

Super Horto¹

Lucas Lopes BASTOS²
Ana Carolina ASSAYAG³
Carolina Cantreva RANGEL⁴
Cindy Borges TRADE⁵
Mirian Aranha SAMPAIO⁶
Patrícia SALDANHA⁷

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

O quadrinho intitulado “Super Horto” foi desenvolvido na disciplina Planejamento de Campanha do 5º período do curso de Publicidade e Propaganda da UFF. Ele trata sobre a presente questão social de remoção dos residentes do bairro do Horto no Rio de Janeiro. Visto o compromisso ético de um profissional de publicidade em abordar temas sociais visando contribuir para o bem comum, a obra representa um meio alternativo de ação publicitária através de uma narrativa inspirada na realidade dos moradores. O quadrinho tem a intenção de dar visibilidade à discussão acerca da reintegração de posse da área, permitindo assim que a sociedade civil possa conhecer a situação pelo ponto de vista dos moradores e não só pelo que é retratado pela grande mídia. Essa visão será representada pelo personagem principal, o “Super-Horto”, que retrata a personificação dos habitantes.

PALAVRAS-CHAVE: Horto; direito a moradia; publicidade em quadrinhos; heroísmo.

1 INTRODUÇÃO

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Histórias em Quadrinhos.

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: lucas.llab@gmail.com.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: carol.assayag@hotmail.com.

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: carolcantreva@gmail.com.

⁵ Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: cindyt@id.uff.br.

⁶ Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: miriansampaio@id.uff.br.

⁷ Orientador do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: patsaldanha@globo.com.

A história em quadrinhos intitulada “Super Horto” mistura o maravilhoso mundo dos super-heróis com a difícil realidade do brasileiro, que se vê obrigado a lutar todos os dias por um dos seus direitos mais básicos: o seu lar.

O Horto Florestal é um bairro localizado na zona sul do Rio de Janeiro, próximo ao Jardim Botânico. Ele é povoado, majoritariamente, por famílias de classe média baixa, principalmente de idosos, que moram no mesmo local há muitas décadas. A ocupação da região começou ainda no século XIX, quando as famílias dos trabalhadores da Fábrica de Pólvora e do Jardim Botânico receberam autorização para construir suas casas na área. Esse acordo se deu, muitas vezes, informalmente, haja visto que na época o índice de alfabetização não era alto e não existia a extensa burocracia imobiliária de hoje. Com o passar dos anos, esses moradores constituíram família, continuaram preservando a natureza e todo o bairro, e criaram laços com a região. A partir da década de 80, a tentativa de remoção dos habitantes começou, através de processos de reintegração de posse. As batalhas judiciais permanecem até hoje, e todas essas famílias encontram-se no fogo cruzado.

No meio desse conflito, também se posiciona a grande mídia, que atua como montadora do cenário vigente, dando respaldo às tentativas de reintegração de posse e mobilizando a opinião pública a seu favor. A população do Horto acaba por perder a sua voz perante os meios de comunicação de massa, não possuindo “espaço” para contar sua versão da história para o grande público. Este, por sua vez, toma como verdade a primeira e única versão que tem acesso: a da grande mídia.

Os meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, têm evidenciado seu potencial e poder de influência na sociedade. A formação do conhecimento contemporâneo se dá para além da educação formal, numa dinâmica de múltiplas mediações sociais. Expressiva porção de conteúdos assimilados pelas pessoas é absorvida através dos meios de comunicação de massa. (BARROS, Laan Mendes 1997, p. 28).

Em vista desse cenário, a orientadora e professora Patrícia Saldanha, da disciplina Planejamento de Campanha, permitiu em uma atitude cidadã, que nós, alunos de Publicidade da Universidade Federal Fluminense, atendêssemos ao caso do Horto Florestal.

Precisávamos que, de forma eficiente e de baixo custo, o Horto ganhasse voz para que a Sociedade Civil possa se envolver e tirar suas próprias conclusões.

Nesse contexto, o Super Horto dá voz à luta desses centenas de famílias moradoras do Horto Florestal, que após décadas de moradia no mesmo local, muitas vezes até uma vida inteira ligada às mesmas casas e a história do bairro, se veem ameaçados. O quadrinho cumpre sua função de ferramenta de comunicação social ao expor para a opinião pública um cenário político, ecológico e social complexo, do qual a vida de centenas de famílias da região depende de um final mais justo.

A comunicação pode ser o espaço por meio do qual pode ser formada a esfera pública, vista como conjunto de cidadãos participantes, comprometidos com o veículo, a interatividade, a horizontalidade do discurso e atuando como sujeitos políticos. Nesse sentido, a comunicação por rede pode se constituir no paradigma de nova democracia. (PAIVA, 2003.p.168)

2 OBJETIVO

O “Super-Horto” é uma ação tática integrante do planejamento de campanha Horto: Raízes, memórias e lar e tem como objetivo principal dar visibilidade à luta da população do Horto pelo direito de permanecer no local em que nasceram e ainda vivem.

Tal questão política envolvendo o Horto Florestal e a União é frequentemente lançada na imprensa, mas sempre de forma parcial, caracterizando os moradores como invasores, depredadores da natureza, exigindo que o governo tome uma medida drástica para expulsar as pessoas da região. O “Super Horto” procura mostrar o outro lado da moeda, apresentando, através da linguagem e dos recursos das HQ’s, a história dessas famílias, sua paixão pelo local, seu respeito pelo meio ambiente e, principalmente, sua perseverança.

Nas reflexões feitas sobre ideologia e responsabilidade social da propaganda, foi possível demonstrar que a publicidade tanto reforça valores ideológicos já existentes como os modifica e impõe à sociedade outros novos valores. Por meio de apelos afetivos e de significados que refletem o imaginário semântico das elites do poder, ao mesmo tempo,

recolhe representações do imaginário do público-alvo, imprimindo-lhes novos sentidos. (Ceccato, 2010. N°20)

Por mais que o quadrinho lance mão das discussões políticas, da luta entre classes, como plano de fundo para sua argumentação, o foco da narrativa continua sendo nos moradores, nas pessoas que compõe e dão vida ao bairro do Horto, os mais interessados em resolver essa questão de forma pacífica e vantajosa para todos.

3 JUSTIFICATIVA

Os quadrinhos apresentam qualidades pertinentes a diversas mídias, reunindo-as e produzindo um conteúdo único. Ele possui o caráter colecionável de uma revista; a narrativa de um livro; a leitura fácil e descontraída de um texto; o impacto dos meios visuais. Pode ser também, como destaca Sônia M. Bibe (1985, p.7), “excelente veículo de mensagem ideológica e de crítica social, explícita ou implicitamente”, mantendo ainda a persuasão dos discursos políticos.

À medida que o “Super Horto” apresenta a história de vida de um morador do Horto Florestal, como outro qualquer, mas que secretamente é um herói, que luta por causas sociais, ecológicas, e principalmente pela permanência dele próprio e de sua família no local onde nasceu. O quadrinho mistura ficção com a realidade.

Ser cidadão é ter o direito de ver-se protegido legalmente, de locomover-se, de interferir na dinâmica política, de votar e ser votado, de expressar-se. É também ter o direito de morar numa casa digna, de comer bem, de poder estudar e trabalhar. É por fim, ter o direito de participar, com igualdade, na produção, na gestão e na fruição dos bens econômicos e culturais. (PERUZZO, 1998. p. 286)

Os aspectos lúdicos, o heroísmo, os poderes sobrenaturais, todos esses elementos inserem-se em um contexto real, que pode ser encontrado pelo leitor na internet, nos jornais, ou até pessoalmente, caso ele manifeste interesse de ir ao local e conhecer as pessoas que inspiraram os quadrinhos.

“... os valores sociais e culturais trabalhados pelas histórias em quadrinhos que através de um meio público, as próprias revistas, e que trabalha com o imaginário do leitor, age como um facilitador para que esses valores não só sejam aceitos, mas incorporados ao cotidiano da sociedade como valores originais da mesma e intrínsecos a ela.” (CAMPOS FILHO, 2009)

Além disso, a linguagem do quadrinho é essencial para afirmar as antagônicas posições referentes à questão econômica, política e social discutida na obra.

A linguagem constituiria um elo espiritual, por meio do qual os indivíduos se acham em condições de expressar seus pensamentos, vivificar as normas, enfim, eternizar o grupo. Mas a linguagem é também o elo concreto, na medida em que graças a ela se consegue definir um grupo, uma comunidade, um território. (PAIVA, 2003, p.92)

Quando o “Super Horta” é apresentado como personagem principal do quadrinho, imediatamente ele é lançado no campo semântico do herói, aquele é bom, justo, digno, incapaz de causar o mal. Por consequência, todo aquele que se opõe a ele torna-se imediatamente o vilão, o mal, aquele que promove a desigualdade, a tristeza, os danos à sociedade. Essa dicotomia é essencial para a narrativa, pois expõe, de forma indireta, qual lado merece o apoio do leitor.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A criação do personagem envolveu duas etapas em suportes diferentes: a primeira no papel, a segunda no computador. Na primeira, a personagem foi traçada com lápis, e foi colorido com tinta. Na segunda, o desenho foi transferido para o computador, recebendo alguns retoques, finalizando a arte.

O character design da personagem foi elaborado pela artista Marina Dutra Muniz Ferreira, em uma especial colaboração com o projeto. O resultado foi aprovado pelo grupo, que participou ativamente de cada etapa e cada traço dado, e também pelos próprios moradores que aprovaram a ideia e o trabalho. Esse foi, portanto, adotado como identidade visual.

O quadrinho ainda está em fase de pré-produção, pois seu desenvolvimento depende diretamente do desenrolar dos acontecimentos que estão se dando no bairro e dos resultados obtidos ao longo da campanha. A peça inicial será postada no Facebook no dia 3 de agosto de 2013.

A opção por utilizar a rede social Facebook resulta do fato desta ter grande penetração, permitindo maior visibilidade e alcance da mensagem. Além do fato de se tratar de um causa social na qual os recursos são limitados para possibilitar grandes tiragens. Através da plataforma digital a mensagem pode ser replicada e perpetuada por um tempo maior do que seria possível nos meios tradicionais.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

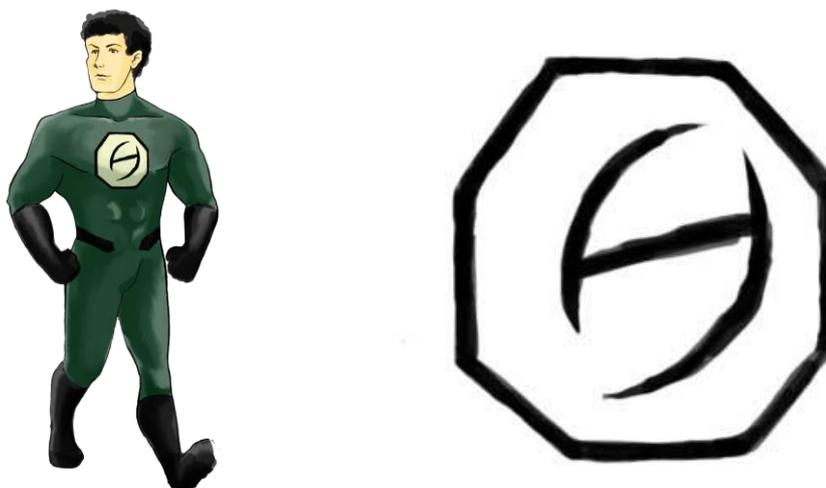
O “Super Horto” é um quadrinho, a ser lançado, de forma contínua. Cada página da obra será lançada, na internet, a cada semana, a começar em agosto de 2013. Todas as edições serão disponibilizadas em formato digital, seguindo o mesmo padrão. O personagem e sua obra também terão destaque nas redes sociais, através de perfis com seu nome, que além de informar sobre o lançamento das novas edições, também contará um pouco da história do Horto Florestal, além de atualizar constantemente sobre a atual situação política que envolve a região.

O argumento do quadrinho é baseado na personagem principal que dá nome ao quadrinho, o “Super Horto”. Fábio dos Santos é um morador do Horto Florestal, que trabalha como jardineiro, no Jardim Botânico. Um pouco baixinho, cabelos negros e olhos castanhos, ele poderia muito bem passar despercebido pela multidão. Fábio ama o seu bairro, adora conversar com os vizinhos, vive em perfeita harmonia com a natureza. Até o seu trabalho é algo encantador, já que ele ama cuidar das plantas do parque onde ele passou boa parte de sua infância.

Como todo bom brasileiro, Fábio gosta de jogar futebol, falar sobre futebol, se reunir na mesa de bar com os amigos para bater papa, curte samba e carnaval. Ele tem sempre um sorriso no rosto, esbanja alegria, e não seria capaz de fazer mal a uma mosca. Ele é um pai de família – tem dois filhos pequenos – e luta todos os dias para fazer do seu bairro e do seu país um lugar melhor. Mas, às vezes, a força do Fábio não é suficiente. Os inimigos são

grandes demais para serem combatidos por um jardineiro. Quando ele percebe que sua família, seus vizinhos, ou a natureza ao seu redor estão em perigo, ele tem que se transformar no símbolo, em um super herói capaz de representar uma população inteira. Nessas horas, Fábio vira o “Super-Horto”.

O “Super Horto” veste-se da maneira que se espera de um super-herói: uma roupa chamativa, destacando o verde, cor da natureza. Ele não usa uma máscara, pois seu olhar é sincero e não tem o que esconder. No peito, ele exibe o seu símbolo, o mesmo que mistura um S, um H e uma folha.



A cada edição, o Super-Horto tem de derrotar inimigos que ameaçam seus entes queridos. Esses podem ser incêndios florestais; gananciosos executivos que buscam construir casas em áreas de reservas ambientais; empresas que poluem o meio ambiente; e até mesmo jornalistas que publicam notícias caluniosas sobre os moradores.

Para vencer todos esses inimigos, o “Super Horto” utiliza-se de seus fabulosos super poderes, tais como: voo, super força, equivalente à raiz de uma árvore centenária que se prende ao solo; resistência física ampliada, tal qual a um largo tronco, que recusa-se a ser derrubado; toque de cura, semelhante às propriedades de diversas ervas medicinais, que possuem o poder de tratar diversas doenças.

Mesmo com todo esse arsenal de dons espetaculares, o “Super Horto” não possui vida fácil, e tem que estar atento às ameaças, pois elas são sorrateiras, surpreendentes, e, muitas vezes, mais poderosas. Para o seu alento, ele sabe que pode contar com uma força extra, algo mais forte que todos os seus poderes e que é capaz de igualar os dois lados da disputa: a sua vontade e a dos outros moradores de lutar pelos seus direitos.

Fábio dos Santos, ou “Super Horto”, foi inteiramente baseado em moradores reais do Horto, misturando nomes, características físicas e comportamentais, e principalmente seu espírito de união e de perseverança. Os demais elementos, como poderes, uniforme, símbolo, todos foram pensados de acordo com as características do bairro, um local extenso, bastante arborizado, acolhedor, onde todos se conhecem e não tem nada do que se envergonhar, muito pelo contrário: elas tem orgulho de serem o que são e de viverem onde vivem.

6 CONSIDERAÇÕES

O “Super Horto” pretende tornar-se um quadrinho de sucesso, que mistura elementos de sucesso dos *comics* americanos, como super-heróis, luta contra o mal, etc., com uma historia tipicamente brasileira, de luta e superação. E esse sucesso pretendido não será refletido por um retorno financeiro, já que este não existirá. O êxito da obra será diagnosticado à medida que um número maior de pessoas, até mesmo uma parcela significativa da opinião pública, tomarem ciência do que acontece atualmente no Horto.

Por fim, espera-se que o “Super Horto” torne-se um símbolo não só do Horto, mas de todos os que passam por esse tipo de situação ou mesmo que se identifiquem com a luta por direitos básicos, como é a moradia. Nessa luta contra a injustiça o importante é querer sair da invisibilidade e se juntar à causa, em que a participação da opinião pública é imprescindível, bem como a responsabilidade social do estudante de comunicação e também da Universidade Pública.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CECCATO, Ivone. **A ideologia e responsabilidade social da propaganda**. Ed. Eletras, vol. 20, n.20, jul. 2010

CAMPOS FILHO, Celso. **Os Quadrinhos Como Forma de Propaganda Ideológica**. Jul. 2009. Disponível em:

<<http://www.repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/3130/1/20583462.pdf>> Acesso em: 14 maio. 2013.

DANTON, Gian. **Como escrever HQ**. Virtual Books, 2000. Disponível em:

<http://quadrinhopole.files.wordpress.com/2013/02/comoescreverhq_giandanton.pdf> Acesso em: 14 maio. 2013.

VIANA, Nildo. **O que os quadrinhos dizem?** Sociologia. Ciência & Vida, v.17, p. 53-62, 2008, <www.portalcienciaevida.com.br> Acesso em: 14 maio. 2013.

STEEL, Jon. **A arte do planejamento: verdades, mentiras e propaganda**. Ed. Elsevier, 2006

Site da Associação de moradores do Horto. Disponível em: <<http://www.amahor.org.br/>> Acesso em: 14 maio. 2013.

Site do Museu do Horto. Disponível em: <<http://www.museudohorto.org.br/>> Acesso em: 14 maio. 2013.

Página Facebook: SOS Amigos do Horto. Disponível em:

<<http://www.facebook.com/sos.moradoresdohorto>> Acesso em 14 maio. 2013

LUYTEN, Sônia M. B. **O que é histórias em quadrinhos. 2**. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1985

J., L. F. **Diário de uma invasora**. Ed. Livre Expressão, 2012

BARROS, Laan Mendes de. **Comunicação e educação numa perspectiva plural e dialética**. Nexos – Revista de Estudos de Educação e Comunicação. São Paulo: Univ. Anhembi-Morumbi, p.19-38, 2o. sem. 1997.