

Santo Machismo, Batman!

As Representações de Gênero Através das Capas do Batman e da Batgirl¹

Edvaldo RODRIGUES²

Maria Eduarda MENEZES³

Olga SIQUEIRA⁴

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Devido ao crescente consumo e ganho de popularidade das histórias em quadrinhos e suas personagens, o presente artigo se propõe a analisar como as representações midiáticas comportam-se em um período em que os estudos de gênero estão ganhando cada vez mais a cultura pop e como o público consumidor, cada vez mais crítico, reage ao se deparar com alguns materiais promocionais criados para seduzir à moda antiga.

Palavras-chave: HQs; Batman; Batgirl; Gênero; Machismo

Introdução

As histórias em quadrinhos (HQs) têm obtido uma participação mais relevante dentro da cultura pop e a presença cada vez maior desse universo em outras vertentes - filmes, livros, séries - atrai grupos que passam de entusiastas a consumidores. Em paralelo, os discursos sociais fazem cada vez mais parte da cultura *mainstream*⁵, o que antes eram indagações de poucos, hoje, fazem parte do imaginário social, levando o público consumidor a questionar diversos valores tradicionais, entre eles a própria cultura pop. É necessário ampliar o debate sobre a definição dos conceitos das representações de gênero dentro do universo dos quadrinhos na cultura pop e entender como se dá a exposição

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Publicidade e Propaganda, do Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de graduação do 5º período do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, email:

JuniorEdvaldoR@gmail.com

³ Estudante de graduação do 5º período do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, email:

EduardaMenezesC@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Doutoranda do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, email:

olga_siqueira@hotmail.com

⁵ *Mainstream* é um termo em inglês que se refere ao que é de gosto popular, incluindo tudo que diz respeito à cultura de massa. Contrário do termo *hipster*, que seria aquilo que não é de domínio do grande público

através da publicidade nesse campo do entretenimento, seguindo uma lógica mercadológica.

O seguinte problema de pesquisa norteou o estudo: Como as histórias em quadrinhos de super-heróis e seus materiais promocionais foram usados para perpetuar as representações de gênero e como isso afetou o público consumidor. Para ilustrar a antítese das representações de gênero dentro do universo dos quadrinhos selecionamos os personagens *Batman* e *Batgirl*, sendo o *Batman* representado como um exemplo de personagem introspectivo e a *Batgirl* como uma representação exacerbada da colegial em apuros.

Para fundamentar a pesquisa algumas hipóteses foram levantadas: i) É possível que esses valores presentes nas representações de super-heróis e super-heroínas na verdade visem perpetuar tradições junto ao público; ii) independentemente do gênero consumidor da HQ, a representação da mulher tende a satisfazer as expectativas e fetiches do público do gênero masculino, intimidando ou até mesmo ignorando o público leitor do gênero feminino; iii) há um movimento de reformulação e revisão em relação às representações de gênero nas HQs devido à pressão de alguns grupos externos a esse consumo estético e discursivo, dentro de um cenário mais amplo de reconhecimento de outras diferenças. Como em outras vertentes da cultura pop, pessoas de fora tendem a identificar e apontar falhas do movimento melhor do que os que já estão imersos em sua própria segmentação.

A partir do problema exposto e das hipóteses podemos chegar a alguns entendimentos, como, buscar compreender se as HQs com personagens principais do gênero masculino são feitas para o público leitor masculino e se o mesmo ocorre com o público feminino nas HQs de protagonistas do gênero feminino; além disso, se o público consumidor de HQs masculinas seriam de fato homens e se o público consumidor das HQs femininas seriam mulheres; se as leitoras do gênero feminino se sentem intimidadas com capas hiperssexualizadas e se os leitores do gênero masculino na realidade se sentem atraídos pelas mesmas capas; por fim, busca-se entender como as HQs de super-heróis e super-heroínas são usadas para perpetuar as representações de gênero.

O artigo segue uma metodologia mista e está fundamentado em pesquisa bibliográfica, entrevista quantitativa e análise de grupo focal. Para a pesquisa bibliográfica foram selecionadas obras nos campos de gênero, comunicação e análises de quadrinhos. David Glover e Cora Kaplan (2008) e George Mosse (1996) norteiam os estudos sobre a representação de gênero e do corpo na mídia; no campo da comunicação, Adorno (2002),

Walter Benjamin (2012); Fredric Wertham (1954), Fábio da Silva Paiva (2013) e Mike Madrid (2012) são a base para análises de quadrinhos. No primeiro momento faremos uma entrevista quantitativa, a ideia é estabelecer base para as discussões que serão provocadas na segunda etapa, o grupo focal. Os resultados coletados do debate no grupo focal serão analisados e comparados com todo conhecimento teórico adquirido da pesquisa bibliográfica para que os objetivos de pesquisa sejam alcançados e os questionamentos sejam respondidos.

O Mito do Herói e a Necessidade Humana de Contar Histórias

O ser humano sempre utilizou das histórias para se comunicar. Antes mesmo de desenvolver linguagens escritas ou orais, a humanidade já desenvolvia sua primeira forma de comunicação através de desenhos. Com o passar dos tempos, tais histórias vão ganhando novas formas de serem contadas. Desenvolvemos a linguagem oral, a linguagem escrita, os meios de produção e distribuição. Se em outros tempos as histórias possuíam interesses e interferências momentâneas⁶ todas as vezes que eram contadas, hoje com a reprodutibilidade técnica, possuem uma certa padronização para atingir a população massiva com mais eficácia. “Aproximar as coisas espacial e humanamente é atualmente um desejo das massas tão apaixonado como a sua tendência para a superação do carácter único de qualquer realidade, através do registro da sua reprodução.” (BENJAMIN, 2012, p.5)

Em outras palavras, as histórias deixaram de ter um sentido pessoal e exclusivo para serem mais uma forma de comunicar as massas. Se no começo as histórias eram apenas tentativas de representar a realidade, com o tempo começaram a ganhar um sentido mais lúdico. Fábulas, contos e lendas são apenas alguns dos tipos de histórias usadas de forma lúdica para ensinar valores, costumes, padrões e ideais.

Como ramificações desses estilos usados antigamente - e dando um salto na história - as HQs surgem efetivamente no século XIX, pelas mãos do norte-americano Richard Outcault. A dinâmica de histórias fragmentadas e personagens fixos se deu primeiramente em jornais sensacionalistas de Nova Iorque.

Devido ao seu rápido sucesso com o público e teor cômico, as histórias em quadrinhos tornaram-se em pouco tempo um produto voltado para as massas. Divertir-se significa que não devemos pensar mais afundo, que a história deva fazer que o leitor não

⁶ Tais interferências momentâneas estão ligadas ao conceito de Aura por Walter Benjamin, a presença do aqui e o agora, um ritual que se perde com a reprodutibilidade técnica.

reflita sobre o conteúdo e que o espectador esteja cada vez mais passivo ao conteúdo exposto (ADORNO, 2002). Mas não é por esse motivo que as HQs não levarão adiante a lógica da perpetuação, muito pelo contrário, é pela facilidade de penetrar conceitos na cabeça do leitor que esse tipo de leitura será cada vez mais valorizado. O espectador necessita criar uma relação com os seres que viverão a trama, porém engana-se quem acha que a perpetuação só acontece devido a uma identificação direta entre personagem e espectador. O espectador já está educado à indústria do entretenimento, já está acostumado a aceitar as informações com certa passividade (ADORNO, 2002).

Desta forma, o fato dos personagens serem sobre-humanos, superpoderosos e/ou viverem em um universo paralelo não interfere diretamente na identificação que o consumidor possui com o personagem. Tais elementos servem de *amusement*⁷, que enfeitam e enriquecem as histórias e ajudam a encantar o público. A identificação real vai além apenas das características básicas, mas acontece com a essência do personagem. Os consumidores identificam algo na essência de seus personagens prediletos que os une de forma única e confidencial. Desta forma, podemos afirmar que o personagem favorito de alguém revela muito mais sobre as características do consumidor do que apenas detalhes de um folhetim fictício.

Um homem e uma garota: unidos por um morcego

Dentre todos os tipos de personagem usados para educar, ensinar e exemplificar conceitos, talvez a que mais ilustre tal ideia seja a figura do herói. O herói é um exemplo para toda a humanidade, o seu destino é o modelo que deve ser seguido por todos (NEUMANN, 1990 apud SILVA PAIVA, 2011). Se considerarmos o título de herói como um ideal para o ser humano comum, teremos nos super-heróis uma hipérbole inatingível. Um herói entre os heróis, aquele que é um espécime completo de integridade e bom comportamento social. Alguém com habilidades e causas tão grandiosas que deixa de ser apenas um humano e adquire um valor olímpico⁸.

Muitos são os super-heróis nas histórias em quadrinhos. Feitos sobre todas as formas possíveis, os super-heróis foram usados desde o início do século XX para ensinar as mais diversas gerações valores como o bem e o mal. O que muitas vezes as pessoas não

⁷ *Amusement* é aqui como diversão, artifícios usados para causar entretenimento. (ADORNO, 2002)

⁸ Olímpicos são personalidades idolatradas que situam entre o real e o imaginário. Seus estilos de vida são constantemente copiados e reproduzidos por outro, são eles: artistas, jogadores de futebol, modelos, etc.

percebem é que, devido ao fato do super-herói ser um supermodelo para a sociedade, vários outros conceitos que este representa são perpassados como verdades absolutas.

Para entendermos melhor o que cada super-herói representa e conseqüentemente ensina como ideal, podemos focar no caso do Batman. Criado em 1939 por Bob Kane com a ajuda do roteirista Bill Finger, o homem morcego tornou-se rapidamente um sucesso de vendas. Tal sucesso pode ser creditado à essência do personagem. “Batman é um super-herói que mantém o fascínio e a mitologia dos maiores heróis, pois mantém a sedução causada pelo seu heroísmo, ao mesmo tempo em que está próximo das mazelas humanas, inclusive superando-as nas reviravoltas, mas nunca fugindo da sua condição” (SILVA PAIVA, 2011, p.45).

Em um universo fictício onde a maioria dos super-heróis tem características sobre-humanas e são imortais, Batman é um ser humano “normal”. Diferente do Super-Homem, seu antecessor e original rival no quesito mercadológico, que é um extraterreste com poderes fantásticos, Batman consagra-se por ser um ideal, até certo ponto, alcançável.

Do seu lançamento, em 1939, a figura do Batman já passou por diversos ajustes. Desde mudanças no seu uniforme até nas formas de combater o crime, várias mudanças foram sendo feitas para adequar o herói às exigências do público. Porém é válido considerarmos aqui que, apesar de sofrer algumas variações e adequações ao tempo, a DC⁹ sempre teve um cuidado em não mudar a essência do personagem.

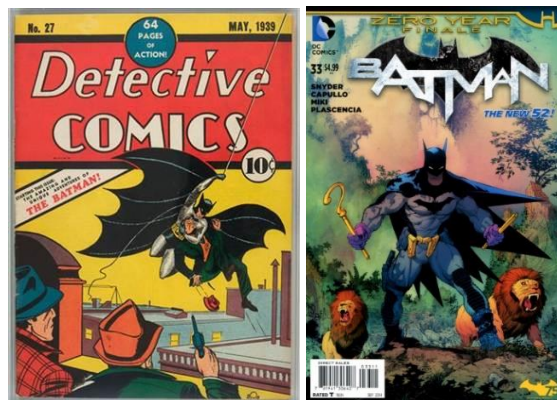


Fig. 1 – Primeira capa onde o Batman aparece, *versus* edição recente.

É válido aqui analisarmos não apenas como o Batman é um exemplo ideal de heroísmo e bravura, mas também como as características deste o vendem como um exemplo do homem ideal. Ao analisarmos a figura do Batman, podemos perceber todo o ideal de masculinidade que o envolve.

⁹ A DC Comics, ou apenas DC, é uma editora norte-americana de histórias em quadrinhos, sendo considerada uma das maiores do ramo. Seu leque de revistas conta com nomes como Batman, Super-Homem e Liga da Justiça.

Mesmo com o hibridismo do seu uniforme com a figura do morcego (capa negra representando as asas do animal e máscara pontiaguda representando as orelhas), é imprescindível constatar os esforços do uniforme para exibir e delinear todos os atributos físicos que fazem dele o homem perfeito. Com o queixo quadrado e proeminente, braços e pernas extremamente torneados, ombros largos, corpo definido e proporções exageradas, conseguimos visualizar o quanto Batman encaixa-se no ideal de masculinidade (MOSSE, 1996). Mais do que isso, nosso herói exibe um corpo digno dos atletas da Grécia antiga que simboliza todo o autocontrole, disciplina, força e imposição que o homem ideal supostamente deva possuir.

Mas não é apenas na parte física que podemos descrever o Batman como exemplo de macho-alpha. Todo o psicológico do personagem e comportamento social reflete a forma como espera a sociedade impõe que um homem se comporte em sociedade (GLOVER, KAPLAN, 2008). A começar pelo seu protagonismo, Batman apareceu pela primeira vez na revista Detective Comics de número #27 e rapidamente ganhou sua própria HQ.

Porém o protagonismo do personagem estende-se além de ter o nome no título da capa. A figura masculina do Batman é vista diversas vezes salvando e sendo objeto de admiração dos outros super-heróis como o garoto Robin e a jovem Batgirl. Outra característica marcante do ideal masculino é a seriedade e esta é a principal atribuição ao homem morcego. A personalidade introspectiva reforça o ideal de que o homem, em especial o que defende uma cidade inteira, não deva externar sentimentos. Sério, formal, íntegro e másculo, Batman é um exemplo de força e superação física, ao treinar seu corpo ao extremo, e psicológica, ao superar a morte dos pais e transformar isto em uma boa causa para salvar a humanidade.

Apesar de ser considerado o “homem ideal” (Másculo, inteligente, branco), Batman era visto sem nenhum interesse romântico e sempre ao lado do seu companheiro Robin, um garoto delicado, frágil e de traços leves. A falta de personagens femininos virou um problema após o livro *Seduction of the Innocent* (Sedução dos Inocentes, em tradução livre) do psiquiatra alemão Fredric Wertham. Segundo os estudos da época, não apenas Batman e Robin eram um casal, como também a história do Batman era um fator preponderante para desviar a sexualidade dos meninos através de uma homossexualidade do protagonista (WERTHAM, 1954). E qual seria a solução? Em uma época em que a homossexualidade ainda era vista como um desvio de conduta (RODRIGUES, 2015), o livro gerou uma

enorme repercussão negativa para a DC, que decidiu fazer várias alterações na história do Batman.

A partir daí algumas personagens femininas começaram a aparecer nas histórias do Batman, esse é o caso da Batwoman e da Bat-girl, ambas foram criadas com o objetivo de ser par romântico para o Batman e do Robin, respectivamente. As duas personagens femininas apareceram entre o fim dos anos 50 e começo dos anos 60, mas logo desapareceram após os editores perceberem que a história teria perdido o caráter de ação/investigativo e passado a ser apenas uma história boba sobre o dia a dia. A presença das duas super-heroínas, cuja função era única e exclusivamente de ser par romântico, foi dispensada.

As super-heroínas surgem enfraquecidas na cena dos quadrinhos. Personagens que, em sua maioria, chegam como *plot devices*¹⁰, já que os super-heróis masculinos são tidos por intocáveis. Meros peões com o objetivo de tornar a histórias mais atrativa aos olhos dos leitores, podendo ser descartadas de qualquer forma, desde uma morte dolorosa até a desistência de lutar contra o crime para poder cuidar melhor da família. Personagens femininos chegam ao universo dos super-heróis sem nenhuma representatividade, sem histórias fortes que sirvam de plano de fundo, sem um passado e muito menos perspectiva de futuro. São personagens que chegam a ser secundárias em suas próprias revistas.

A figura da mulher no mundo dos super-heróis basicamente era necessária quando auxiliavam num único objetivo: seduzir e distrair os vilões. Na década de 40, mulheres ricas, cansadas de suas vidas rodeadas de coquetéis e futilidades adentravam o mundo do crime, essas mulheres usavam disfarces para serem elas mesmas. A confusão se dá quando os próprios criadores das personagens não têm noção de quem são elas ou de como devem ser representadas, apenas querem colocá-las nas histórias (MADRID, 2009).

Em contraponto ao Batman, usaremos como objeto de estudo nesse momento da pesquisa a personagem da Batgirl. A super-heroína foi criada por Bob Kane e Sheldon Moldoff na década de 60. Como dito anteriormente, o objetivo da personagem não era grandioso, deveria apenas abafar os boatos do possível relacionamento entre Batman e Robin que pairava no imaginário dos leitores. No entanto, o posto de Batgirl já foi ocupado por pelo menos quatro personagens diferentes do universo do Batman, são elas: Bette Kane,

¹⁰ *Plot Device* é qualquer coisa que tenha a capacidade de dar combustível para que a história mova adiante mesmo quando tudo parece não ter solução e a história estanca. Geralmente são atitudes nada sutis. Um exemplo disso é o *Deus Ex Machina*, o termo que se refere a ao fim de narrativa em que um ato improvável é usado para resolver uma situação problemática apenas para levar a história ao final e é uma das técnicas de *plot device*.

Barbara Gordon, Helena Bertinelli e Cassandra Cain. Nota-se de início que, ao contrário do homem morcego, a super-heroína é facilmente descartada ou substituída para o bem maior da história.

Para facilitar o estudo manteremos o foco em uma das Batgirls, Barbara Gordon. Barbara ou “Babs” foi a Batgirl que melhor se desenvolveu ao longo de suas histórias. Com plano de fundo forte (se comparado ao de tantas outras super-heroínas), suas aparições como coadjuvante ficaram tão famosas que a personagem evoluiu, os leitores pediam por histórias de Barbara Gordon. É possível que depois de tantas representações vazias de personagens femininas, finalmente tivesse surgido uma versão elaborada que rapidamente encantou o público, tão possível que agora a Batgirl tinha sua própria tiragem.

Apesar da fama instantânea, roteiristas e produtores ainda não sabiam como direcionar as histórias protagonizadas por super-heroínas. A Batgirl vivida por Barbara Gordon ainda se mostrava uma versão fragilizada do Batman. A Batgirl ainda refletia o espírito da colegial em apuros e a exacerbada inocência que vemos também no Robin.



Fig. 2 – A Batgirl de Barbara Gordon na edição #11 do ciclo *The New 52*¹¹

Assim como o Batman reflete aquilo que a sociedade espera de um homem, a Batgirl também reflete o que a sociedade espera de uma mulher. Inúmeras vezes a super-heroína é colocada como personagem secundária dentro de sua própria revista, até mesmo em suas capas. Sua representação, não só psicologicamente falando, deixa a desejar. As roupas apertadas, muitas vezes de salto alto, o cabelo solto, atributos que dificultam a luta contra o crime são explorados em excesso. Percebe-se então que, em contraponto à força muscular e virilidade do Batman, a principal arma física da Batgirl é sua feminilidade.

¹¹ Os Novos 52 é o nome da última renovação de ciclo da DC Comics, quando algumas histórias mudam seus plots, anulando alguns acontecimentos ou acrescentando outros. Quando o selo passa por uma mudança de ciclo *todas* as suas histórias se alteram e começa a nova contagem de edições.

Com seios grandes, quadris definidos, elasticidade sobre-humana, a Batgirl não tem o corpo idealizado para lutar, como o Batman, mas foi criada nos moldes ideais para reproduzir. Percebe-se que os roteiristas compensam, de certa forma, suprir a falta de experiência em trabalhar com personagens femininas apenas adicionando atributos fetichista. A personagem que em suas primeiras aparições era uma jovem companheira do Robin começa a aparecer como uma mulher cheia de curvas, sempre muito exploradas e marcadas nas capas dos quadrinhos. Vemos durante anos uma tentativa dos roteiristas em aplicar aquilo que a sociedade machista espera que seja a mulher ideal, aquela que é coadjuvante, não perde a pose, não perde a feminilidade e não deixa de ser sexy enquanto ajuda o homem (GLOVER, KAPLAN, 2008).

Barbara, apesar do sucesso e dos atributos que a diferenciavam de outras super-heroínas, não sai da mira dos roteiristas e do já citado *plot device*. Seu declínio faz parte de um dos quadrinhos mais marcantes da história da DC Comics, Batman: A Piada Mortal. Nela Barbara é vítima do Coringa, que possuía o intuito de mostrar que até uma pessoa equilibrada (no caso, o pai de Barbara, James Gordon) poderia enlouquecer. O vilão atira em Barbara, atingindo sua coluna vertebral e a deixando paraplégica, depois de quase matar a super-heroína ele ainda a despe e tira fotos (aí entendemos a capa da edição), enquanto James Gordon era obrigado a assistir tudo. Subentende-se que, após o sequestro, violências físicas, o tiro que a deixou paraplégica, ela ainda tenha sido estuprada pelo Coringa, tudo isso apenas para o vilão enlouquecer um personagem secundário.

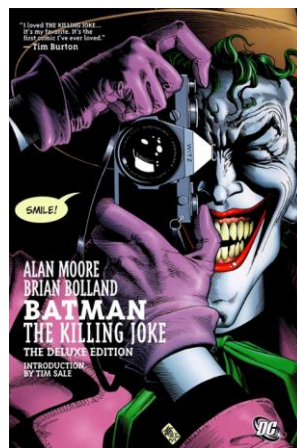


Fig. 3 – Capa da edição A Piada Mortal

Depois d'A Piada Mortal, Barbara Gordon aposenta o uniforme de Batgirl e se torna Oráculo, uma personagem que usa suas habilidades de hacker para coletar e disseminar informações. A próxima personagem a assumir seu antigo posto será Cassandra Cain. No

novo ciclo da DC Comics, Os Novos 52, a história da Batgirl recomeça antes do acontecimento d'A Piada Mortal e segue adiante como se essa edição não tivesse existido, tal acontecimento dá-se após a revolta de alguns fãs ao verem todas essas desgraças assolarem uma das personagens principais por mero entretenimento dos roteiristas. Após Os Novos 52, Barbara volta ainda mais parecida com o Robin, com seu uniforme mais adequado contra o crime, sem a sexualização exagerada e com um aspecto de adolescente comum, uma tentativa de compensar a série de erros cometidos contra a personagem durante toda a sua história.



Fig. 4 – A atual Batgirl, Barbara Gordon

O consumo e as novas demandas

A análise das opiniões do público foi feita a partir de duas etapas, primeiro foi organizada uma pesquisa quantitativa com perguntas gerais acerca do tema de histórias em quadrinhos e seus personagens, levando os que responderam o questionário a mostrar que tipo de história consumiam, com qual super-herói ou super-heroína se identificavam e qual a visão em relação a representações de gêneros nas revistinhas, ainda que de uma maneira bem sutil e genérica. A pesquisa contou com respostas de 153 pessoas, sendo elas 100 mulheres, 48 homens e 5 pessoas que não se identificam no binarismo de gênero (2 de gênero neutro, 1 não binário, 1 mulher não binária e 1 *gender fluid*).

A pesquisa quantitativa, na realidade, serviu de base para guiar todo o debate da segunda parte do trabalho: o grupo focal. Em um grupo formado por jovens de 18 a 24 anos, homens e mulheres consumidoras de cultura pop participaram de um debate que se iniciou falando de temas mais abrangentes (tipo de consumo, frequência, preferências, etc.). O debate durou 1h18min e confirmou a maior parte dos resultados obtidos na pesquisa

quantitativa, além de destrinchá-los melhor e acrescentar observações importantes que serão inseridas a seguir.

Logo de início fica constatada a preferência de pelo menos metade dos participantes pela DC Comics, é atingindo um consenso de que a empresa produz arcos de história muito bons, complexos e bem desenvolvidos, as histórias são trabalhadas de uma forma que o enredo não se perde ao longo das edições, mas um defeito da DC é notável, os roteiristas usam e abusam dos estereótipos nos super-heróis. O “super” se torna cada vez mais “super” e os leitores notam isso, de forma que até mesmo dentro do universo fictício da história certos atos perdem qualquer conexão com a realidade proposta.

Não demora muito para a “questão Batman” surgir na conversa, o personagem, sem dúvida alguma, é o mais forte do selo. Um ser humano como qualquer outro que, por ter muito dinheiro, acaba tendo ares de deus. Isso acaba gerando identificação daqueles que querem ser como o personagem, que venceu todos os limites da vida e do luto se tornando praticamente invencível (afinal, não se espera menos de um homem que ganha uma batalha contra o Super-Homem).

Entra no debate a presença (ou ausência) de super-heroínas, é notável o consenso de todos que a DC Comics não trabalha bem com personagens femininos, especialmente quando esses são protagonistas, o que reflete diretamente na companheira do Batman no nosso estudo de caso, a Batgirl. Além de mencionarem a má execução no trabalho com super-heroínas ainda enfatizam que o selo concorrente, Marvel, trabalha com mais personagens, não que fujam de estereótipos e representações de corpo excessivamente sexualizadas, mas possui mais figuras centrais e de maior importância para as histórias. Batgirl surge de vez na conversa quando se discute a dependência que as super-heroínas tem em relação aos super-heróis, a Batgirl só existe porque existe um Batman como suporte, e não é o único exemplo disso, a Supergirl só existe porque o Super-homem também existe, e assim por diante.



Fig. 5 – Exemplos de capas utilizadas durante o grupo focal.

Foram apresentadas aos participantes do grupo focal 14 capas de revistas em quadrinhos, metade de edições do Batman e metade de edições da Batgirl, alguns exemplos estão representados no quadro acima. Foram notáveis as diferenças nas representações do super-herói e da super-heroína em suas capas. A quarta (da esquerda para a direita), do Batman, acabou gerando uma reflexão maior, muitos dos participantes dizem não ver sentido no Batman ser retratado como um homem excessivamente forte (como se nota na última capa), o homem morcego é muito mais tático e investigador do que forte, a quarta capa ressalta justamente o lado misterioso do personagem, sem músculos ou exibição excessiva de força, o Batman nessa capa assume características de deus. Uma de suas maiores qualidades é ser um dos melhores detetives do mundo, não um dos melhores lutadores. Nota-se com clareza que a excessiva representação do corpo masculino acaba fazendo com que roteiristas e desenhistas fujam da própria personalidade e construção do personagem.

Nas capas apresentadas da Batgirl as questões levantadas foram a roupa extremamente justa, os saltos e o cabelo solto, apontados como elementos absurdos para uma personagem que precisa enfrentar situações adversas ao longo das histórias. Outros pontos notados foram a sensualidade exacerbada mesmo em situações de perigo, a necessidade mostrar as curvas da personagem quando essa encontra-se derrotada ou desmaiada e principalmente a presença da mesma como elemento secundário de capa em suas próprias histórias. Inúmeras capas da Batgirl contam com o Batman em posição de protagonista ou, como pode ser notado na revista do canto inferior direito, o próprio inimigo assume posição central na capa.

Ao questionar os participantes do debate a respeito de alguma capa que os tivesse marcado, a resposta foi quase unânime: A Piada Mortal. O mais surpreendente nas respostas é que quase todos se referiram à edição como uma das melhores histórias do Batman, quando na verdade a piada mortal é uma história do Coringa onde a grande relevância seria os crimes cometidos contra a personagem da Barbara Gordon, Batgirl na época.

Ao contrário do grupo focal, a pesquisa quantitativa foi respondida em sua maioria por mulheres, desmistificando logo daí a ideia de que o público consumidor desse tipo de produto da cultura pop é majoritariamente masculino e que a participação do público feminino é irrelevante. Dentre algumas informações obtidas na pesquisa quantitativa, temos que a maioria dos respondentes afirmam que não compram HQs exclusivamente por suas

capas, apesar de 86,2% admitirem que já se sentiram atraídos por capas de HQs. A mesma coisa foi constatada no grupo focal, apesar de dizerem que não compram exclusivamente pela capa, alguns participantes admitiram que já saíram de cada com o intuito de comprar uma revista específica e acabaram comprando mais de uma. Esse comportamento pode também ser justificado pela disposição das revistas nos pontos de venda. Lojas especializadas em produtos *geek*¹² dispõem de todas as edições de HQs do mesmo mês juntas e fora de ordem, no máximo organizadas pelo selo, fazendo com o que o consumidor passe por uma bateria de HQs diferentes até achar a de seu interesse, a missão de atrair o olhar de quem procura fica nas mãos das capas.

A importância das capas se dá especialmente quando 59,2% das pessoas que responderam ao questionário dizem que se sentem diretamente influenciados por materiais promocionais, que incluem não só a capa em si, mas pôsteres, figuras de ação, jogos, qualquer produto que se relacione com o universo tratado na edição, 49,3% afirmam ainda que se sentem intimidados por algumas capas de HQs, indicando que apesar da recente reconfiguração de algumas representações, ainda temos um longo caminho a percorrer.

Considerações Finais

Após uma breve análise do universo dos quadrinhos e do estudo de caso de dois personagens, é possível responder às hipóteses que foram propostas no início da pesquisa.

Na primeira hipótese foi levantada a possibilidade de que os valores presentes nas representações de super-heróis e super-heroínas na verdade visassem perpetuar tradições junto ao público. Observa-se na introdução dos dois personagens que usamos como objetos de estudo, Batman e Batgirl, uma descrição de dois estereótipos diferentes, que perpetuam os padrões de gênero considerados “ideais” pela sociedade, tanto o do homem forte e protetor, quanto o da mulher que não perde a feminilidade mesmo em momentos extremos. Na pesquisa quantitativa, no quesito de identificação de respondente com algum super-herói ou super-heroína listados, Batman e Batgirl aparecem empatados, mostrando que existe no mínimo uma identificação equivalente, apesar da intensidade em perpetuar o Batman como protagonista acabar sugando todos os esforços de roteiristas, desenhistas e produtores. Já que, historicamente, é mais comum um investimento em promoção de personagens do gênero masculino.

¹² Produtos *geeks* fazem parte de um segmento de mercado que abrange consumidores excêntricos, fascinados por tecnologia, jogos de tabuleiro ou videogames, histórias em quadrinhos, animes, livros e filmes.

A segunda hipótese questiona se independentemente do gênero consumidor da HQ, a representação da mulher tende a satisfazer as expectativas e fetiches do público do gênero masculino, intimidando ou até mesmo ignorando o público leitor do gênero feminino. Apesar de ainda existir uma grande satisfação da figura feminina nas HQs, 45,4% julgam a representação de positiva a extremamente positiva, o número de leitores que julga a representação entre negativa e extremamente negativa já chega a 54,6%. As representações negativas de personagens femininas acabam distanciando os leitores ou possíveis leitores, tendo em vista que 48% acham que as histórias em quadrinhos com protagonistas femininas não chamam tanta atenção quanto as de personagens masculinos.

A terceira e última hipótese aponta que há um movimento de reformulação e revisão em relação às representações de gênero nas HQs devido à pressão de alguns grupos externos a esse consumo estético e discursivo, dentro de um cenário mais amplo de reconhecimento de outras diferenças, levando em consideração que pessoas de fora tendem a identificar e apontar falhas do movimento melhor do que os que já estão imersos em sua própria segmentação. Tal hipótese confirma-se ao analisar os dados já citados anteriormente e verificar a reformulação em algumas de suas vertentes. Como foi citado no final do segundo tópico, a Batgirl passou por uma recente transformação, que foi além de sua história e passou pelo seu guarda-roupa. Vale ressaltar que tal reformulação precisa ser vista com muito cuidado, o que se observa é um despreparo por parte das equipes em criar personagens femininos empoderados, a ideia é boa, a execução nem sempre. A Batgirl apesar de ter perdido sua sexualidade exacerbada e ter ganhado um uniforme digno de combate ao crime, acabou ficando com ares de adolescente inexperiente, retomando, em parte, a ideia da colegial. Esse movimento de reformulação não atinge apenas mulheres, os conceitos de masculinidade começam lentamente a serem revistos. Além de exemplos mais diretos como a abertura da homossexualidade do personagem Lanterna Verde, observamos na pesquisa quantitativa uma forte preferência e identificação entre os entrevistados e o Homem Aranha, que passa longe dos padrões de masculinidade que outros personagens, como o próprio Batman, tentam vender.

Viúva Negra, Mulher Maravilha e Feiticeira Escarlata, são exemplos de reposicionamento de franquias. O mundo dos quadrinhos projetado nos cinemas tem acompanhado as mudanças com muito mais rapidez. Por ter um alcance maior, o cinema sente primeiro a pressão dos grupos sociais, as mudanças que são vistas aqui acabarão

consequentemente atingindo plataformas correlacionadas, gradativamente unindo todos os setores sob uma mesma perspectiva.

Referências

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. Brasil: Paz e Terra, 2002.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Desconhecido: Zouk, 2012.

GLOVER, David; KAPLAN, Cora. **Genders**. New York: NY Routledge , 2008.

MADRID, Mike. **The Supergirls: Fashion, Feminism, Fantasy, and the history of Comic Book Heroines**. Minneapolis: Exterminating Angel, 2012.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX : Vol. 1 - Neurose**. 10. ed. Rio De Janeiro: Forense Universitária, 1997.

MOSSE, George L.. **The Image Of Man: The Creation Of Modern Masculinity**. New York: Oxford University Press, 1996.

RODRIGUES, Edvaldo, 2015, Natal. **A (Des)Construção do Heterossexismo Numa Sociedade Queer: Presença de Comportamentos sexuais não-hegemônicos na publicidade moderna**. Natal: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 2015.
Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-2587-1.pdf>.
Acesso em: 17/07/2015

PAIVA, Fábio Silva. **Educação e Violência das Histórias em Quadrinhos de BATMAN**. Recife: Editora Universitária UFPE, 2013.

WERTHAM, Fredric. **Seduction of the innocent**. New York: Rinehart & Company, 1954.