpretativa do observador, ao induzir ao colecionismo puro, sem a presença do doce. É o que afirma Valêncio Xavier ao destacar que o Zequinha mais recente “impinge uma situação e ponto final”, onde não há participação dos colecionadores, mas sim a criação de “rebanhos de carneirinhos”, visto que “interessa à classe dominante gente que não questione, que goste de entrar em filas, que goste de ser induzida ao consumismo (que obrigue os pais a gastar só para ter a nota fiscal).”(XAVIER, 1996)

Referências Bibliográficas

CARVALHO, José Murilo de . *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CHARTIER, Roger. “**O mundo como representação**”. In: _____. *À beira da falésia. A história entre certezas e inquietudes*. Porto Alegre: Ed. Universidade/ UFRGS, 2002.

FOUCAULT , Michel. FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

JOLY, Martine. *Introdução à Análise da Imagem*. São Paulo: Papirus, 1996

KERN, Maria Lúcia Bastos. *A imagem visual na nova história e história da arte*. 1996. PP. 97-109. *Porto Arte*, Porto Alegre, v.7, n.13, p. 97-109, nov. 1996.

LERNER, Jaime. *O que é ser urbanista [ou arquiteto de cidades]: memórias profissionais de Jaime Lerner*. Rio de Janeiro: Recorde, 2011.

MILLARCH, Aramis. *A volta de Zequinha para ajudar as nossas finanças*. *O Estado do Paraná*, Curitiba, 16set.1979.

OLIVEN, Ruben George. **Cultura e identidade nacional e regional**. In: *Horizontes das Ciências Sociais no Brasil*. ANPOCS, 2011.

QUELUZ, Marilda. *Traços Urbanos: A Caricatura em Curitiba no início do século XX*. São Paulo, 2002. Tese de Doutorado em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC/SP.

XAVIER, Valêncio. *Desembrulhando as balas Zequinha*. *Boletim Informativo da Fundação Cultural de Curitiba*, agosto de 1974. Vol. 1.

_____. 'Zequinha' é romance contado em balas. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, Caderno 2, P. D7, 20 jul.1996. “Caravana do Zequinha” já tem os seus vencedores conhecidos. *Gazeta do Povo*, Curitiba, p. 15, 18fev.1981.

