

UNIJUÍ - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO
GRANDE DO SUL
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTÁBEIS,
ECONÔMICAS E DA COMUNICAÇÃO - DACEC
CURSO DE JORNALISMO

EDUARDO DE VARGAS PADILHA

**A CRÍTICA SOBRE O AGENDAMENTO MUDIÁTICO DURANTE A GUERRA FRIA
EM BATMAN – O CAVALEIRO DAS TREVAS**

IJUÍ - RS

2019

EDUARDO DE VARGAS PADILHA

**A CRÍTICA AO AGENDAMENTO MIDIÁTICO DURANTE A GUERRA FRIA EM
BATMAN – O CAVALEIRO DAS TREVAS**

Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Jornalismo, com objetivo da aprovação no componente curricular Monografia, pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – Unijuí.

Orientador: professor Me. André Gagliardi

Ijuí - RS

2019

A Banca Examinadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de Curso:

**A CRÍTICA AO AGENDAMENTO MIDIÁTICO DURANTE A GUERRA FRIA EM
BATMAN – O CAVALEIRO DAS TREVAS**

Elaborado por

EDUARDO DE VARGAS PADILHA

Monografia apresentada ao Jornalismo da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – Unijuí.

Banca Examinadora:

Professor Me. André Gagliardi
Orientador

Professora Me. Marcia Formentini
Banca

Conceito Obtido: _____

Unijuí, ____ de _____ de _____

Mas eu nunca esqueci minha verdadeira função. Os heróis fazem o que eles sempre precisam fazer: perseverar ou morrer tentando.

E a mídia?

Bem, digamos que já se falou demais sobre a Paris Hilton.

(Miller, 2011)

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo compreender como a obra em quadrinhos *Batman – O Cavaleiro das Trevas* representa uma crítica ao agendamento midiático norte-americano nos anos finais da Guerra Fria, buscando entender a mídia durante os anos 80 e o papel dos quadrinhos como forma de crítica social. Com este objetivo, o estudo passa pela história das Teorias da Comunicação, desde seu surgimento com a Teoria Hipodérmica até a Teoria do Agendamento, que fundamenta o estudo de caso ao final desta monografia. Além disso, o texto também busca conhecer as histórias em quadrinhos e reconhecer seu papel como uma mídia de massa, para que possamos analisar a obra fundamental deste trabalho e sua importância ao meio. Para que pudessemos chegar ao resultado desejado, a metodologia desta pesquisa foi de um estudo de caso, com base na análise de questões visuais e de roteiro, com os dados ali obtidos postos em comparação, obtendo assim a identificação em diversos momentos que os conceitos do agendamento estavam presentes no roteiro da obra.

Palavras-chave: Comunicação; Histórias em Quadrinhos; Agendamento.

ABSTRACT

This research aims to understand how the comic book Batman - The Dark Knight represents a critique of American media scheduling in the late Cold War years, seeking to understand the media during the 1980s and the role of comics as a form of social criticism. With this objective, the study goes through the history of Mass Communication Research, since its emergence with the Hypodermic Needle Theory until the Agenda Setting Theory, which bases the case study at the end of this monograph. In addition, the text also seeks to know Comics and recognize their role as a Mass Media, so that we can analyze the fundamental work of this study and its importance to the genre. So we could reach the desired result, the methodology of this research was a case study, based on the analysis of visual questions and script, with the data obtained there compared, thus obtaining the identification at various times that the concepts of the Agenda Setting were present in the script of the work.

Keywords: Communication; Comics; Agenda Setting

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Correlação entre onda de violência e as altas temperaturas	50
Figura 2. Funcionários da instituição médica comentam as altas temperaturas	51
Figura 3. Após a notícia ser divulgada no noticiário, podemos ver a repercussão do assunto	52
Figura 4. Notícias sobre crimes sempre são encerradas com a previsão do tempo.	53
Figura 5. O porta-voz da presidência tenta desacreditar a figura do Batman	55
Figura 6. Repetição de manchetes para que os assuntos não deixem a opinião pública	58

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. COMUNICAÇÃO E TEORIAS	10
1.1. As teorias da comunicação.....	13
1.2. Comunicação e sociedade de massa.....	16
1.3. <i>Agenda-Setting</i>	21
2. QUADRINHOS E O JORNALISMO	27
2.1. As Histórias em Quadrinhos	28
2.2. Histórias em quadrinhos como mídia de massa	32
3. CRÍTICA AO AGENDAMENTO EM BATMAN – O CAVALEIRO DAS TREVAS	38
3.1. A Guerra	40
3.2. Batman – O Cavaleiro das Trevas.....	46
3.3. Análise.....	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS	63

INTRODUÇÃO

O século XX foi marcado pelo desenvolvimento de diversos formatos de mídias. Sendo um período de grandes acontecimentos, inspirações e fatos não faltaram para a criação e afirmação dos meios. Um destes momentos, aconteceu nos anos de 1980, pouco antes da chegada da internet, quando a Guerra Fria passava por seu principal momento. Ali, o discurso americano contra os comunistas influenciava o discurso de toda a mídia americana, que, além de imprimir suas prioridades, também propagandeava o discurso nuclear na sociedade.

Neste ótimo momento para criações culturais, as Histórias em Quadrinhos viviam uma revolução, com o início de difusão de pensamentos entre quadros, balões e calhas, os recursos narrativos do meio. Uma das histórias criadas neste momento é Batman – O Cavaleiro das Trevas, escrito e desenhado por Frank Miller. Na HQ¹, que tem claras influências no medo de ataques nucleares que assombravam o mundo, Miller utiliza de um roteiro ácido para criticar de tudo um pouco. Um destes alvos é a mídia.

A realização deste trabalho se dá no sentido de tentar analisar uma obra cultural e colocá-la em comparação com estudos da comunicação. Em um rápido exame das páginas da história em quadrinho, a proposta deste trabalho surgiu para que o discurso televisivo presente no roteiro fosse comparado com a Teoria do Agendamento, que teve seus estudos iniciados na década de 50 e ainda estava em voga durante a década de 80.

Definido a possibilidade de um estudo sobre o assunto, ao longo das páginas desta pesquisa, procuramos compreender como a obra Batman – O Cavaleiro das Trevas representa uma crítica ao agendamento midiático durante o Governo Reagan (1981-1989) nos anos finais da Guerra Fria, buscando entender o tipo de crítica e a qual mídia ela é direcionada, além de assimilar o papel das histórias em quadrinhos como forma de crítica social e entender a contribuição da obra para os estudos da área da comunicação.

¹ Histórias em Quadrinhos

Para que possamos, através de um estudo de caso, alcançar tais resultados, primeiro, precisamos estabelecer certos parâmetros, então, construímos esta monografia em três partes: Comunicação e Teorias; Quadrinhos e o Jornalismo; e a Crítica ao Agendamento em Batman – O Cavaleiro das Trevas. No primeiro capítulo, se faz necessário a explanação sobre as Teorias da Comunicação, a sociedade e comunicação de massa, além de definirmos os fundamentos da Teoria do Agendamento, base para o estudo de caso presente no final desta pesquisa. Para tal, utilizamos os estudos de Beltrão (1982), Mattelart e Mattelart (2000), Wolf (2003), Merton e Lazarsfeld (1990), Horkheimer e Adorno (1990), Eco (1979) e McCombs (2009).

Ao longo do capítulo, tentaremos explicar o surgimento das Teorias da Comunicação, criadas com base na chamada Teoria Hipodérmica ou da Bala Mágica, além de entender o contexto social em que estas primeiras pesquisas da comunicação surgiram, tentando entender a função da mídia em uma sociedade pós-industrial e que passava por profundas mudanças em suas bases. Com a necessidade criada para a realização do estudo de caso, o capítulo também reúne pensamentos de autores sobre a Teoria do Agendamento, uma das últimas a surgir, próximo a década de 1950.

Além de entendermos as teorias da comunicação, antes de nos aprofundarmos na análise das páginas de Batman – O Cavaleiro das Trevas, precisamos entender o que são as histórias em quadrinhos e seu papel como mídia de massa. Para isso, no segundo capítulo, utilizaremos as pesquisas de Tucker (2018), Cagnin (1975 e 1996), Bibe-Luyten (1987), McCloud (1995), Srbeek (2017), Eco (1979) e Dorfman e Mattelart (1978) como base para entender ambas as questões.

Junto a isto, precisaremos conhecer o contexto histórico em que a HQ foi escrita, para que possamos entender suas referências. No terceiro capítulo, com base em Gilbert (2014), Hobsbawn (1995), Purdy (2007) e Thompson (1985) conheceremos as causas e consequências da chamada Guerra Fria. Após, com as pesquisas de Srbeek (2017), Krakhecke (2009), Bernardo (2009) e Tucker (2018) saberemos com o processo de criação da História em Quadrinhos escrita por Frank Miller.

Fecharemos este estudo com a análise da obra, utilizando como metodologia uma pesquisa exploratória, feita através do estudo de caso analisando questões

visuais e de roteiro para serem comparadas com os fundamentos da hipótese do agendamento, nos permitindo entender as críticas realizadas pelo autor do enredo.

1. COMUNICAÇÃO E TEORIAS

Nos cursos de Comunicação os professores salientam não ser possível o aperfeiçoamento na área, quando deficitário forem os estudos das teorias da comunicação, que se não forem bem desenvolvidos ao longo da jornada acadêmica, poderão interferir na formação e no entendimento profissional. Porém, entender esta afirmação, é assimilar que o ato de comunicar não cabe apenas aos bacharéis da comunicação social, já que realizar o intercâmbio de informações, termo citado por Beltrão (1982), foi ponto chave na evolução dos seres vivos, como afirma:

Ao ser animal, dotado da capacidade de agir, não basta a informação biológica e a expressão somática para sobreviver e perpetuar a espécie: necessita ele de outro ser idêntico, tanto para a procriação como para a realização de outras funções. Por isso, são seres sociais, e entre si devem intercambiar informações para alcançar os seus objetivos (BELTRÃO, 1982, p. 25).

Tal câmbio, apresentado pelo autor, explica a comunicação como uma troca de informações entre semelhantes, que visam uma ação conjunta. Beltrão (1982, p. 36) ainda cita que “organizações sociais tão perfeitas e distintas não seriam entendidas se os seus membros não trocassem informações entre si, não só por uma questão de sobrevivência individual mas para a manutenção e desenvolvimento”.

Se a transferência de informações da forma mais simples é suficiente a quase todos os seres vivos, Beltrão (1982) segue seu raciocínio e mostra que há uma espécie que não se contenta a manter-se viva e realizar tarefas.

Como ser social, uma vez senhor da informação nova, enriquecida pela reflexão à base de abstrações, o homem tem necessidade de transmiti-la a quem possa ajudá-lo na consecução do seu objetivo derradeiro: o próprio aperfeiçoamento, a evolução dirigida e consciente de sua espécie. Para tanto, deve elaborar uma mensagem, ou seja, uma ordem de sinais que possam ser recebidos e compreendidos por outrem, levando este último a uma reação e, assim, estabelecendo o diálogo (BELTRÃO, 1982, p. 26).

Tal processo descrito pelo autor, só é permitido ao ser humano graças a evolução da sociedade, que, ao ser estudada, nota-se um ciclo, com a comunicação

permitindo o desenvolvimento social, para que a própria comunicação possa ser desenvolvida por aquele que se estabeleceu no processo. Voyenne (1965, apud Beltrão, 1982, p. 56) diz que “viver em sociedade é comunicar”, já que ao deixar de intercambiar informações, o laço social e, conseqüentemente, a comunidade desaparecerá.

Ao analisarmos as definições apresentadas por Beltrão (1982), podemos encontrar alguns elementos básicos para a realização da comunicação. No seu modelo inicial, e que posteriormente foi alterado por diversas vezes, estão: o *comunicador*, que sai da inércia para entregar uma informação; o *receptor*, aquele que é o destino final da informação; a *mensagem* em si, ou a informação que é entregue; e o *canal*, pelo qual tal mensagem será enviada.

O *comunicador*, nos conceitos apresentados por Beltrão (1982)² é um ser que tem a personalidade atuante e precisa ter dominado algumas capacidades, como ter o domínio da consciência e entender o ambiente em que está situado, para que possa enviar tais informações. Já o *receptor*, presente na outra ponta, precisa ter o domínio das mesmas capacidades³, mas usa de outras condições para se conectar com quem o comunica, já que a *mensagem* precisa ser atraente para despertar seu interesse e prender sua atenção. Martino (2001) complementa que a troca de informação pode “ser ativada a qualquer momento, desde que outra consciência [...] venha [...] decodificar ou interpretar aqueles traços materiais de forma a reconstituir a mensagem (MARTINO, 2001, p. 17).

Com a *mensagem* já descrita ao conceituar ambos os extremos do processo comunicacional, dos principais elementos para que a comunicação aconteça, resta o *canal*. Segundo Beltrão (1982):

Canal é o instrumento, natural ou artificial, mediante o qual se emitem e recebem as mensagens. Como nenhuma mensagem dispensa ao menos um canal-emissor e para que se completa o circuito da comunicação seja necessário que a mensagem alcance a outrem, decorre [...] a um raciocínio apenas superficial, concluiremos que também se exige um canal-receptor (BELTRÃO, 1982, p. 106).

² Que serão utilizados para descrever todos os processos;

³ Como citado anteriormente, ambos precisam ser semelhantes;

Além disso, o autor também argumenta que os canais não dependem apenas do objetivo da mensagem, mas também da habilidade do comunicador e do receptor, considerando o “espaço que os separa, do tempo de validade da mensagem, de condições ambientais e fortuitas que os dialogantes têm de considerar em sua decisão de desenvolver a atividade comunicacional” (BELTRÃO, 1982, p. 107).

Ao citar canais, no plural, Beltrão mostra que a possibilidade de usar mais de um meio para divulgar uma informação, mais efetiva será a mensagem. “Nem sempre o comunicador é um indivíduo específico, uma pessoa singular; pode ser um grupo eventualmente organizado, uma instituição ou uma pessoa institucionalizada, ou seja, o representante (porta-voz) da estrutura grupal (BELTRÃO, 1982, p. 113)

Agora, com a probabilidade de o comunicante não ser um indivíduo, tocamos no uso do ato de comunicar por parte da mídia. Para isso, após entender o que é comunicação e quão fundamental ela é ao ser humano, é preciso entender que quem cumpre o papel de comunicador, precisa vê-la e entendê-la de forma diferente, utilizando das então chamadas Teorias da Comunicação.

O advento da imprensa e, mais tarde, dos meios de auditivos e audiovisuais de massa, que conferiram à comunicação institucional instrumentos adequados a fazer chegar mensagens a públicos dispersos no tempo e no espaço e anônimos para o comunicador, impôs a adoção de métodos e técnicas de pesquisa para a avaliação, por estimativa, dos efeitos pretendidos (BELTRÃO, 1982, p. 169).

Aqui, cabe a advertência de Pereira (1995), de que as chamadas Teorias das Comunicação, que mesmo sendo ciências, talvez não sejam assim consideradas por um todo, já que “não podem enquadrar-se de forma pura e simples nos moldes estatutários das ciências empírico-formais” (PEREIRA, 1995, p. 59). Então, a formulação do que é chamado ‘teoria’ da área é mais aberta, “visto que o seu objeto de investigação não é mero dado bruto da natureza ou do raciocínio [...]. Seu objeto de investigação é ao mesmo tempo sujeito. Não deixa de ser a natureza [...]. É a natureza humana e social” (PEREIRA, 1995, p. 58).

A partir disso, com os estudos e a aplicação de tais estudos, suas conclusões são o que o autor declara como um “encontro entre a matematização dos resultados com a interpretação do homem” (PEREIRA, 1995, p. 60), criando uma ciência da

interpretação por excelência. França (2001, p, 47) aponta que “a teoria ou teorias da comunicação são o resultado e a sistematização dessas inúmeras e distintas iniciativas, com pretensão científica, de conhecer a comunicação”.

Com base nestes conceitos, podemos ter noção do que é a comunicação e o que é uma teoria. Para que possamos avançar neste estudo, manteremos o conceito em mente, sempre lembrando das diferenças entre teoria e uma ciência. Vejamos a seguir o que são as Teorias da Comunicação.

1.1.As teorias da comunicação

Definido o conceito teoria, agora já é possível darmos início ao conhecimento acerca do que tratam as teorias da comunicação. Usando da mesma pergunta feita por Mattelart e Mattelart (2000), tentaremos compreender o que são e como surgem as Teorias da Comunicação:

Qual a natureza da nova sociedade anunciada pela irrupção das multidões na cidade? Em torno dessa questão se forma, nas duas últimas décadas do século XIX, a problemática da “sociedade de massa” e dos meios de difusão de massa, seus corolários. (MATTELART; MATTELART, 2000, p. 20).

Mesmo que apresentado de forma brusca, o termo *sociedade de massa* acompanha o surgimento das Teorias da Comunicação, e é imprescindível para que uma linha do tempo possa ser criada no assunto. Wolf (2003) explica a conexão que o conceito tem junto a Teoria Hipodérmica, a precursora das teorias da área. “A presença do conceito de sociedade de massa é fundamental para a compreensão da teoria hipodérmica, que às vezes se reduz exatamente a uma ilustração de algumas características dessa sociedade.” (WOLF, 2003, p. 5).

Para evitar confusões, então, colocaremos os fatos em ordem. O termo que designa a primeira teoria da comunicação foi criado em algum momento entre as duas grandes guerras (1918 – 1939), e segundo Mattelart e Mattelart (2000), foi forjado por Harold D. Lasswell, no livro *Propaganda Techniques in the World War*, quando o autor supôs que a crescente mídia de massa agia como “agulha hipodérmica” para difundir

ideias e conceitos. O livro de Lasswell, escrito a partir de estudos feitos sobre a 1ª Guerra Mundial, aliado ao constante crescimento da mídia de massa, demonstra que a propaganda passou a ser o principal meio de suscitar a adesão das massas a algo. Para Merton e Lazarsfeld (1990, p. 106), a partir deste momento, “aqueles que pretendem controlar as opiniões e crenças de nossa sociedade utilizam-se cada vez menos da força física, e cada vez mais da persuasão em massa”. França (2001) explica como surgiram essas crenças:

Tais estudos estavam intimamente ligados a motivações de ordem política e econômica: por um lado, a expansão da produção industrial e a necessidade de ampliar a venda dos novos produtos (de estimular a formação e ampliação dos mercados consumidores) estimula o investimento em pesquisas voltadas para o comportamento das audiências e para o aperfeiçoamento das técnicas de intervenção e persuasão (p. 54).

Com todas as novas visões sobre a comunicação na época, a Teoria Hipodérmica então, “é uma abordagem global da mídia, indiferente à diversidade entre os vários meios, e que responde principalmente à interrogação: qual efeito tem a mídia numa sociedade de massa?” (WOLF, 2003, p. 5).

Mattelart e Mattelart (2000, p. 37) responde a tal questionamento considerando que dar tal importância ao assunto é consagrar “uma representação da onipotência da mídia, considerada ferramenta de ‘circulação eficaz dos símbolos’”. Então, para definir a primeira teoria criada no campo da comunicação, é preciso entender que a Teoria Hipodérmica, também chamada de teoria da bala mágica, indicava uma conexão entre a exposição às mensagens e a reação do público, criando uma pessoa que poderia ser “controlada, manipulada, induzida a agir” (WOLF, 2003, p. 11). Ferreira (2001), reafirma a situação apresentada por Wolf (2003), com o argumento que o próprio nome da teoria já evidenciava o poder que se acreditava que a mídia tinha.

O termo hipodérmico ou seringa mostra como o público é comparado aos tecidos do corpo humano, que atingido por uma substância (no caso a informação), todo o corpo social é atingido indistintamente. O termo ‘*bullet theory*’ ou ‘teoria da bala’ também reforça a genialidade de um lado em atingir o alvo, no caso o público (FERREIRA, 2001, p. 107).

O esquema simples, então criado para explicar o funcionamento da teoria da bala mágica, foi $E \rightarrow R$ (estímulo \rightarrow resposta). Porém, Wolf (2003 apud Bauer, 1964) mostra que estudar o comportamento de maneira tão simples, gerava a perda de resultados, já que a maior parte dos efeitos não era estudada, mas sim dada como prevista. “Deve-se observar, porém, que a descrição da sociedade de massa (sobretudo de alguns de seus traços fundamentais: isolamento físico e normativo dos indivíduos) contribuiu, de sua parte, para acentuar a simplicidade do modelo” (WOLF, 2003, p.10).

Para começar a entender os supostos efeitos que a Teoria Hipodérmica causava ao público, Lasswell, o criador do termo, começou a estudar a resposta causada pelo estímulo da comunicação. Publicado em 1948, a fórmula ‘Quem diz o quê por que canal e com que efeito?’, que “na prática, dois pontos desse programa foram privilegiados: a análise dos efeitos e, em estreita correlação com essa, a análise do conteúdo, que fornece ao pesquisador elementos suscetíveis de orientar sua abordagem do público” (MATTELART; MATTELART, 2000, p. 40).

Wolf (2003) aponta que o estudo lasswelliano, apesar de desacreditar algumas partes da Teoria Hipodérmica, também serviu para confirmar pontos do que já havia sido estabelecido, como “a tese de que a iniciativa seja exclusivamente do comunicador, e de que os efeitos se deem exclusivamente sobre o público” (WOLF, 2003, p. 13). Porém, aqui os novos estudos apontavam divergências, já que mesmo que confirmada as repostas do público, não há certeza de uma reação uníssona. Katz (1969, apud Wolf, 2003, p. 14) afirma:

Não que os estudiosos de comunicação de massa ignorassem o fato de os componentes do público terem família e grupos de amizade; a questão é que se considerava que tudo isso não influenciava o resultado de uma campanha propagandista: as relações informais interpessoais eram, melhor dizendo, consideradas irrelevantes para as instituições da sociedade moderna”.

A evolução do que era definido na Teoria Hipodérmica, graças ao modelo de Lasswell, organizou o que é chamado de Teoria da Comunicação – no inglês *communication research* – e definiu as linhas para teorias subsequentes, feitas a base dos primeiros estudos.

Após entender o conceito e como se deu o início das Teorias da Comunicação, vimos que sua criação está atrelada ao termo Sociedade de Massa. Então, para concluir o entendimento dessa chamada ciência no campo da comunicativo, a seguir estudaremos o que a Massa significa para os comunicadores.

1.2. Comunicação e sociedade de massa

Embora não abordado de tal forma, os conceitos até aqui apresentados todos partem de uma mesma visão idealista. De que forma? Os estudos das Teorias não são simples e organizados, tudo que vem junto a este conceito foi forjado em realidades diferentes, compostas de pensamentos realmente adversos. Estes estudos são provenientes das mentes participantes de duas escolas: Chicago, usada de base para o início deste trabalho, e Frankfurt. Para começar a falarmos dos conceitos da *massa*, precisamos entender quais as visões, para que sem equívocos, possamos explicar as diferenças de pensamento sobre o assunto.

Com pesquisas datadas desde o início do século XX, a Escola de Chicago, nos Estados Unidos, até os anos 60 teve pouca influência ao resto do mundo, já que, de acordo com Araújo (2001):

Entre os anos 20 e 60, os estudos norte-americanos foram marcados pela hegemonia de um campo de estudos denominado *Mass Communication Research*. Essa tradição de estudos é composta por abordagens e autores tão variados que vão desde a engenharia das comunicações, passando pela psicologia e sociologia, com pressupostos teóricos e mesmo resultados distintos e, em muitos casos, quase inconciliáveis (ARAÚJO, 2001, p. 120).

A partir da década de 60 que todos esses resultados foram quase que organizados. Araújo (2001) afirma que são quatro as características que permitiram dar unidade aos trabalhos. Entre eles, estão a orientação empiricista (enfoque na dimensão quantitativa), orientação pragmática (mais política do que científica), ter seu foco de estudo na comunicação midiática e por fim, um modelo comunicativo que fundamenta todos os trabalhos. Apesar de diversos nomes figurarem como fundadores da Escola de Chicago e dos estudos das Teorias da Comunicação, para

este trabalho, três formam a base: Harold Lasswell, Paul F. Lazarsfeld e Robert K. Merton.

Representando a contracorrente dos estudos realizados na América do Norte, a chamada Escola de Frankfurt é um “coletivo de pensadores e cientistas sociais alemães” (RÜDIGER, 2001, p. 131). Entre os nomes mais famosos, estão Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin e Herbert Marcuse. Inicialmente sendo uma instituição abertamente marxista e com foco na economia capitalista e a história do movimento operário (MATTELART; MATTELART, 2000), os rumos da escola frankfurtiana mudam após seus pensadores serem obrigados a deixar a Alemanha durante o regime nazista. Graças a um breve contato com os estudos norte-americanos, Horkheimer e Adorno, depois de não se sentirem compatíveis com o modelo de estudos dos pensadores de Chicago (MATTELART; MATTELART, 2000), dão início a sua própria colaboração à comunicação.

Tendo em vista a existência de duas escolas pensadoras da comunicação, entendemos quão vasto são os termos da sociedade e da comunicação de massa. Tal massificação, as quais ambos os termos indicam, tem sua caracterização na concentração populacional caracterizada pela urbanização e industrialização (FERREIRA, 2001) pós Revolução Industrial, já que a “interpretação da sociedade moderna enquanto sociedade de massa nasce do aprofundamento ou da fase dita metafísica das críticas às novas condições vividas pelos indivíduos sobretudo nas aglomerações urbanas” (FERREIRA, 2001, p. 105). Este novo modo de vida, do cidadão que vem do campo para a cidade, em uma transformação nas estruturas coletivas, segundo Martino (2001), é causado, além da já citada Revolução Industrial, mas também por “crises político-sociais, [...] o aparecimento do mercado, a dissociação do poder estatal do poder do clero, a explosão demográfica, a emergência do indivíduo moderno... entre vários outros fatores” (p. 32).

Com este novo formato de sociedade, o indivíduo então precisou acostumar-se a um novo modelo de convívio, pois seus laços de sangue já não eram mais suficientes para ter-se um espaço na coletividade. Martino (2001) define que neste momento, “os valores da tradição não podem mais garantir a inserção do indivíduo no espaço coletivo, pois este aqui ultrapassa o âmbito da simples Comunidade” (p. 32), e que tal espaço deve ser construído “através de seu engajamento espontâneo na diversidade das outras formas coletivas de agrupamento” (p. 33). Tais formas davam-

se principalmente pela divisão social do trabalho e de grupos de afinidade (MARTINO, 2001).

Se observarmos a nova identidade e o novo modo de inserção social do homem na sociedade da época, é fácil chegar ao que resume a Sociedade de Massa: “um agregado homogêneo de indivíduos que – enquanto seus membros – são substancialmente iguais, não distinguíveis, mesmo se provêm de ambientes diversos, heterogêneos e de todos os grupos sociais” (WOLF, 2003, p. 7). Essa distância observada por Wolf (2003), também mostra que apesar de serem chamados de Massa, tal grupo era composto por pessoas que não se conheciam e tinham chance mínima de interagir entre si. Além disso, o autor também vê que “as ações da massa apontam diretamente para o objetivo e procuram alcançá-lo pelo caminho mais rápido: este faz com que elas sejam sempre dominadas por uma única ideia, a mais simples possível (WOLF, 2003, p. 7).

Essas mudanças, são criadoras de um ser social fragilizado e que precisa se adaptar ao novo modelo de sociedade. No passado, uma menor distância permitia que a comunicação entre seres, descrita no início deste trabalho, fosse mais prática. Com esta sociedade pós-industrial, há dificuldades para que as “pessoas possam se comunicar diretamente entre si ou atingir a todo e qualquer tipo de informação de maneira pessoal, passando a depender de intermediários para tal” (HOHLFELDT, 2001a, p. 62). Para que possam se manter informados, os seres sociais passam então a dependerem dos “chamados meios de comunicação de massa ou, como os americanos denominam, os mass media, constituídos pelos jornais, revistas, emissoras de rádios, cadeias de televisão e, a cada dia mais, outras redes” (HOHLFELDT, 2001b, p, 192).

Esse formato de consumo, de certa forma, reflete na sociedade, como já visto na primeira parte deste capítulo. Além disso, Merton e Lazarsfeld (1990) também apresentam que toda essa dependência gera um efeito narcótico. Na palavra dos autores:

É fato evidente que os mass media elevaram o nível de informação das grandes populações. Sem intenção consciente, porém, o aumento de dosagem das comunicações de massa pode estar transformando, inadvertidamente, as energias dos homens, levando-os de uma participação ativa a um mero conhecimento passivo (MERTON; LAZARSFELD, 1990, p. 115).

Em todo este contexto apresentado, a importância dada aos meios de comunicação de massa, é entender que os mesmos estão inseridos neste contexto para “preencher o vazio deixado pelas instituições inoperantes que forjavam outrora os laços tradicionais (igreja, família, escola...) e, por conseguinte, passa a ditar o comportamento dos indivíduos” (FERREIRA, 2001, p. 109).

Sendo um passivo desta situação, já que a mesma era imposta ao indivíduo, por muitas vezes, o cidadão, ao estar interessado e informado, mesmo que minimamente, já se sentia satisfeito com si mesmo. Merton e Lazarsfeld descrevem que um ser social nesta circunstância, “confunde assim o fato de conhecer os problemas cotidianos com o fato de atuar sobre eles”. Essa mudança se mostra profunda, afinal, este homem, citado no exemplo dos autores, está na realidade social que se encontra devido a luta de seus antepassados.

Os mass media assim parecem ter roubado aos reformadores os frutos de suas vitórias. A luta pela liberdade, o lazer, a educação popular e a previdência social foram levados avante na esperança de que as pessoas, uma vez livres de seus grilhões, viessem a se valer da importante herança cultural de nossa sociedade. [...]. No decorrer de muitas gerações, os homens lutaram para que as pessoas tivessem mais horas de folga e elas agora são gastas em escutar uma estação de rádio, ao invés de serem usadas em frequentar, por exemplo, uma universidade (MERTON; LAZARFELD, 1990, p. 110).

A indicação duvidosa – expressa por termos como “parecem” – dos pais da Escola de Chicago não condiz com o que acreditam os pensadores alemães. Horkheimer e Adorno, pensadores da Escola de Frankfurt, que, por meio, da obra *Dialética do Esclarecimento*, ao trabalharem o consumo cultural das massas, cunharam o conceito denominado Indústria Cultural, afirmando que essa culpa pertence aos *mass media* ao afirmarem que na civilização da época tudo tinha um ar de semelhança, com filmes, rádio e semanários constituindo um sistema, onde cada setor se harmonizava em si e todos entre si (HORKHEIMER; ADORNO, 1990).

Umberto Eco (1979), um herdeiro do pensamento frankfurtiano, vê tal trabalho de harmonização por meio da comunicação de massa como um encorajador de uma visão passiva e acrítica, onde “desencoraja-se o esforço pessoal pela posse de uma nova experiência” (ECO, 1979, p. 41). Além disso, Eco (1979) também cita a criação

de uma cultura homogênea, que mesmo quando obrigada a difundir produtos de nível superior (música clássica, etc....) as coloca em um nível mais baixo e de forma condensada. Essa visão é endossada por Morin (1997), que define como “sincretismo [...] a palavra mais apta para traduzir a tendência a homogeneizar sob um denominador comum a diversidade dos conteúdos (p. 36).

Junto à visão de uma cultura homogênea, Eco (1979) também argumenta que tais produtos culturais na sociedade de massa são feitos propositalmente para tomarem a atenção e criarem um vício consumista. Horkheimer e Adorno, em seu trabalho precursor aos textos de Eco, argumentam que esse vício no entretenimento “significa que não devemos pensar [...]. Na sua base do divertimento planta-se a impotência. É, de fato, fuga, mas não, como pretende, fuga da realidade perversa, mas sim do último grão de resistência que a realidade ainda pode haver deixado” (HORKHEIMER; ADORNO, 1990, p. 182). Além da debilidade apresentada, os autores vão além, mostrando que tal trabalho da indústria cultural também é feito com intuito de classificar a sociedade em categorias.

Distinções enfáticas, como entre filmes de classe A e B, ou entre histórias em revistas a preços diversificados, não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificar e organizar os consumidores a fim de padronizá-los. [...] O fato de oferecer ao público uma hierarquia de qualidades em série, serve somente à quantificação mais completa. Cada um deve-se portar, por assim dizer, espontaneamente, segundo o seu nível (HORKHEIMER; ADORNO, 1990, p. 162).

Esse consumo categorizado, feito com o intuito político, obriga aos indivíduos que se comportem segundo seu nível, consumindo apenas o que foi preparado para o seu tipo (HORKHEIMER; ADORNO, 1990). Essa situação, mesmo que pareça inocente, de acordo com os autores, é um mecanismo gigantesco que mantém tudo sob pressão, tanto no trabalho quanto no lazer (HORKHEIMER; ADORNO, 1990).

Essa repressão apontada pelos autores, pode ser comparada, a algo que “em certas circunstâncias históricas, tem cabido às ideologias religiosas” (ECO, 1979, p. 43). Podemos afirmar que essa visão do controle das massas comparado à ideologia religiosa, reconduz o conceito já apresentado, e aqui reforçado por Merton e Lazarsfeld (1990), ao argumentarem que quem pretende controlar as massas vem

adotando técnicas da propaganda, ao invés de empregar meios mais diretos de controle.

Com a definição dos conceitos que estabelecem toda a base de estudos da comunicação realizados ao longo do século XX, já nos é permitido adentrarmos nas pesquisas sobre a Teoria que estruturará o estudo de caso ao fim deste trabalho.

1.3. *Agenda-Setting*

Com as duas partes iniciais deste capítulo, conseguimos formular um entendimento básico sobre a Teoria Hipodérmica e sobre a Comunicação e Sociedade de Massa. Ao passar por ambos os tópicos, vimos conceitos básicos que estabelecem grande parte dos estudos da comunicação e das chamadas teorias da comunicação. Para concluirmos o capítulo, procuraremos entender o que é a Teoria do Agendamento.

São diversos os termos a serem definidos antes mesmo que se apresente o que é o conceito do agendamento, entre eles, precisamos diferenciar ambas as teorias até aqui apresentadas, afinal, falamos de estudos com cerca de 50 anos de diferença, dentre os quais, a sociedade e o papel da mídia passaram por grandes mudanças. McCombs, um dos criadores do chamado *agenda-setting*, define que "a Teoria da Agenda não é o retorno à teoria da bala ou hipodérmica sobre os poderosos efeitos da mídia" (MCCOMBS, 2009, 24), já que aqui, os estudos parecem diminuir a onipotência apresentada pelos autores no início das pesquisas sobre a comunicação, deixando de lado a proposta de que os efeitos da mídia na sociedade eram imediatos.

Em apenas dois parágrafos, citamos o agendamento de duas formas, porém, há uma terceira também utilizada e que é essencial para entendermos as mudanças as quais os estudos da comunicação passaram. Mauro Wolf (2003) é um dos autores que usa amplamente o termo *hipótese* ao citar o Agendamento. Apesar da diferença não parecer tão grande e ambas as denominações serem utilizadas, se voltarmos as definições da ciência, já explicada por Pereira (1995) no início deste trabalho, veremos que:

O que distingue teoria de hipótese na ciência moderna? Os dois são atos intelectivos ligados à prática da pesquisa. Mas a hipótese, entendida como uma conjetura (suposição) que surge a partir da observação do fenômeno, é sempre um passo anterior à teoria (PEREIRA, 1995, p. 52).

Aplicando definição muito próxima da apresentada por Pereira (1995), Hohlfeldt (2001) facilita o entendimento, afirmando que uma teoria "é um paradigma fechado, um modo acabado e, neste sentido, infenso à complementações ou conjugações [...]. Uma hipótese, ao contrário, é um sistema aberto, sempre inacabado" (HOHLFELDT, 2001b, p. 189).

A hipótese do agenda-setting no estado atual é, portanto, mais um núcleo de ocasiões e conhecimentos parciais, suscetível de ser ulteriormente articulado e integrado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos de realidade, praticados pela mídia, do que um paradigma de pesquisa definido e estável (WOLF, 2003, p. 144).

Com tal definição, podemos continuar os argumentos que constroem a base da teoria/hipótese. Para evitar confusões, ao longo deste trecho, utilizaremos apenas dois termos: agenda-setting e agendamento. Quando necessário, a classificação como teoria ou hipótese será utilizada, porém, o contexto explicará o sentido da escolha.

Então, o que é o *agenda-setting*? Como vimos anteriormente, os meios de comunicação de massa têm um papel importante na sociedade pós-industrial, facilitando a inserção do indivíduo no conjunto. Tendo esta ideia como base, podemos definir que o agendamento é resultado de um trabalho contínuo dos *mass media* com capacidade de definir itens para a agenda pública (MCCOMBS, 2009).

Esta capacidade apresenta-se de diversos modos e em diversos fatores que entram na discussão da hipótese, sendo levados em consideração em cada pesquisa realizada na área. Observando as características dos meios de comunicação nesta situação, Neumann (1983, apud Wolf, 2003) aponta as três: a acumulação, a consonância e a onipresença. Esses três exemplos definem um dos aspectos do *agenda-setting*: o tempo; onde "verificou-se que se estabelece uma verdadeira correlação entre a agenda da mídia e a do receptor" (HOHLFELDT, 2001b, p. 197).

As pessoas têm opiniões sobre muitas coisas, mas somente alguns poucos tópicos realmente lhes interessam. O papel de agendamento desempenhado pelos veículos noticiosos é sua influência na saliência de um assunto, sua influência sobre se algum número significativo de pessoas realmente considera que vale a pena sustentar certa opinião sobre um assunto (MCCOMBS, 2009, p. 18).

Afinal, aqui temos outra grande diferença quanto as pesquisas da Teoria Hipodérmica, o público tem opinião e suas vivências alteram seu entendimento do que lhe é difundido. Ferreira (2001, p. 112), aponta que “o *agenda-setting* não elimina, como ocorre na teoria hipodérmica, as relações interpessoais, porém, tais relações não são geradoras de tema”. Aqui, apontamos outro aspecto do agendamento: a escolha dos assuntos; já que, como explica Wolf (2003), “delineia-se uma tendência à persuasão temperada pela persistência: as opiniões pessoais dos destinatários parecem agir no sentido de integrar a agenda subjetiva com a proposta pela mídia” (p. 155).

Com ambas as definições – tempo e a classificação por relevância dos assuntos – conseguimos explicar o que é o *agenda-setting*: a habilidade de influenciar a saliência dos tópicos na agenda pública através da repetição e ênfase na cobertura noticiosa (MCCOMBS, 2009). Esse trabalho, de acordo com McCombs (2009), tem efeitos de curto e longo prazo.

Com tais conceitos definidos, então, como nesta situação, o público tem certa participação na questão, Hohlfeldt (2001b, p. 200) define que a influência depende do “grau de exposição a que o receptor esteja exposto, mas, mais que isso, do tipo de mídia, do grau de relevância e interesse que este receptor venha a emprestar ao tema”.

Logo que as pessoas entendem a ideia básica do agendamento, elas rapidamente perguntam qual é o veículo mais poderoso no agendamento público, televisão ou jornais. A melhor resposta é, “Isso depende”. Se alguma diferença existe entre a influência dos dois veículos ou se um supera o outro em impacto isso varia consideravelmente de uma situação à outra. (MCCOMBS, 2009, p. 82)

Ao analisarmos os autores, ambos usam diversas pesquisas para apresentar pontos de vista sobre qual dos veículos é mais poderoso na questão. Os resultados,

além dos dados estudados, também sofrem mudanças pela época em que foram finalizados. Wolf (2003), logo no início do debate da questão, cita a pesquisa de McClure e Patterson, realizada no ano de 1976, que aduz a hipótese que “para os consumidores de informação televisiva, o aumento de consumo não se traduz num maior efeito de *agenda-setting*, enquanto o mesmo ocorre para os que consomem muita informação impressa” (WOLF, 2003, p. 147). Porém, o teórico também apresenta outros pontos de vista sobre o assunto e tira duas conclusões, afirmando que cada meio de comunicação tem sua capacidade de estabelecer o agendamento, mas que a “televisão parece ser menos influente do que a informação impressa” (WOLF, 2003, p, 150).

McCombs reafirma a situação, separando-a em dois parâmetros. No primeiro, não há diferença entre o agendamento produzido pelo noticiário da imprensa e da televisão. Na outra, o autor afirma ver uma vantagem de 2 para 1 aos jornais impressos. “Este último padrão é uma surpresa para muitos porque o senso comum convencional é que a televisão é o veículo dramático e poderoso de nosso tempo (MCCOMBS, 2009, p. 83).

Esses níveis que diferem o nível de agendamento por parte de cada tipo de mídia também podem ser definidos em análise do público receptor, que, segundo McCombs (2009), tem uma necessidade por orientação (assuntos agendados) e a estabelece de acordo com a relevância e da incerteza sobre o assunto. Conforme o estudioso:

O desenvolvimento da necessidade de orientação pode também ajudar na explicação dos efeitos dos canais de comunicação no processo de agendamento. Consideramos anteriormente o enigma de quando os efeitos das notícias do jornal e da televisão diferem e quando elas são similares. Pode-se formular a hipótese de que as pessoas com alto grau de orientação são mais propensas a voltarem-se aos jornais com sua riqueza de detalhes – e talvez agora aos sites especializados da web – enquanto pessoas com baixo nível de necessidade de orientação são mais propensas a se satisfazerem com a brevidade dos relatos noticiosos da TV (MCCOMBS, 2009, p. 106).

Esses breves relatos que a TV produz, devido ao formato da mídia, são o que Wolf (2003) classifica como um efeito de agenda particular e específico, já que, a “agenda noticiosa da TV tem uma capacidade mais limitada, de forma que somente

uma menção no noticiário noturno da emissora de TV é um forte sinal sobre a saliência do tópico” (MCCOMBS, 2009, p. 18).

Até o momento, revisamos o agendamento na visão dos meios de comunicação e a influência as quais os mesmos supostamente têm aos indivíduos. Então, como é que o agendamento ocorre? De acordo com McCombs (2009), todo o trabalho realizado pelos *mass media* funcionam tendo em vista a necessidade de orientação que tem o sujeito, pois, se o nível for alto, “mais propenso ele estará para prestar atenção na agenda da mídia” (MCCOMBS, 2009, p. 108).

Essa necessidade de orientação, de acordo com o autor, vem principalmente da falta de subsídio dos assuntos que normalmente são tratados pela mídia. Com grande parte deles sendo de temas públicos, reforça-se a situação já discutida aqui, de que a agenda do público dá conta de um número limitado de assuntos, então, caso haja a necessidade do uso dos conhecimentos daquela área, o cidadão terá grandes chances de utilizar as pitadas de informação que recebe da mídia, ao invés de fazer uma análise de grande porte (MCCOMBS, 2009).

McCombs (2009) ainda apresenta que essa influência no entendimento de um assunto por parte da sociedade, acontece porque os meios de comunicação, além de agendarem o que será assunto no âmbito social, também conseguem modelar a forma como os assuntos são debatidos, evidenciando em suas notícias atributos, ou aspectos, específicos, que podem causar esse sugestionamento, moldando como as pessoas pensam e falam sobre estes temas.

Agora, já é de fácil percepção as mudanças pelas quais as Teorias da Comunicação passaram ao longo do século XX. Aqui, falamos de apenas duas, que podemos considerar fundamentais para a realização desta pesquisa, porém, são diversas as outras, criadas em outras situações e que podem se encaixar conforme a necessidade de cada estudo. Além disso, após todos os pensamentos citados acima, não podemos esquecer que todo este texto se trata de uma análise de ciências interpretativas, no que, conforme já citado aqui por Pereira (1995), é formado pela junção de resultados com a interpretação do homem, não podendo ser levados ao pé da letra em uma situação no mundo real, já que tais teorias são a sistematização de iniciativas com pretensões científicas de conhecer a comunicação (FRANÇA, 2001, p.

47). Após definirmos isso, podemos passar ao estudo do segundo assunto necessário para que possamos alcançar o final deste trabalho.

2. QUADRINHOS E O JORNALISMO

Antes de adentrarmos na análise das páginas da obra *Batman – O Cavaleiro das Trevas*⁴, além de entendermos um pouco das Teorias da Comunicação também precisamos conhecer um pouco sobre a mídia conhecida como quadrinhos. Como veremos, as chamadas HQs no formato em que atualmente são famosas nasceram nas páginas dos jornais impressos.

Essa relação, porém, não fica apenas na origem e distribuição das primeiras tiras, já que o jornalismo é presença constante nos quadrinhos, seja como a profissão de personagens, como Clark Kent, o *Superman*⁵, que ajudava “a corrigir os problemas da sociedade com sua máquina de escrever, trabalhando como jornalista no Planeta Diário” (TUCKER, 2018, n.p.) ou como pano de fundo nas histórias, sendo considerado como um personagem, ao qual, muitas vezes, eram utilizados para direcionar “comentários astutos sobre a mídia” (TUCKER, 2018, n.p.).

Essa mescla de mídias, ou de representações midiáticas nas páginas dos quadrinhos, se dá pela proximidade dos meios e também pela romantização da profissão, já que jornalistas são considerados “vigilantes do poder político que protege os cidadãos contra os abusos (históricos) dos governantes” (TRAQUINA, 2005, p. 48).

Outro fator que reforça a junção dos quadrinhos com o jornalismo é o fator tempo, já que “o jornalismo observa o mundo desde o atual, ancora seu relato no presente para relatar o passado e antecipar o futuro” (MOTTA, 2005, p. 9) e as histórias em quadrinhos representam o tempo em que estão alocadas, pois servem de reflexo da sociedade, no que Bibe-luyten (1987) explica em uma analogia de que se o mundo fosse destruído e sobrassem apenas as revistas de histórias em quadrinhos, se algum extraterrestre, se conseguisse decifrar a escrita, poderia ter uma ideia adequada do mundo em que vivíamos. Além disso, Ehrlich (2004, apud SANSEVERINO, 2015), aponta que os produtos culturais – nos quais as Histórias em Quadrinhos se encaixam – são um espaço para reflexão sobre o campo jornalístico, já que representam a cultura falando em voz alta sobre ela mesma.

⁴ Lançado em 1986, em quatro edições, tem texto e arte assinados por Frank Miller

⁵ Conhecido como Super-Homem no Brasil.

Nas próximas páginas abordaremos um pouco sobre a história das Histórias em Quadrinhos, com seu surgimento no final do século XIX e desenvolvimento ao longo do século XX, onde, os quadrinhos passaram por “vicissitudes diversas: desinteresse, perseguição, censura e, hoje, louvores e um lugar entre os estudos semiológicos, de informação e de comunicação” (CAGNIN, 1975, p. 22). Para entendermos este último, teremos como base os argumentos apresentados ao longo do primeiro capítulo desta pesquisa, possibilitando que entendamos a mídia como um produto de comunicação de massa.

2.1. As Histórias em Quadrinhos

Assim como outros meios, as Histórias em Quadrinhos também têm um marco-zero, aquele momento em que o gênero que mistura imagens e texto surgiu. Para entendê-lo é necessário aceitar que a origem das HQs vem desde o início da civilização, como lembra Bibe-luyten (1987), as inscrições rupestres nas cavernas pré-históricas já revelavam a preocupação de narrar os acontecimentos através de desenhos sucessivos. Com foco nesses dois códigos – imagens e palavras - talvez os principais do desenvolvimento humano, Bibe-luyten (1987) argumenta que a mistura não desmerece os quadrinhos, mas sim, cria com eles, uma nova manifestação cultural. Aqui, cabe a exposição de Cagnin (1975), que observa que os quadrinhos têm seu foco na narrativa:

Ao se mencionar H Q, o próprio nome diz que se trata de história; é o conceito que todo mundo faz. Certamente, pode haver outras séries icônicas reunidas em mensagens, destinadas à comunicação, mas só aquelas destinadas a narrar formaram uma literatura apreciável e de grande (p. 179).

Mas antes de aprofundarmos a história e seu papel na comunicação, precisamos nos perguntar, o que são as Histórias em Quadrinhos? Mccloud (1995, p. 4) argumenta que “o mundo dos quadrinhos é imenso e variado” e que ao se buscar uma definição, é necessário tentar englobar a tudo que o sustenta. O autor também explica que “quadrinhos’ é um termo que merece ser definido, porque se refere ao

meio em si, não a um objeto específico como 'revista' ou 'gibi'" (MCCLLOUD, 1995, p. 4) erro comum de ser cometido por aqueles que não conhecem o meio.

Em muitos lugares, os quadrinhos são referenciados como *arte sequencial*, termo muito utilizado por Will Eisner⁶. Mccloud (1995) ao tentar atualizar o termo, define em seu livro que Histórias em Quadrinhos são “imagens pictóricas e outras justapostas em sequência deliberada destinadas a transmitir informações e/ou a produzir uma resposta no espectador” (p. 9). Para simplificar, podemos utilizar outra definição do autor, de que “a forma artística - o meio - conhecida como quadrinhos é um recipiente que pode conter diversas ideias e imagens” (MCCLLOUD, 1995, p. 6).

Com esses conceitos básicos, podemos então ir atrás do ponto inicial, no momento em que os quadrinhos surgiram. Como Bibe-luyten (1987) já nos apresentou, contar fatos em arte sequencial já é prática utilizada desde o início da civilização, porém, quando surgem os quadrinhos na forma em que os conhecemos?

Voltamos ao ano de 1985, quando, nas páginas do jornal norte-americano *New York World*, são publicadas as primeiras tiras de *Yellow Kid*, criação de Richard Felton Outcalt. Lançado no dia 05 de maio daquele ano, o quadrinho, segundo Cagnin (1996), reuniu todos os ingredientes necessários, em uma mescla das mais diversas sociedades e culturas, que apenas esperavam pela correta combinação de tempo, lugar e modelo. Para que este caso acontecesse, foram necessárias as combinações de um dos nomes mais famosos do jornalismo e de um teste que inicialmente deu errado. Conforme Cagnin (1996), a história para que a publicação acontecesse em 1895 começou dois anos antes, em 1893, quando Joseph Pulitzer⁷ – dono do *New York World* – fez a compra de uma rotativa a quatro cores para realizar sua vontade de imprimir obras de arte nas páginas de seu jornal dominical.

Após o desejo dar errado, segundo Cagnin (1996), foi Morril Goddard que deu a dica para que a máquina fosse utilizada para a arte dos quadrinhos. Assim, conforme Bibe-luyten (1987, p. 10), “o *Yellow Kid*⁸, de cor amarela, foi justamente para testar essa cor que estava sendo usada pela primeira vez na impressão de jornais”. Cagnin

⁶ Nascido William Erwin Eisner, em Nova York, no ano de 1917, foi roteirista e ilustrador e é reconhecido internacionalmente como um dos gigantes das artes sequenciais, termo cunhado pelo próprio. É conhecido pelo personagem *The Spirit* (O Espírito no Brasil), que segundo Álvaro de Moya, é obra feita com linguagem visual revolucionária e pode ser alcunhada como o Cidadão Kane (Welles, 1941) dos quadrinhos.

⁷ Que após sua morte, deu nome ao principal prêmio na área do jornalismo.

⁸ Moleque Amarelo.

(1996) traz um relato ainda mais preciso, explicando que de todas as conhecidas cores CMYK⁹, o amarelo era a que trazia mais dificuldade para a secagem. Segundo o autor, foi graças a Charles Saalberg, o chefe do setor de impressão em cores, que ao escolher uma tinta amarela graxa, que secava rápido, a testou em um desenho qualquer de Richard F. Outcault, e acabou apresentando ao mundo, em uma mancha de puro amarelo vivo, o *Yellow Kid*. Sua primeira aparição em cores, de acordo com Moya (1986), aconteceu em 05 de janeiro de 1896.

Mesmo que outros artistas tenham utilizado as mesmas técnicas apresentadas nas páginas dominicais do jornal de Pulitzer, Cagnin (1996) categoriza o início das HQs modernas como uma molecagem semântica, já que a tradução do termo *Comic Strip* para História em Quadrinho deu aos Estados Unidos a possibilidade de dizer que também foi o criador deste estilo, escondendo trabalhos como o de Ângelo Agostini em Dom Quixote.

Passados os primeiros quadrinhos nas páginas de jornais, em 1930, uma dupla de jovens criou uma nova série de tiras que mudariam o gênero. Intitulado ‘O Homem de Aço’, as histórias inicialmente tratavam de um tirano do futuro, com superpoderes, mas logo foram reformuladas para um herói.

Inspirados pelos mundos alienígenas e pelas tramas apocalípticas dos livretos e revistas, Siegel e Shuster fizeram de seu novo herói o único sobrevivente de “um distante planeta destruído por um cataclismo natural”. E assim, vestindo sua capa e malha colante, Superman passou a enfrentar gângsteres e outros bandidos (SRBEK, 2017, n.p.).

O sucesso do primeiro super-herói a ocupar o gênero dos quadrinhos, de acordo com SrbeK (2017), foi devido ao Homem de Aço se desdobrar entre a vida de herói e a de homem comum. “A pacata figura do repórter Clark Kent contribuiu para a identificação do público com o personagem, sugerindo que, na imagem de qualquer homem comum, pode se esconder um “super-homem” (SRBEK, 2017, n.p.). Além disso, Moya (1986) também credita o sucesso devido ao fato do Super-Homem não

⁹ CMYK é um sistema de cores utilizado principalmente para a impressão, formado pelas cores Ciano (Cyan), Magenta (Magenta), Amarelo (Yellow) e Preto (Black, mas referenciado como Key para não haver confusão com o Blue da sigla RGB).

ser tão super, com poderes que nada se comparam aos que o super-herói detém atualmente.

Junto à chegada do considerado primeiro super-herói, sua terra natal, os Estados Unidos, entraram em um dos seus piores momentos: a Grande Depressão¹⁰. Com grandes mudanças em toda a estrutura sistêmica do país, o consumo da população também foi afetado (BIBE-LUYTEN, 1987). Apesar de terem estes anos conturbados, os heróis puderam dar a volta por cima e voltarem a crescerem no mercado norte-americano. Srbek (2017, n.p.) afirma que na “ a superação dos anos da Grande Depressão e principalmente o patriotismo do período da Segunda Guerra Mundial formaram um terreno fértil para o crescimento exponencial do gênero”. Com os primeiros anos da segunda grande guerra, eram comuns histórias com super-heróis lutando contra alemães e em alguns casos, até mesmo em embate direto contra Hitler, como em uma das capas mais emblemáticas do Capitão América (SRBEK, 2017).

Com essa consolidação no mercado, os quadrinhos começaram a chamar atenção e a sofrer os primeiros ataques. “Em 1940, um colunista chamado Sterling North publicou um editorial no *Chicago Daily News* intitulado “Uma desgraça nacional”¹¹, atacando os efeitos “tóxicos” da mídia que crescia a passos largos: histórias em quadrinhos” (TUCKER, 2018, n.p).

De acordo com Tucker (2018), no editorial, North alegava ter examinado 108 gibis em bancas e que, segundo ele, pelo menos 70% traziam “material que nenhum jornal respeitável aceitaria” (NORTH, 1940). Porém, o artigo de North não seria o último ataque às Histórias em Quadrinhos. Em 1945, o psiquiatra Fredric Wertham publicou seu livro “Sedução dos Inocentes”, onde “através de uma seleção parcial, procurava ele demonstrar que os responsáveis por todos os males do mundo eram os quadrinhos. Chegava a absurdos como o exemplo da moça que virou prostituta porque lia HQ” (BIBE-LUYTEN, 1987, p. 37). Em reação ao livro de Wertham, o caso das HQs chegou ao Senado americano, com a criação de um subcomitê sobre delinquência juvenil.

¹⁰ A mais grave crise econômica do século 20, quando, em 1929, houve a quebra da Bolsa de Valores de Nova York.

¹¹ No original: *A National Disgrace*.

Os editores não esperaram muito pelas conclusões da comissão, que seriam divulgadas no mês de março. No outono de 1954, a indústria produziu seu próprio código de conduta, o qual quase todas as empresas de quadrinhos concordaram em cumprir. A longa lista de regras governava tudo, desde títulos de revistas até a forma como a violência era retratada e aparência dos trajés (TUCKER, 2018, n.p.).

Após um período complicado na indústria de quadrinhos, onde “muitas cabeças rolaram” (BIBE-LUYTEN, 1987, p. 37) e heróis e revistas desapareceram é que houveram as primeiras mudanças significativas na indústria. De acordo com Bibe-luyten (1987) a principal transformação ocorreu, essencialmente, na conscientização dos autores, que “não mais procuravam divertir por divertir, mas, sim, usar os quadrinhos para que servissem de verdadeiro mecanismo de veiculação de ideias” (BIBE-LUYTEN, 1987, p. 37), ação que está presente até hoje na indústria.

Ao conhecermos um pouco sobre o que é e como surgiu a mídia conhecida como História em Quadrinhos, pudemos perceber que, devido a sua explosão nas páginas dos jornais, os quadrinhos já nasceram como uma mídia de massa. Partindo deste ponto, no próximo item, tentaremos entender se esta classificação cabe ao meio.

2.2. Histórias em quadrinhos como mídia de massa

Como já referenciado nos primeiros trechos deste capítulo, os quadrinhos têm sua própria construção, mas foi graças a outra mídia que os mesmos foram popularizados. Com seu surgimento entrelaçado com as páginas dos jornais impressos, podemos, então, explicar uma das principais características dos gibis: a de ser um produto da comunicação de massa (BIBE-LUYTEN, 1987). Eco (1979) reforça a característica, ao dizer que a mídia é um “exemplo evidente e singularmente adequado [...], porque aqui assistimos à coparticipação popular de um repertório mitológico claramente instituído de cima, isto é, criado por uma indústria jornalística”.

Já sabendo o básico de sua construção e estruturação como mídia, do uso de suas particularidades criativas como os balões, onomatopeias, ritmo e afins, segundo

Cirne (1974, p, 16) é no consumo, em seu entendimento básico, que está a principal característica dos quadrinhos.

A melhor prova de que a estória em quadrinhos é produto industrial de puro consumo é que, embora uma personagem seja inventada por um autor genial, dentro em pouco tempo esse autor é substituído por uma equipe, sua genialidade se torna fungível, e sua invenção, produto de oficina (ECO, 1979, p. 285).

Para compreendermos melhor tais afirmações dos autores, nos basearemos no próprio texto construído nesta pesquisa¹². Como vimos, a sociedade de massa, ou pós-industrial, é a união de diversos indivíduos buscando inserção em seu contexto social, nesse caso, além de utilizar os meios de comunicação como guias para sua nova realidade social, tais indivíduos também necessitavam de entretenimento. Aqui, se faz necessário outra desmistificação sobre os quadrinhos, pois, mesmo que em seu cerne tenham sido idealizados para o público infantil, muito antes das transformações sofridas pela mídia pós década de 60, as histórias em quadrinhos já eram lidas mais por adultos que por crianças (ECO, 1979).

Importante considerarmos que, uma das formas de entretenimento disponíveis na época, os quadrinhos serviam de alívio para indivíduos alocados em uma "sociedade particularmente nivelada, onde as perturbações psicológicas, as frustrações, os complexos de inferioridade estão na ordem do dia" (ECO, 1979, p. 246). Ter seres superpoderosos servia como uma forma de escape, já que "numa sociedade de tal tipo, o herói positivo deve encarnar, além de todo limite pensável, as exigências de poder que o cidadão comum nutre e não pode satisfazer (ECO, 1979, p. 246).

E é aqui que podemos encaixar um dos principais símbolos dos quadrinhos, pois de acordo com Srbek (2017, n.p.) "uma roupa colorida colante com um símbolo característico (um "S" ou uma silhueta de morcego) é o signo de identificação máximo dos super-heróis". Mas, para entendermos essa afirmação, é necessário entender o motivo que faz o Super-Homem, como já exemplificado no item acima, ser um sucesso e a personificação da mídia quadrinho como mídia de massa. Segundo Eco (1979):

¹² Ver item 2.2

Clark Kent personaliza, de modo bastante típico, o leitor médio torturado por complexos e desprezado pelos seus semelhantes; através de um óbvio processo de identificação, um *accountant* qualquer de uma cidade norte-americana qualquer, nutre secretamente a esperança de que um dia, das vestes da sua atual personalidade, possa florir um super-homem capaz de resgatar anos de mediocridade (p. 248).

Ao lembrarmos os estudos sobre a indústria cultural, realizados por Horkheimer e Adorno, nos é permitido precisar que dentro desta forma de entretenimento, está que “divertir-se significa que não devemos pensar, que devemos esquecer a dor, mesmo onde ela se mostra. Na sua base do divertimento planta-se a impotência” (HORKHEIMER; ADORNO, 1990, p. 182). Para alcançar este objetivo, de tornar seus consumidores insuficientes, os meios de comunicação utilizam, de acordo com Eco (1979), uma narrativa marcada pela redundância.

Com aventuras que são vendidas a um público preguiçoso, que segundo Eco (1979), “se apavoraria ante um desenvolvimento indefinido de fatos que o levasse a empenhar a memória semanas a fio” (p. 252), podemos perceber que há um vício no consumo, e que, se bem analisado, pode confirmar os pensamentos de Morin (1997), de que “a cultura de massa, no universo capitalista, não é imposta pelas instituições sociais, ela depende da indústria e do comércio, ela é proposta (p. 46).

Então, para perpetuar a repetição narrativa, na análise realizada por Eco (1979) sobre o mito do Superman, o autor apresenta que recursos de roteiro são utilizados, que controlam as relações temporais, permitindo que os personagens se mantenham atrativos sem importar quanto tempo passe, uma das formas de fazer isso são textos introdutórios e recordatórios narrativos. De acordo com o autor:

Iniciar uma estória sem mostrar que fora precedida por outra, conseguiria, de certo modo, subtrair o Superman à lei do consumo, mas, com o passar do tempo (o Superman existe desde 1938), o público perceberia o fato e atentaria para a comicidade da situação (ECO, 1979, p. 257).

Aqui podemos reafirmar a reincidência narrativa, que não permite que o mito dê um passo a morte, como diz Eco (1979) em seu estudo, porém, para aguentar ao passar dos anos, os roteiristas usam de uma prosa confusa, que dá voltas e que os permite voltar a qualquer momento e dizer que esqueceram de algum detalhe, que

aumenta e nunca acaba com o pano de fundo do herói (ECO, 1979). Mas ao olharmos ao longo dos anos e das histórias que se passaram, são comuns críticas ao que está sendo feito ou escrito na história de algum personagem, porém, de acordo com Horkheimer e Adorno (1990), até tal reação é pré-estabelecida pela indústria cultural, pois “trata-se apenas da passividade - que se tornou coerente - para que ela o educou” (p. 182)

Ao observamos tais fatos, podemos ver que a mudança cultural pela qual os quadrinhos passaram após os anos 60 é de uma grande valia, afinal, de uma mídia dedicada a um público definido como preguiçoso a uma plataforma difusora de pensamentos, vale a afirmação de Bibe-luyten (1987) que apresenta os quadrinhos como “excelente veículo de mensagens ideológicas e de crítica social explícita ou implicitamente” (p. 7), podemos dizer que tal mudança é um concreto avanço na indústria, como veremos adiante.

A difusão de mensagens ideológicas através dos quadrinhos conta com diversos exemplos. Além das já citadas mensagens durante a 2ª Guerra Mundial, onde “personagens como o Capitão América apareceram nas capas de revistas esmurrando o próprio Adolf Hitler” (SRBEK, 2017, n.p.) e os “super-heróis tornavam-se veículos perfeitos para o ufanismo e a propaganda belicista” (SRBEK, 2017, n.p.), podemos citar mais dois exemplos.

Para o primeiro, recorremos à época da China durante o governo Mao, quando o Estado utilizava histórias em quadrinhos como instrumento de educação e formação ideológica. Bibe-luyten (1987) os apresenta como ‘quadrinhos de Mao’, “onde gradualmente foi inserido o pensamento de Mao Tsé-tung. Impressos e distribuídos somente China, o Ocidente praticamente não tomou conhecimento dessa poderosa arma ideológica” (BIBE-LUYTEN, 1987, p. 54).

Outro exemplo que traremos é da Família Donald, que além de ser citado por diversos autores, já se tornou um livro. Na mesma época em que a Grande Depressão atingiu em cheio a América do Norte, um famoso rato tomou as televisões e em seguida foi para as páginas dos quadrinhos. Junto ao Mickey, criação de Walt Disney, vieram diversos outros personagens, entre eles Pato Donald e seus parentes (BIBE-LUYTEN, 1987). Bibe-luyten (1987) explica a questão:

Esse lindo e poderoso império de revistas em quadrinhos, desenho animado e parques de diversão tremeu nas bases quando dois sociólogos no Chile, Dorfman e Mattelart, atacaram o mito mais badalado dos últimos tempos. A acusação principal toma as inocentes historinhas como difusoras do capitalismo americano, que funcionam, há anos, como lavagem cerebral de populações infanto-juvenis do mundo inteiro (p. 29).

Entre as principais críticas apresentadas no livro *Para Ler o Pato Donald*¹³, estão que, no mundo de Walt Disney, “cada palavra é a publicidade de uma coisa ou de um personagem, a compulsão do consumo intenso” (DORFMAN; MATTELART, 1978, p. 79). Além disso, os autores declaram que nas páginas do quadrinho dedicado ao público infantil, está uma ampla representação da cultura de massa, com indivíduos reprimidos e o consumo, como já dito, acima de tudo. “O ato que para tanto os personagens estão repetindo a todo o momento é o da compra” (DORFMAN; MATTELART, 1978, p. 79). Já que neste mundo, conforme, o processo de construção é ignorado, elevando um dito sonho da burguesia, de riquezas sem salários e dólares sem suor do rosto (DORFMAN; MATTELART, 1978). Dorfman e Mattelart (1978) apresentam que esse mundo implica sonhar o sonho particular de uma classe como se fosse o de toda a humanidade.

Cirne (1974) ao fazer sua análise da mídia, não apenas na terra do rato, mas no universo dos quadrinhos como um todo, reforça a questão, ao dizer que os “quadrinhos estão impregnados da ideologia pequeno-burguesa, individualista, visto que nascidos sob os signos do capitalismo e da segunda revolução industrial” (p. 19).

Pensa-se que o homem, submerso nas angústias e contradições sociais, há de se salvar e alcançar sua liberação como humanidade no entretenimento. Tal como a burguesia concebe os problemas sociais como resíduo marginal dos problemas tecnológicos, assim crê-se que é possível solucionar o problema da alienação do homem mediante a indústria da cultura de massa. Essa tecnologia cultural vai desde a comunicação de massa e seus produtos até as quinilhas do turismo organizado (DORFMAN; MATTELART, 1978, p. 97).

Se aplicarmos aqui o conceito de destaque, que com o super-homem acontece quando o personagem deixa “de lado o terno e os óculos do desajeitado e pacato Clark Kent, para combater o crime vestindo uma chamativa roupa azul e

¹³ *Para ler o Pato Donald – Comunicação de Massa e Colonialismo* foi lançado no Brasil pela editora Paz e Terra.

vermelha com um grande “S” no peito” (SRBEK, 2017, n.p.), no mundo dos personagens de Wall Disney, esse desejo é representado de forma diferente, onde todos os personagens buscam “obter todos os benefícios do trabalho produtivo no repouso”, pois a “imagem que o famoso irradia lhe assegura o sustento; vende-se a si mesmo para sempre” (DORFMAN; MATTELART, 1978, p. 109), assim induzindo aos leitores o vício nos meios de comunicação de massa, onde o indivíduo será reconhecido pela opinião pública.

Com estes exemplos de difusão de discursos através da mídia, podemos dar razão a Mccloud (1995), de que os quadrinhos são uma das formas de comunicação de massa mais acessíveis, onde vozes individuais ainda podem ser ouvidas. “Aquele que se mete no negócio de quadrinhos tem muitos obstáculos pra superar, que não são nada comparados ao que um diretor de cinema ou dramaturgo precisa enfrentar” (MCLOUD, 1995, p. 197).

Apesar de ambos os exemplos, os quadrinhos não ficaram marcados por serem uma mídia reprodutora de ideologias. Mesmo que atualmente se encontrem debates sobre mensagens políticas nos quadrinhos, o uso dos mesmos como difusor de pensamentos não é algo recente. Depois das mudanças pós *Comics Code Authority*, nos anos 60, foram os anos de 1980 que realmente marcaram mudanças nas revistas em quadrinhos. Para exemplo, podemos citar *Maus*¹⁴, *Watchmen*¹⁵ e *Batman – O Cavaleiro das Trevas* como marcos da época. No próximo capítulo, explicaremos o contexto em que tais quadrinhos foram escritos e falaremos mais sobre a obra de Frank Miller, foco do estudo de caso desta pesquisa.

¹⁴ *Maus*, lançado originalmente entre 1980 e 1981, com autoria de Art Spiegelman

¹⁵ Sendo considerado a maior história em quadrinhos de todos os tempos, *Watchmen* tem autoria de Alan Moore e foi lançado nas bancas americanas no ano de 1986, em 12 edições mensais

3. CRÍTICA AO AGENDAMENTO EM BATMAN – O CAVALEIRO DAS TREVAS

Após entendermos a base teórica que constrói as Teorias da Comunicação e a da Comunicação e Sociedade de Massa, além de vermos os conceitos básicos das Histórias em Quadrinhos e seu papel na comunicação de massa, podemos adentrar no capítulo final desta pesquisa.

Porém, antes de realizarmos a análise da obra Batman - O Cavaleiro das Trevas e tentarmos entender a crítica realizada ao agendamento nas páginas da HQ, precisamos elencar outros dois fatores. Neles, conheceremos a obra e o contexto histórico na qual ela surge, fazendo, assim, um rápido levantamento dos princípios da Guerra Fria até o ano de 1985, ano em que os quatro volumes da história escrita por Frank Miller chegaram às bancas norte-americanas, no que viria a se tornar uma das principais histórias em quadrinhos da história.

Em discussões entre fãs de HQs, existem aqueles que amam ou odeiam, mas é inegável a importância de Batman – O Cavaleiro das Trevas para o meio das histórias em quadrinhos. Como dito por Srbeek (2017), um dos marcos da história em questão é o uso de telas de televisão na composição narrativa, uma das maiores inovações da época.

Com tamanha importância no universo das HQs, diversos trabalhos já foram produzidos, analisando diferentes aspectos da obra, em estudos das mais variadas áreas. Em uma breve pesquisa na internet, pudemos identificar alguns. Entre eles, estudos sobre a representação da Guerra Fria na história, sobre os aspectos visuais e sobre o uso da Televisão como recurso narrativo. Esta última proposta é que a mais se aproxima do que será feito neste trabalho, porém, aqui, analisaremos o discurso televisivo presente na história, uma pesquisa até então inédita.

Para que possamos realizar isto, investigaremos em uma análise direta da HQ e a colocaremos em comparação com os fundamentos da Teoria do Agendamento, para que ao fim deste estudo de caso, possamos ter uma boa noção da realidade midiática dos anos 80 e os motivos pelas quais a mesma foi representada de tal forma. Dentro deste planejamento, como aponta Yin (2001), o uso do estudo de caso se encaixa como uma investigação de um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real. Além disso, conforme o autor:

Como esforço de pesquisa, o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos. [...]. Em todas essas situações, a clara necessidade pelos estudos de caso surge do desejo de se compreender fenômenos sociais complexos (YIN, 2001, p. 21).

Para a realização do trabalho, a metodologia de pesquisa escolhida será exploratória, através do já referenciado estudo de caso sobre a HQ escrita por Frank Miller, onde analisaremos questões visuais e de roteiro para então compará-las com as fundamentações da hipótese do agendamento. Após realizar este processo, será possível que tenhamos entendido as críticas realizadas pelo autor e de que forma o possível agendamento midiático presente na televisão dos anos 80, foi interpretado pelo mesmo. Segundo Gil (2008), investigações, com levantamento bibliográfico, documental e o estudo de caso, conforme o autor:

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis (p. 27).

A escolha desta metodologia de trabalho, de acordo com Yin (2001), é a estratégia preferida quando ao elaborar um projeto, surgem questões do tipo “como” e “por que” sobre o assunto. De acordo com o autor, neste tipo de situação, o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e “o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real” (YIN, 2001, p. 19).

Com as situações apresentadas por Gil (2008), podemos entender que estudos de casos, uma das muitas formas de se fazer pesquisa em ciências sociais (YIN, 2001), demandam tempo e nem sempre tem seus resultados como forma absoluta da verdade. Porém, devido à falta constatada de estudos na área, a realização deste estudo de caso em si, pode ampliar os conhecimentos sobre quadrinhos, utilizando-os como base para pesquisas no meio da comunicação, principalmente para constatação da visão que autores do meio têm sobre a mídia e o jornalismo.

Sendo assim, precisamos definir como funcionará a realização desta análise, pois procuraremos características da Teoria do Agendamento no discurso televisivo e nas respostas dadas pelo público. Pelo tipo de obra escolhida, não será possível procurar detalhes do processo de agendamento na opinião pública, já que, estaremos, nas próximas páginas, estudando uma história em quadrinhos de super-heróis, aonde a narrativa acontece de cima para baixo, com o personagem principal – neste caso o Batman – sendo o foco e o público um mero espectador das ações.

Antes de iniciarmos, veremos o contexto histórico em que Batman – O Cavaleiro das Trevas foi escrito.

3.1.A Guerra

Depois de passar por sua primeira grande guerra, próximo ao início do século, uma segunda guerra viria assombrar o mundo ao longo de seus seis anos de duração. Tendo início no momento em que tropas alemãs invadiram a Polônia, a “Segunda Guerra Mundial foi um dos conflitos mais devastadores da história da humanidade” (GILBERT, 2014, n.p.). De acordo com Gilbert (2014), foram mais de 46 milhões de mortes nos 2.174 dias de guerra, até a rendição do Japão em agosto de 1945.

Porém, ao contrário do que se pensava, a morte de Hitler e a rendição dos japoneses seria suficiente para que anos tranquilos viessem, não foi exatamente o que aconteceu. Segundo Hobsbawn (1995):

Os 45 anos que vão do lançamento das bombas atômicas até o fim da União Soviética não formam um período homogêneo único na história do mundo. [...]. Apesar disso, a história desse período foi reunida sob um padrão único pela situação internacional peculiar que o dominou até a queda da URSS: o constante confronto das duas superpotências que emergiram da Segunda Guerra Mundial na chamada "Guerra Fria" (p. 223).

Em um conflito marcado pela incerteza e até mesmo o medo, o período não resultou em uma guerra aberta entre as duas potências (KRAKHECKE, 2009), porém, o medo da detonação de armamento nuclear, fosse “por acidente, por erro de cálculo, pelo inchamento implacável da tecnologia armamentista, ou por um súbito jato quente

de paixão ideológica” (THOMPSON, 1985, p. 16) era um dos pavores da geração subsequentes à segunda grande guerra.

Para tentarmos explicar o que foi esse dito confronto que nunca chegou a vias de fato, colocamos a mesma pergunta apresentada por Hobsbawn (1985) no livro *A Era dos Extremos*¹⁶. “Quem foi responsável pela Guerra Fria?”

Se foram as forças Aliadas¹⁷ que garantiram a derrocada de Hitler, após o final da grande guerra, duas das potências integrantes deste grupo passaram a se enfrentar em um conflito quase que de egos. Para uma definição inicial, Purdy (2007) explica que as “crescentes tensões entre os Estados Unidos e a União Soviética, sobre a divisão de poderes políticos e econômicos na Alemanha até o fim dos anos 1940, culminaram na Guerra Fria” (p. 228). Além do território alemão, ambas as nações na sequência dos anos disputaram “a dominância econômica, política e militar mundial no período pós-guerra” (PURDY, 2007, p. 228).

Nestes primeiros anos deste conflito ideológico, Bernardo (2009) aponta que junto aos desdobramentos da Guerra Fria, os anos seguintes foram marcados pela prosperidade econômica. Neste contexto, podemos adiantar outro ponto que define o período da guerra fria. Nos EUA¹⁸, “a crescente preocupação com a ameaça da União Soviética manteve alto o orçamento militar” (PURDY, 2007, p. 227). Entre os fatores que causaram a queda da URSS¹⁹ no final dos anos 80, podemos adiantar que esteve a questão orçamentária, como veremos no decorrer do texto.

Apesar de ter seus momentos marcantes, muito do que se passou ao longo desta guerra aconteceu por debaixo dos panos ou através do discurso polarizado. Thompson (1985) aponta que “o que é conhecido como ‘Guerra Fria’ [...] é o campo de força que engendra exércitos, diplomacias e ideologias, que impõe relações dependentes aos poderes menores e exporta armas e militarismos para a periferia” (p. 19). Hobsbawn (1995), afirma que se há uma consequência óbvia do que foi o confronto, é que “quase de imediato, ela polarizou o mundo controlado pelas superpotências em dois “campos” marcadamente divididos” (p. 235).

¹⁶ *A Era dos Extremos – O breve século XX 1914-1991*. Edição Brasileira da editora Companhia das Letras

¹⁷ Grupo composto pelas forças militares da França, Inglaterra, Estados Unidos e União Soviética

¹⁸ Estados Unidos da América

¹⁹ União das Repúblicas Socialistas Soviéticas

Para garantir essa polarização, ambas as nações utilizaram de uma retórica apocalíptica (HOBSBAWN, 1995), onde “gerações inteiras se criaram à sombra de batalhas nucleares globais que, acreditava-se firmemente, podiam estourar a qualquer momento” (HOBSBAWN, 1995, p. 224). O autor ainda apresenta que mesmo aqueles que não acreditavam no texto propagandista, tinha medo da Lei de Murphy²⁰.

É com certeza que podemos afirmar que tais armas nucleares não foram utilizadas, mas então o impediu que as bombas fossem detonadas? Segundo Hobsbawn (1995), o motivo é simples, pois o confronto baseava-se na suposição de que o medo da destruição mútua impediria a detonação de quaisquer armas que pudessem causar o planejado suicídio da civilização. O autor vai além, garantindo que a “peculiaridade da Guerra Fria era a de que, em termos objetivos, não existia perigo iminente de guerra mundial” (HOBSBAWN, 1995, p. 224).

Porém, mesmo que os inimigos não tenham entrado em campo para uma disputa direta, a Guerra Fria teve seus momentos, que mesmo famosos o suficiente para serem reconhecidos de forma própria, estão ligados ao fio da história pelos motivos que definem o confronto entre o Capitalismo e o Comunismo. Para melhor definir, colocaremos tais pontos em ordem cronológicas e não por importância.

Os três primeiros anos de guerra, de 1947 a 1950, apesar de tensos, eram o início deste conflito. Porém, em 50, a “Guerra Fria tornou-se ‘quente’ quando os Estados Unidos intervieram na dividida Coréia [...] para ajudar o ditador da parte Sul do país depois de esta ter sido invadida pelas tropas do ditador comunista da parte Norte” (PURDY, 2007, p. 229). De acordo com Purdy (2007), a Guerra da Coreia era uma guerra por procuração, na qual cada lado tinha o apoio de uma superpotência.

Três anos do confronto resultaram em, entre mortos e feridos, 140 mil soldados americanos e três vezes este número entre os norte-coreanos e aliados. Segundo Purdy (2007), dois milhões de civis morreram no conflito, que terminou sem mudanças na divisão territorial, no que o autor chama de “uma tradução precisa da Guerra Fria como um todo” (p. 229).

Após o início de tais embates indiretos, os anos que seguiram contaram com uma União Soviética abalada após a morte de Stalin²¹ (HOBSBAWN, 1995) e uma

²⁰ “Tudo o que puder dar errado dará”

²¹ Josef Stalin, ex-Primeiro-ministro da União Soviética

perseguição sistêmica nos Estados Unidos. Popularmente conhecida como *macarthismo*, os anos 50 foram destinados à caça aos vermelhos. De acordo com Purdy (2007), as investigações públicas contra a suposta subversão “resultaram em inúmeras demissões, centenas de sentenças de prisão e algumas execuções [...] tornaram McCarthy o rosto público do anticomunismo” (p. 230).

Com uma longa história que antecede o principal confronto, a Guerra do Vietnã foi outro exemplo de disputa indireta entre a União Soviética e os Estados Unidos. O início do conflito aconteceu no mínimo uma década antes do envolvimento das grandes potências, quando “o território que atualmente é o Vietnã declarou independência da França, que não reconheceu o ato” (MARASCIULO, 2019). Após um período de guerra, a Conferência de Genebra²² determinou a independência do Vietnã com dois governos distintos (MARASCIULO, 2019), em uma divisão parecida com as Coreias. No Norte, o governo era comandado por Ho Chi Minh, aliado à União Soviética. O Sul era governado por Ngo Diem Dinh, aliado aos americanos (MARASCIULO, 2019).

Próximo a realização de uma eleição que voltaria a unificar ambas as partes, o primeiro-ministro da região sul, Ngo Dinh Diem, deu um golpe militar no país, apoiado pelos EUA, que desencadeou uma guerra civil (MARASCIULO, 2019). A partir deste momento, a participação do governo americano na região não parou de aumentar. Purdy (2007) apresenta que:

Quando Kennedy assumiu o poder em 1961, havia 400 “consultores” militares americanos no Vietnã; no mês do seu assassinato, 18 mil soldados americanos estavam no Vietnã. Seis anos mais tarde, o envolvimento militar americano crescerá para 540 mil soldados (p. 241).

Com cerca de 10 anos de duração, o confronto no território vietnamita foi um período complicado para os norte-americanos. No campo de batalha, “embora tivesse armas poderosas e tecnologia avançada, o exército norte-americano não conseguia vencer a estratégia e experiência do exército norte-vietnamita” (MARASCIULO, 2019); em sua terra natal, o apoio público diminuía a cada ano que passava. Segundo Purdy (2007), “em 1970, a maioria da população americana estava contra a guerra, o que

²² Realizada no ano de 1954, na Suíça.

forçou o governo dos Estados Unidos a recuar, com os últimos soldados saindo do Vietnã em 1974” (p. 242).

Bernardo (2009) aponta que essa contrariedade ao confronto no Vietnã aconteceu pelo fato da guerra ter sido acompanhada pela mídia, onde as imagens mostravam ao americano médio que “as chances de vitória eram inversamente proporcionais as cenas dos corpos dos jovens mortos e as atrocidades cometidas pelos soldados nos campos de batalha” (p. 29). Purdy (2007) apresenta o que foi o resultado deste embate:

No saldo da guerra, 57 mil soldados americanos morreram e 300 mil ficaram feridos, enquanto 4 milhões de vietnamitas foram mortos. Era a primeira guerra que os Estados Unidos perdiam em 150 anos, agonizando uma geração de americanos, rasgando a nação ideologicamente e dando inspiração a movimentos anti-imperialistas no mundo inteiro (PURDY, 2007, p. 242).

Sendo uma das maiores derrotas do EUA na história, de acordo com Purdy (2007), a derrota no Vietnã feriu o orgulho das elites políticas e econômicas da América do Norte.

Além do conflito no oriente, ao longo dos anos 60 e 70, a Guerra Fria também foi uma movimentação financeira para evitar que a divisão de poderes fosse alterada. Ao longo destas décadas, de acordo com Purdy (2007), os “EUA nela atuaram por meio de apoio militar, financeiro e político a governos anticomunistas ou de intervenções diretas” (p. 242). O autor credita aos norte-americanos os golpes militares no Brasil em 1964, no Chile em 1973, no Uruguai em 1974, na Argentina em 1976, na Indonésia em 1965, no Congo em 1963, onde todos foram sustentados “por uma repressão brutal das oposições e constantes violações de direitos humano” (PURDY, 2007, p. 242).

Anticomunista feroz, Ronald Reagan²³ ocupou a Casa Branca em 1981 com intenções de acelerar a contenção do comunismo mundial (PURDY, 2007). O ato de oferecer apoio, como citado acima, também teve forte presença no governo Reagan. Purdy (2007), aponta que um dos principais objetivos do mandatário foi o de abrir

²³ 40º presidente dos Estados Unidos, entre os anos de 1981 e 1989.

oportunidades de investimento, no âmbito econômico e militar, “para controlar outros países e conter a ameaça de inimigos, que, no período da Guerra Fria, eram a União Soviética e qualquer país que se aproximasse direta ou indiretamente da esfera de influência comunista” (p. 260).

Nos anos 80, ainda, surgiram uma das propostas mais ousadas de toda a Guerra Fria, quando Reagan decidiu prosseguir com o “ambicioso programa chamado ‘Guerra nas Estrelas’, que propunha “o uso de lasers e satélites para proteger os Estados Unidos de mísseis soviéticos” (PURDY, 2007, - 261). Se naquele momento, as negociações sobre as armas nucleares haviam tido início, Purdy (2007) aponta que a iniciativa foi considerada uma agressão pela União Soviética, que se recusou a dar sequência nas tratativas.

Com os vindouros anos 90, apesar de preparados para seguir a corrida armamentista, os Estados Unidos sofreram um baque com a queda da União Soviética²⁴, pois, segundo Hobsbawn (1995), o governo americano não esperava ou previa o colapso iminente da URSS. Entre os motivos que levaram à queda, Purdy (2007) aponta a crise econômica e a divisão política interna como principais causas.

Como a URSS ia desmoronar pouco antes do fim da era Reagan, os propagandistas americanos naturalmente afirmariam que fora derrubada por uma militante campanha americana para quebrá-la e destruí-la. Os EUA tinham travado e ganho a Guerra Fria e destruído completamente o inimigo (HOBSBAWN, 1995, p. 245).

Hobsbawn (1995) ainda alerta de que está versão anos 80 das cruzadas não precisa ser levada à sério, mas que sim, foi um plano pôr a economia soviética sob pressão. Segundo o autor a Guerra Fria acabou quando ambas as superpotências reconheceram o absurdo da corrida nuclear e acreditaram na sinceridade da outra. “Provavelmente era mais fácil para um líder soviético que para um americano tomar essa iniciativa, porque, ao contrário de Washington, Moscou jamais encarara a Guerra Fria como uma cruzada” (HOBSBAWN, 1995, p. 246).

Sendo considerada uma guerra desigual desde o seu princípio, como já mostrado, uma das principais consequências do período da Guerra Fria foi a

²⁴ A data oficial para a dissolução da URSS é em dezembro de 1991

polarização, que assombrou e tem seus resquícios até os dias de hoje. O tom bélico do período mais serviu para reforçar esta tendência do que pôr o mundo em perigo, pois, mesmo com conflitos de campo, ambas as superpotências nunca se enfrentaram, colecionando orgulhos e derrotas ao longo dos 45 anos de embate ideológico.

3.2. Batman – O Cavaleiro das Trevas

Entender todo o contexto em que se passa a Guerra Fria nos permite chegar ao início do estudo de caso no qual este trabalho se propõem a realizar. Para tal, precisamos antes elencar mais um ponto: a obra que será estudada. Aqui, explica-se a explanação realizada sobre a guerra, já que para sabermos como a concepção da minissérie O Cavaleiro das Trevas, é necessário sabermos o momento histórico em que a mesma foi criada. Essa necessidade nos permite rever um conceito de Bibe-Luyten (1987) apresentado no segundo capítulo desta pesquisa, de que se sobrassem apenas as histórias em quadrinhos, quem as encontrasse teria uma noção adequada do mundo em que vivíamos. Essa definição da autora nos mostra quão espelho da sociedade os quadrinhos se tornaram.

Como já subentendido ao longo desta introdução, é no contexto da Guerra Fria que a minissérie em quatro partes escrita por Frank Miller surge, sendo um reflexo do “clima político e social da década de 1980” (SRBEK, 2017, n.p.). Essa representação em Batman – O Cavaleiro das Trevas, segundo Bernardo (2009), não foi algo especial, já que “esse desencanto com a missão norte-americana e mal-estar sobre a funcionalidade da guerra, apareceu de forma dialogada em diferentes aspectos da cultura norte-americana” (p. 31). Krakhecke (2009) explica este momento:

A década de 1980 [...] foi um período de acirramento das relações entre Estados Unidos e União Soviética. A política estadunidense, encabeçada pelo governo Reagan, visava recuperar a liderança mundial norte-americana, aparentemente fragilizada com as diversas derrotas políticas, como por exemplo o aumento da influência soviética no continente africano a partir dos processos de descolonização, e militares, como a guerra do Vietnã, sofridas na década anterior (p. 90).

Com suas quatro edições lançadas nas bancas americanas ao longo de 1986, *Batman – O Cavaleiro das Trevas* tem sua base narrativa alimentada por uma possível guerra nuclear, que corre ao fundo da trama, retratando a tensão entre EUA e URSS pela qual o mundo passava. Porém, no texto, Miller vai além do imaginário, com a guerra aparecendo em *Batman – O Cavaleiro das Trevas* “a partir do volume três até aproximadamente metade do quarto e último número onde, deste ponto em diante, ilustra o apocalipse nuclear” (KRAKHECKE, 2009, p. 89).

Entre representações e caricaturas presentes na história, na trama, Ronald Reagan ainda é presidente dos EUA, “utilizando o Superman como arma secreta para impor a supremacia norte-americana sobre o globo e garantir sua estabilidade política” (BERNARDO, 2009, p. 52). Ao longo da história, o Homem de Aço irá representar um contraponto ao Batman, “seja pelo seu aspecto visual, compondo uma oposição entre o colorido solar – enfatizando o vermelho e o azul da bandeira dos EUA – do primeiro e o acinzentado noturno do segundo, quanto por suas atitudes e crenças políticas” (BERNARDO, 2009, p. 52). Essas diferenças culminarão em uma batalha entre ambas as partes próximo ao final da história.

Conforme já apresentado no item anterior, um dos principais programas incentivados pelo Governo Reagan também é representado na trama de Miller. Ao longo da história, vemos que o lançamento de uma bomba nuclear russa em direção aos Estados Unidos. Sendo um ativo do Governo, “Superman obtém um sucesso parcial ao desviar o foguete de seu alvo principal. Mas a explosão de uma ogiva atômica é por si só desastrosa, não importando o alvo” (KRAKHECKE, 2009, p. 113). Essa falha da principal arma do governo é uma crítica, que “mostra que qualquer dispositivo de defesa pode ser falho, e com o escudo antimísseis não seria diferente” (KRAKHECKE, 2009, p. 113).

O contexto histórico na qual a obra está inserida já sabemos, mas como aconteceu o seu surgimento? Tucker (2018) explica que em 1985, Miller começou a pensar sobre a idade do Batman – sempre com 29 anos – e quão inquietante seria um dia ser mais velho do que o herói que lia desde a infância²⁵. A partir deste ponto, começa a surgir o esboço que se tornaria *O Cavaleiro das Trevas*, que “retratava um

²⁵ Na época, ainda faltavam dois anos para Miller tornar-se mais velho que o personagem.

Batman idoso, arrancado da aposentadoria por uma sociedade desagregada e por suas próprias necessidades internas” (ONEIL, 2011, p. 7).

O herói de Miller refletiria os Estados Unidos que se tornaram cada vez mais marcados pela violência, um lugar onde aqueles que a enfrentavam eram celebrados. O vigilante Bernie Goetz, que tinha atirado em quatro supostos assaltantes no metrô de Nova York em 1984, era um folclórico herói de tabloides, e Perseguidor Implacável e a série de filmes Desejo de Matar eram populares nas bilheterias (TUCKER, 2018, p. 170).

Essa sociedade representada nas páginas da história em quadrinho, de acordo com o próprio autor, fora criada em “uma época ótima para acompanhar os noticiários e produzir histórias em quadrinhos. Um período repleto de graves ameaças, forças impressionantes e eventos incrivelmente tolos produzidos pela mídia” (MILLER, 2011, p. 9). Krakhecke (2009) aponta que essa sociedade apresentada por Miller pode ser vista como uma ilustração das consequências das políticas econômicas adotadas por Reagan.

Além de sátiras da sociedade da época, a obra de Frank Miller pode ser definida como uma crítica ao modelo de mídia da época. A escolha da palavra *tolo* como principal característica para as coberturas jornalísticas não é uma crítica isolada, se estendendo além do texto introdutório da versão definitiva da obra lançada pela Panini Comics no Brasil. Como veremos mais adiante, as críticas do autor estão presentes em todo o roteiro. Tucker (2018) define que “o Cavaleiro das Trevas tinha uma história complexa e era salpicado com comentários astutos sobre a mídia, bem como alusões políticas estranhas” (p. 171).

Entre as características que dão o título de clássico a Batman – O Cavaleiro das Trevas, segundo SrbeK (2017), estão a “narrativa subjetiva, enquadramentos em pormenor, valorização da sequencialidade, *zooms*, *flashbacks*, intercalação de narrativas e imagens de página inteira são alguns dos recursos empregados de forma articulada e original por Miller” (n.p.). Entre as heranças deixadas pela obra, duas são inconfundíveis: “o uso dos quadros em forma de telinha de TV e a sequência da morte dos pais de Bruce Wayne” (SRBEK, 2017, n.p.).

Além de inovações no sentido criativo da HQ, O Cavaleiro das Trevas também marca uma mudança no formato de publicação dos quadrinhos. De acordo com

Tucker (2018), a primeira parte da história foi “lançada em fevereiro de 1986 em um novo formato de lombada quadrada denominado “*prestige*”. Era vendido por 2,95 dólares e oferecia uma qualidade de produção nunca antes vista em quadrinhos de super-heróis americanos” (p. 171).

Apesar de todas as situações e marcas que cercam Batman – O Cavaleiro das Trevas em diversas áreas, a partir deste ponto focaremos em apenas um: a representação da mídia na história, já que, conforme apontado por Srbek (2017), o uso de quadros em forma de telas de televisão é uma das principais características do quadrinho.

Conhecendo o contexto da época e a forma como Batman – O Cavaleiro das Trevas teve seu roteiro e arte criados por Frank Miller, podemos partir para o estudo de caso que irá analisar a obra de Miller, buscando identificar traços do agendamento nas críticas realizadas pelo autor à mídia de massa da época.

3.3. Análise

Logo nas primeiras páginas da publicação, que nesta análise é a versão definitiva da História, publicada pela editora Panini Comics em 2011, já podemos entender como funcionará o desenrolar do enredo e como a televisão é utilizada como recurso narrativo. Neste momento, já podemos notar tons do agendamento no discurso dos telejornais. Um dos primeiros pontos percebidos é a repetição e a correlação de assuntos, que são ligados entre pontos em comum, mantendo um formato considerado por Wolf (2003) como breve, veloz, heterogêneo e amarrado num formato temporal limitado.

Nesta primeira aparição dos apresentadores de televisão, logo após o primeiro vislumbre de Bruce Wayne²⁶ na casa de seus 50 anos de idade e já aposentado das aventuras como Batman, temos o primeiro acúmulo de informação, quando as informações passam sobre a corrida que quase vitimou Wayne para as altas temperaturas que assolam Gotham e uma relação sem fundamentos científicos de que o calor teria desencadeado atos de violência na cidade. Logo após, outra

²⁶ Alter ego do Batman

emissora de tv é apresentada²⁷, também reportando notícias de crimes hediondos e os relacionando com a onda de calor. Neste momento, um especialista é questionado, respondendo que sim, ambas as situações têm relação.

Depois de ambas as cenas, temos a oportunidade de conhecermos os efeitos das notícias na população. Mesmo que a situação não seja aprofundada, logo após, nas páginas 14 e 15, os dois canais apresentados terem separado o disputado tempo televisivo para comentários sobre as altas temperaturas, dois funcionários do Asilo Arkham²⁸ debatem o assunto na página 18. Neste ponto, podemos ver algumas das situações previstas no agendamento. O primeiro, de acordo com McCombs (2009), é de que, pelo fato de ter ocupado minutos da programação, temos uma forte indicação de saliência do assunto, pois, ao serem citados, os comentários televisivos, que relacionam a temperatura com a violência, influenciam a população, que passa a falar de forma exaltada sobre o calor, como mostram as figuras 1 e 2:



Figura 1 – Correlação entre onda de violência e as altas temperaturas

²⁷ Em nenhum momento os nomes dos canais são apresentados, sendo distinguidos devido a seus apresentadores

²⁸ Hospital Psiquiátrico da cidade de Gotham, onde estão internados diversos vilões do homem-morcego



Figura 2 – Funcionários da instituição médica comentam as altas temperaturas

Sendo usadas como recurso narrativo, tais cenas já descritas se entrelaçam com o que acontece com os personagens. Para que se mantenha uma linha de pensamento, trabalharemos apenas com o texto noticiado pela televisão, explicando a história que acontece apenas quando for necessário.

Na sequência, nas páginas 20 e 21, uma das apresentadoras volta ao foco, noticiando o atestado de alta médica dado ao ex-promotor público Harvey Dent²⁹. Durante a cobertura, diversas fontes são utilizadas, montando uma retrospectiva da vida pública e criminal de Dent, além do seu processo de recuperação, pago por Bruce Wayne. Se analisarmos a cobertura, em proporcionalidade, o destaque aos crimes e ao comentário do Comissário de Polícia Jim Gordon tem mais peso, devido ao seu conteúdo, do que as falas dos doutores que realizaram o tratamento e de Wayne, o responsável pelo custeio do processo.

Mesmo que imediato, a construção desta cena mostra a criação de uma predefinição na forma em que o público irá pensar sobre o assunto. A cobertura realizada é balanceada nos fatores positivos e negativos de Harvey Dent, porém, no momento em que sua fuga é noticiada, alguns trechos a frente, na página 24, o público levará em conta principalmente os fatores negativos. Neste ponto, temos outro vislumbre do agendamento na opinião pública, pois na cena posterior, durante um jogo de *poker*, alguns capangas comentam sobre o forte calor e em seguida debatem o sumiço do vilão (figura 3). Esta situação é uma das previstas por McCombs (2009), de que as pessoas têm opiniões sobre muitas coisas, mas são poucos os tópicos que

²⁹ Conhecido como o vilão Duas Caras

as interessam. Segundo o autor, este é o papel desempenhado pelos veículos de comunicação, que influenciam a saliência de um ou outro assunto, que aqui, são as altas temperaturas.

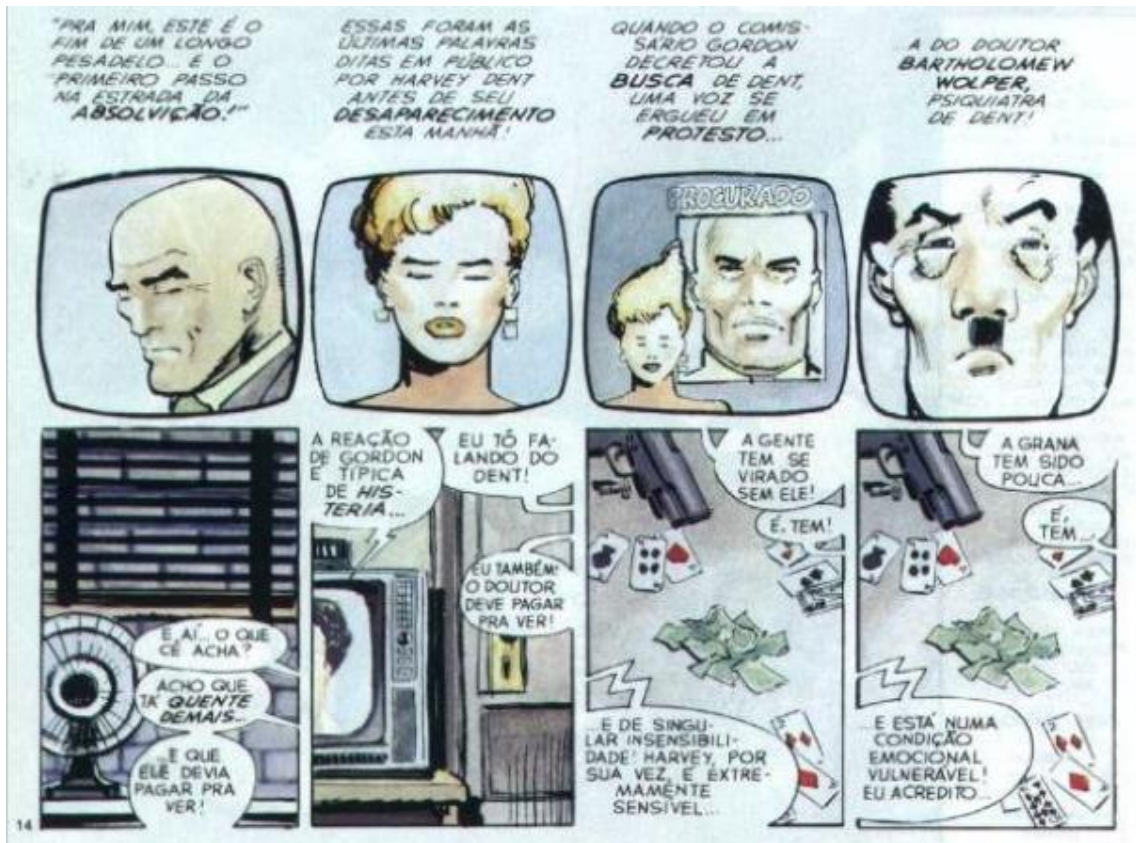


Figura 3 – Após a notícia ser divulgada no noticiário, podemos ver a repercussão do assunto

Com Gotham tendo altos índices de criminalidade, diversas notícias foram veiculadas nos telejornais da história. Em nenhum momento, os crimes são expostos, cabendo à mídia fazer o relato sobre tais incidentes. Mesmo que Batman – O Cavaleiro das Trevas seja uma história voltada para o público adulto, usar deste recurso narrativo impede que as atrocidades sejam mostradas, pois grande parte dos mesmos tratem-se de crimes hediondos. Em uma narrativa crítica ao que Frank Miller acreditava que pudessem ser os efeitos da televisão em uma pessoa com possíveis gatilhos, temos a sequência de cenas que traz o retorno triunfal do Batman.

Sentado em uma poltrona, Bruce Wayne assiste televisão quando o filme *A Marca do Zorro*³⁰ é anunciado. Nos quadros seguintes, na página 26, Wayne começa a lembrar de seus pais, mortos logo após saírem de uma sessão do filme. Enquanto as lembranças acontecem, o Alter Ego do herói começa a trocar de canal, com diversas notícias de crimes e mortes são apresentadas. Ambas as narrativas são entrelaçadas, encerrando no momento em que uma apresentadora pergunta por boas notícias, obtendo a resposta de que o calor irá diminuir e a chuva iria chegar a Gotham (ver figura 4). Até aqui, já temos três momentos em que notícias de crimes são noticiadas próximo a previsão do tempo, numa clara tentativa de agendar o assunto, fazendo com que o mesmo sobressaia as informações sobre violência.



Figura 4 – Notícias sobre crimes sempre são encerradas com a previsão do tempo

³⁰ Estrelado pelo ator Tyrone Power, *A Marca do Zorro* chegou aos cinemas americanos em 1940, dirigido por Rouben Mamoulian

Após uma breve sequência na qual Bruce Wayne volta a ser o Batman. São vários os quadros representando imagens de telejornais, onde o imaginário coletivo é induzido. Na primeira página da história, a apresentadora já havia realizado um comentário sobre o homem-morcego ser considerado uma lenda. Agora, durante sua volta triunfal, comentários do público são levados ao ar, onde diversas características absurdas, mas que mesmo assim remetem ao super-herói, são descritas.

Como o roteiro de Batman - O Cavaleiro das Trevas tem um início e um final, podemos trabalhar com as situações mostradas entre estes dois pontos, apenas especulando o que pode ter vindo antes ou depois. Os comentários do público aparentam serem formados com base em uma lenda alimentada pela mídia, que certamente discutia exaustivamente os motivos do sumiço do herói.

A partir deste momento, em situações alternadas, são diversas as vezes que o público ou comentaristas são levados ao ar, para falarem sobre a persona do Batman. Esses comentários (de quem quer que sejam) sofrem alterações ao longo da narrativa e pesam a cada situação que acontece, em uma escalada até o final do quadrinho. Há um certo equilíbrio na quantidade de opiniões positivas e negativas sobre o retorno, agora já confirmado, do herói. Em um exemplo, dois homens falam sobre o assunto. O primeiro apoia as ações do vigilante, fazendo reclamações sobre a forma de trabalho da polícia e pedindo para que "os próximos da lista sejam as bichas..." (MILLER, 2011, p. 49). O outro senhor realiza um comentário mais ponderado, mas se mostrando contrário ao trabalho do Batman, alegando que as vítimas devem ser tratadas como desajustados sociais, com base em técnicas de reabilitação.

Desde as últimas páginas da primeira edição de Batman - O Cavaleiro das Trevas³¹, tem início uma guerra de narrativas devido ao retorno do Batman. Além das declarações dadas por parte da população, o telejornal segue tentando realizar a cobertura dos fatos que giram em torno da situação.

Outro fator interessante a ser notado é o uso de fontes oficiais. Com o foco em debates e no depoimento de figuras públicas, a partir da segunda edição, as

³¹ Mesmo que estejamos utilizando uma versão definitiva, que reúne as quatro edições que completam a história, cada número é separado por uma arte feita especialmente para àquela versão. Ao longo da análise, pode diversos momentos cada tomo individual será referenciado para ambientar em que momento se passa a trama.

entrevistas com estas fontes primárias diminuem. Um caso que mostra uma forma de agendamento são as entrevistas com o Prefeito de Gotham City, criado de forma caricatural por Miller, mas que, se o caso acontecesse na realidade, seria um tipo de entrevista para jogar a população contra o chefe do Poder Executivo.

Em mais um dos debates televisivos, desta vez na página 70, entre pessoas a favor e contrárias ao homem-morcego, vemos um claro exemplo de uma tentativa de agendamento por parte do poder público. Ao ser questionado sobre um posicionamento da Casa Branca, o porta-voz Chuck Brick desvaloriza a situação, citando que a mesma não é digna da atenção da presencial, já que "em breve, o íbope do fantasiado vai baixar e ninguém mais falará dele" (MILLER, 2011, p. 70), como podemos ver na imagem a seguir:



Figura 5 – O porta-voz da presidência tenta desacreditar a figura do Batman

Após a tentativa por parte da Casa Branca, de utilizar a televisão para dobrar a opinião pública, logo em seguida (página 75), o Departamento de Polícia tenta realizar a mesma ação. Neste ponto, inicialmente vemos o Prefeito e o Porta-Voz da Polícia discutindo a questão, que é concluída através da narrativa televisiva. Tentando desacreditar a imagem de um gestor fraco, que não toma atitudes sobre a figura do Batman, o Prefeito, influenciado, anuncia uma nova Comissária de Polícia, que substituirá Gordon e que em seu primeiro ato no cargo, pretende emitir um mandado de prisão contra o herói. Junto ao ato de anúncio da nova comissária de Polícia, podemos perceber um arco nas aparições do Prefeito de Gotham. No início, um

homem encolhido e gago, que com o passar da trama, se transforma em um político de pulso firme.

Após quase 100 páginas de discussões da mídia sobre a violência e sobre o retorno do Batman, Frank Miller introduziu no roteiro os efeitos de tais assuntos na população. Próximo ao fim da segunda edição da história, somos apresentados a Arnold Crimp, um lunático prestes a cometer um crime em um cinema. Durante a ação, é explicado que a motivação do homem foi influenciada pelas falas de um padre na televisão. Em um de seus programas, o clérigo havia discursado sobre possíveis mensagens satânicas escondidas em discos da banda Led Zeppelin.

Como mensagens deste tipo deveriam ser recorrentes no universo ficcional, atormentado pela situação, Crimp mata três pessoas durante a exibição de um filme pornô. Esta situação reflete uma das realidades da mídia americana nos anos 80, época em que, segundo Purdy (2007), a rede de Televisão Fox ilustrava bem a influência conservadora da mídia na era Reagan, Bush e Clinton, quando misturava programas conservadores em meio ao restante de sua programação.

Além do caso dos assassinatos no cinema, outros dois exemplos são apresentados. No primeiro, um ex-boxeador, após ler sobre o homem-morcego em um jornal local, decide fantasiar-se como o herói e é morto durante uma tentativa de vingança. Este trecho, é um dos poucos momentos em que outro formato de mídia é referenciado durante a história. Como já explicado no início deste trabalho, existem diferenças entre o agendamento televisivo e o impresso. McCombs (2009) define que o texto tem o dobro de chance de agendar a relevância de um assunto, mas que essa maior capacidade necessita de tempo por parte dos leitores, que terão acesso a mais informações, mas precisam estar dispostos a conhecê-la.

O outro caso é de um homem, apoiador das ações do Batman, auxilia uma mulher que estava sendo assaltada. Aqui há uma crítica expressa de Miller aos veículos de comunicação, citando que, na situação, "ninguém se feriu o bastante para interessar à imprensa" (MILLER, 2011, p. 94).

A partir do terceiro volume de Batman - O Cavaleiro das Trevas, além das situações em Gotham, os noticiários também passam a mostrar a situação que acontece na ficcional ilha caribenha chamada Corto Maltese, em uma hipotética invasão durante a Guerra Fria (KRAKHECKE, 2009).

Com a presença do homem-morcego exaltando cada vez mais os ânimos, no terceiro volume da história um novo personagem surge na trama. Com poderes que dificilmente passam despercebidos, antes mesmo de ter seu nome anunciado para o leitor, a presença do Superman começasse a ser notada. Para que o homem de aço entre na trama, mais uma vez a televisão é utilizada para introduzir relatos de pessoas que estiveram próximas ao herói. Os relatos e os comentários dos apresentadores mais uma vez funcionam como alimentador do imaginário coletivo.

Assim como o retorno do homem-morcego, os primeiros relatos sobre a chegada de Superman são sobre fantasmas. No primeiro, a dona de uma banca de jornal cita algo voando muito rápido; no segundo, um trem é parado a força, para que a vida de um homem fosse salva. Durante a cobertura, uma das apresentadoras recorrentes na história, Lola, é interrompida com um aviso para cuidar as palavras ditas durante o noticiário, numa clara interferência para não citar o super-homem, que na história é um agente do Governo norte-americano.

Após um breve espaço no roteiro sem que ocorresse repetição de informações, próximo a página 121, na terceira parte da história, temos a retomada de diversos assuntos, de forma que pode ser considerada desconexa do resto da história. A utilização de manchetes desta forma é uma clara representação do modelo de mídia dos anos 80, notado por Miller e utilizado na história (ver figura 6). Essa repetição ser principalmente para enfatizar tópicos a médio e longo prazo na opinião pública. McCombs (2009) aponta que este tipo de tática mostra que “os veículos de comunicação são mais do que simples canal de transmissão dos principais eventos do dia. A mídia constrói e apresenta ao público um pseudoambiente que significativamente condiciona como o público vê o mundo” (p. 47).



Figura 6 – Repetição de manchetes para que os assuntos não deixem a opinião pública

Além disso, repetições como representadas na figura 6 marcam uma das características do agendamento: a acumulação. Conforme Wolf (2003):

O conceito de acumulação refere-se ao fato de que a capacidade da mídia de criar e sustentar a relevância de um tema é o resultado total (obtido após um certo tempo) do modo como funciona a cobertura informativa no sistema de comunicações de massa. Não efeitos pontuais, mas consequências ligadas à repetitividade da produção de comunicações de massa (p. 142).

Passando por diversas reviravoltas na trama, que em grande parte envolvem o vilão Coringa, a presença das telas de TV na história começa a ser menos recorrente. Em seus textos, a discussão sobre o homem-morcego começa a estar menos presente, dividindo espaço com notícias sobre a representação da Guerra Fria. Pela primeira vez em 120 páginas, temos a primeira representação de um caricatural Ronald Reagan, que em um pronunciamento televisivo comenta a situação de guerra.

Chegando próximo ao fim da trama, todas as pontas criadas começam a ser amarradas pelo autor. Aqui, as narrativas televisivas começam a se entrelaçar. Mesmo com menor tempo de tela, Batman e a guerra seguem presentes para que possam chegar a seu ápice quase ao mesmo tempo.

Até o momento, encontramos situações em que o agendamento se faz presente nas três primeiras partes de Batman – O Cavaleiro das Trevas. Chegando próximo ao final da terceira edição, as situações em que a TV está presente passa a

ser um recurso exclusivamente narrativo. Neste ponto, repórteres e apresentadores já são narradores das situações que vemos nas páginas, deixando de ser um algo a mais no roteiro. Podemos comparar este trecho com uma cobertura de *Hard News*³², onde a velocidade e a reprodução dos acontecimentos é o foco.

Com uma trama já em estado frenético, a história se aproxima do fim. Os confrontos entre Batman e a Polícia começam a ficar mais frequentes após a mais nova comissária de Polícia emitir um mandado – como prometido por ela – contra o homem-morcego. O final da terceira edição ainda traz um fato chocante. Após um enfrentamento entre Batman e o Coringa, o mais clássico vilão acaba morto, quebrando seu próprio pescoço, após o herói não ter coragem de finalizá-lo.

Ao mesmo tempo, após perder a disputa pelo território de Corto Maltese, a União Soviética, chamada de má perdedora por Reagan, dispara um de seus mísseis nucleares contra os Estados Unidos. O foguete é interceptado por Superman, mas sua explosão gera um pulso eletromagnético de grande intensidade, que acaba por atingir Gotham e boa parte do território americano. Agora, só veremos as telas de televisão após os efeitos dissiparem e a transmissão ser reestabelecida. Neste momento, o foco das notícias passa a ser o impacto da explosão, contando com relatos da população e especialistas.

A presença da tela de televisão ainda terá um último momento na história. Após a batalha entre Batman e Superman, trecho que se tornou clássico nos quadrinhos, há um fechamento de todos os assuntos abordados. A ameaça nuclear já não é mais uma realidade e a batalha entre os heróis terminou com a morte do homem-morcego, que teve sua real identidade revelada à população, acabando com o mito mais famoso de Gotham.

As quase 200 páginas que compõem a obra *Batman – O Cavaleiro das Trevas* tem, em sua grande parte, espaço para a mídia. Como já afirmado por Miller em diversos momentos, o uso da televisão e o discurso adotado dentro de seu roteiro tem o foco em criticar o veículo, e também as demais mídias, pelo trabalho realizado ao longo dos anos 80. O quanto o autor conhecia das Teorias da Comunicação é uma incógnita, porém, com a proposta deste trabalho, conseguimos indicar em diversas

³² Notícias importantes

páginas da publicação a presença de características da Teoria do Agendamento, que, ao que indica, era um forte aspecto dos canais de TV da época.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta pesquisa, nos propusemos em compreender como a obra em quadrinhos Batman – O Cavaleiro das Trevas representa uma crítica ao agendamento midiático. Para isso, realizamos a construção de uma base teórica sólida, que nos permitiu, antes da realização de uma análise do quadrinho, resgatar e entender conceitos de duas áreas: Na primeira, procuramos saber mais sobre as teorias da comunicação, sobre a sociedade e a comunicação de massa, além da teoria do agendamento, principal aspecto para que pudéssemos chegar a conclusão deste trabalho.

No segundo, procuramos entender mais de um meio muito próximo, mas que muitas vezes é ignorado pela área da comunicação. Conceituar e conhecer a história dos quadrinhos nos garantiu a base para que entendêssemos os motivos pelos quais Batman – O Cavaleiro das Trevas é considerado por muitos uma obra prima da chamada nona arte. Além disso, por ter nascido junto às páginas dos jornais, os quadrinhos são, desde seu início, uma mídia de massa, que ao longo do tempo passou por diversas mudanças e reformulações em sua forma de publicação. Um sucesso que teve seus altos e baixos, a mídia é utilizada como difusora de ideias desde que sofreu por ser considerada nociva para as crianças, mesmo assim, segue sendo produzida para massa, que Eco (1979) considera como preguiçosa. Porém, como já dito, os quadrinhos seguem sendo marginalizados pela comunicação, no que consideramos ser causado pelo seu estigma de ser algo destinado ao público infantil.

Com ambas as bases e a contextualização histórica do momento em que a obra de Frank Miller foi escrita, ao realizarmos a análise das páginas do quadrinho, não foi difícil encontrarmos referências ao agendamento no texto do autor. Mesmo que planejado apenas como uma crítica a realidade midiática dos anos 80, as noções ali apontadas mostram que eram claras as tentativas de conduzir a opinião pública, principalmente se pensarmos na disputa ideológica em que o mundo se encontrava na época.

Tendo como principal alvo a televisão, Miller em seu texto, crítica de forma contundente a alienação cultural, uma das principais reclamações do discurso contra a TV. Mesmo que o autor não tivesse conhecimento sobre a Teoria do Agendamento,

seu texto acerta em cheio em diversos aspectos da teoria, que, mesmo que seja mais presente em textos impressos, também acontece através da televisão. Aqui, apontamos uma situação pouco debatida: mesmo que tenha mais presença no impresso, há alguns anos a televisão já é objeto de decoração, ligada em diversos ambientes apenas para fazer barulho, o que pode resultar em um agendamento inconsciente na população.

Ao concluirmos esta pesquisa, podemos apontar a necessidade de um maior número de estudos sobre críticas e representações da comunicação em outras mídias da cultura pop. Olharmos para este tipo de trabalho permitirá aos pesquisadores da comunicação que, além da busca de conhecimento interno da área, também possa apresentar como a mídia é vista aos olhos do público em geral. Com este trabalho, podemos realizar este vislumbre em apenas uma história em quadrinhos dentre um número altíssimo de publicações que já acontecem desde o ano de 1939. Apenas nesta área, se conduzíssemos pesquisas, poderíamos entender a influência e a forma como o jornalismo estava presente na sociedade ao longo de quase todo o século XX. Se contarmos com outros formatos, como filmes, séries de TV, livros, entre outros, temos uma quantidade infindável de pesquisas que permitirão entender e aproximar o público, no que pode ser uma tentativa de auxiliar na solução das crises pelas quais passam toda a área da comunicação.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: Conceitos, escola e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 119-130.
- BELTRÃO, Luiz. **Teoria Geral da Comunicação**. Brasília: Thesaurus, 1982. 171 p.
- 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**. 2009. 189 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História Comparada, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp115823.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2019.
- BIBE-LUYTEN, Sonia M. **O que é História em Quadrinhos?** 2. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- CAGNIN, Luis Antônio. **Os quadrinhos**. São Paulo: Ática, 1975.
- CAGNIN, Antônio Luís. Yellow Kid, o moleque que não era amarelo. **Comunicação & Educação**, [S.l.], n. 7, p.26-33, 30 dez. 1996. Universidade de Sao Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i7p26-33>. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36261/38981>>. Acesso em: 24 out. 2019.
- CIRNE, Moacy. **A explosão criativa dos quadrinhos**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1974.
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para ler o Pato Donald: Comunicação de Massa e Colonialismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. 135 p. Tradução de Álvaro de Moya.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1979. 386 p. Tradução de: Pérola Carvalho.

- FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação/a comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: Conceitos, escola e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 39-60.
- FERREIRA, Giovandro Marcus. As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: Conceitos, escola e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 99-116.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008
- GILBERT, Martin. **A Segunda Guerra Mundial: os 2.174 dias que mudaram o mundo**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014. Tradução de: Ana Luísa Faria, Miguel Serras Pereira.
- HOHLFELDT, Antonio. As origens antigas: a comunicação e as civilizações. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: Conceitos, escola e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 61-98.
- HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 187-240.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W.. A Indústria Cultural: O iluminismo como Mistificação de Massas. In: ADORNO, Theodor W. et al. **Teoria da Cultura de Massa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. Cap. 5. p. 159-208. Introdução, comentários e seleção de Luiz Costa Lima.
- KRAKHECKE, Carlos André. **REPRESENTAÇÕES DA GUERRA FRIA NAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS BATMAN – O CAVALEIRO DAS TREVAS E WATCHMEN (1979-1987)**. 2009. 145 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/2313>>. Acesso em: 26 nov. 2019.

- MARASCIULO, Marília. **Guerra do Vietnã: 5 fatos para entender o conflito.** 2019. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Historia/noticia/2019/08/guerra-do-vietna-5-fatos-para-entender-o-conflito.html>>. Acesso em: 26 nov. 2019.
- MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências.** Petrópolis: Vozes, 2001. p. 11-26.
- MARTINO, Luiz C. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: Conceitos, escola e tendências.** Petrópolis: Vozes, 2001. p. 27-38.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação.** 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000. 232 p. Tradução de: Luiz Paulo Rouanet.
- MCCLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos.** São Paulo: Makron Books, 1995. Tradução de: Helcio de Carvalho e Marisa do Nascimento Paro
- MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: A mídia e a opinião pública.** Petrópolis: Vozes, 2009. (Clássicos da Comunicação Social). Tradução de: Jacques A. Wainberg.
- MERTON, Robert K.; LAZARFELD, Paul F.. Comunicação de Massa, Gosto Popular e a Organização da Ação Social. In: ADORNO, Theodor W. et al. **Teoria da Cultura de Massa.** 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. Cap. 2. p. 105-127. Introdução, comentários e seleção de Luiz Costa Lima.
- MILLER, Frank. **Batman: O cavaleiro das trevas.** 2. ed. Barueri: Panini Books, 2011. Tradução de: Jotapê Martins e Helcio de Carvalho.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose.** 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. 208 p.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística. In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação, 28., 2005, Rio de

Janeiro. **Anais...** [s. L.]: Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2019.

- MOYA, Álvaro de. História das Histórias em Quadrinhos. [Porto Alegre]: L&pm, 1986.
- NORTH, Sterling. A National Disgrace. **The Miami News**. Miami, Florida, p. 6-6. 14 jul. 1940. Disponível em: <https://www.newspapers.com/clip/15327370/sterling_north_comic_books_a/>. Acesso em: 27 out. 2019.
- O'NEIL, Denny. Introdução. In: MILLER, Frank; MAZZUCHELLI, David. **Batman: Ano Um**. Barueri: Panini Comics, 2011. p. 6-7.
- PEREIRA, Otaviano. **O que é Teoria**. 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 1995. 92 p.
- PURDY, Sean. O Século Americano. In: KARNAL, Leandro et al. **História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI**. São Paulo: Contexto, 2007. p. 173-276.
- RÜDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: Conceitos, escola e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 131-150.
- SANSEVERINO, Gabriela Gruszynski. **As representações do jornalismo na ficção transmídia de Harry Potter: a função social e o ethos profissional**. 2015. 212 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Informação, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/132161>>. Acesso em: 27 out. 2019.
- THOMPSON, Edward. Notas sobre o exterminismo, o estágio final da civilização. In: THOMPSON, Edward et al. **Exterminismo e Guerra Fria**. São Paulo: Brasiliense, 1985. p. 15-57. Disponível em: <<https://www.passeidireto.com/arquivo/40250198/thompson-edward-exterminismo-e-guerra-fria>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

- YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001
- WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. Tradução de: Karina Jannini.