

ALESSANDRO DE ALMEIDA

**DIMENSÕES POLÍTICAS E SOCIAIS DE UM
ENTRETENIMENTO AUDIOVISUAL LUCRATIVO: OS
SIMPSONS E AS CONSTRUÇÕES IMAGÉTICAS SOBRE O
BRASIL**

UBERLÂNDIA

2011

ALESSANDRO DE ALMEIDA

**DIMENSÕES POLÍTICAS E SOCIAIS DE UM
ENTRETENIMENTO AUDIOVISUAL LUCRATIVO: OS
SIMPSONS E AS CONSTRUÇÕES IMAGÉTICAS SOBRE O
BRASIL**

Tese apresentada ao Instituto de História
da Universidade Federal de Uberlândia,
como requisito parcial à obtenção do
título de doutor em História.

Orientador: Dr. Antônio Almeida

Área de concentração: História Social
Linha de pesquisa: Política e imaginário

UBERLÂNDIA

2011

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

A447d Almeida, Alessandro de, 1978-

Dimensões políticas e sociais de um entretenimento audiovisual
lucrativo [manuscrito] : os Simpsons e as construções imagéticas sobre o
Brasil / Alessandro de Almeida. - Uberlândia, 2011.

151 f. : il.

Orientador: Antônio Almeida.

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Uberlândia, Programa de
Pós-Graduação em História.

Inclui bibliografia.

1. História social - Teses. 2. Desenho animado - Aspectos sociais -
Teses. 3. Desenho animado - Aspectos políticos - Teses. 4. Desenho
animado - História - Teses. I. Almeida, Antonio. II. Universidade Federal de
Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em História. III. Título.

CDU: 930.2:316

ALESSANDRO DE ALMEIDA

**Dimensões políticas e sociais de um entretenimento audiovisual
lucrativo: *Os Simpsons* e as construções imagéticas sobre o Brasil**

Tese apresentada ao Instituto de História
da Universidade Federal de Uberlândia,
como requisito parcial à obtenção do
título de doutor em História.

Uberlândia, 12 de julho de 2011

Professor Dr. Antônio Almeida (UFU) Orientador

Professora Dr^a. Regina Célia Lima Caleiro (UNIMONTES)

Professor Dr. Waldomiro de Castro Santos Vergueiro (ECA-USP)

Professora Dr^a.Christina da Silva Roquette Lopreato (UFU)

Professor Dr. João Marcos Além (UFU)

Dedico este trabalho:

A todos os meus familiares,
principalmente a Edwirgens, Júlia,
Betina, meus amigos, irmãos e minha
mãe Zilda Ribeiro de Almeida presenças
essenciais em minha vida

A Edeilson Matias de Azevedo, parceiro
eterno (*in memorian*), que sempre me
será familiar e presente.

Saudades!

AGRADECIMENTOS

A concretização deste trabalho não seria possível sem o apoio e a colaboração de pessoas muito importantes às quais dedico os meus mais sinceros agradecimentos:

A minha família Edwirgens, Júlia e Betina pela compreensão nas minhas ausências. O apoio de minha esposa Edwirgens, também pesquisadora foi fundamental tanto tecnicamente, quanto pessoalmente.

A meus pais, Edson José de Almeida (*in memorian*) e Zilda Ribeiro de Almeida e meus irmãos e familiares que me incentivaram aos estudos e torceram por mim. Um abraço especial a Iolanda de Almeida, sem ela dificilmente teria minhas primeiras referências de esforço nos estudos.

Aos meus companheiros de pós-graduação, principalmente a figura marcante de Edeilson Matias de Azevedo (*in memorian*), amigo e companheiro eterno.

Aos companheiros de trabalho, alunos e amigos que me ajudaram e torceram por mim. Em especial, aos amigos Alysson Luiz Freitas de Jesus e a Nelson Teixeira que direta e indiretamente contribuíram para meus estudos.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação que ministraram as disciplinas que tanto contribuíram para a minha formação e amadurecimento intelectual. Principalmente, a professora Dr^a. Christina Roquette Lopreatto e Dr^a Jacy Alves Seixas, cujas orientações na banca de qualificação foram fundamentais para o trabalho.

Aos professores João Marcos Além por aceitar ler meu trabalho e, especialmente ao Dr. Waldomiro Vergueiro que sempre aceitou de prontidão participar do processo de formação e consolidação do trabalho.

Enfim, de maneira bem especial:

À meu sempre orientador Dr. Antônio Almeida, por compreender algumas problemáticas pessoais e, sobretudo, pelas prudentes, competentes e sensatas orientações que, efetivamente, tornaram possível o desenvolvimento deste estudo;

A professora Dr^a. Regina Célia Lima Caleiro por me fazer encantar pela história e incentivar minhas pesquisas acreditando sempre em meu trabalho.

Finalmente, àqueles que, de alguma maneira, de forma direta ou indireta, participaram ou contribuíram com o desenvolvimento dos meus estudos.

“Assim como a água, o gás e a corrente elétrica vêm de longe às nossas casas satisfazer nossas necessidades, por meio de um esforço quase nulo, assim também seremos alimentados por imagens visuais e auditivas, nascendo e evanescendo ao mínimo gesto, quase a um sinal.” (Valéry)

RESUMO

Embora as séries ficcionais animadas tenham sido alvo de análises pelos pesquisadores, estudos históricos sobre os desenhos animados da TV são ainda incipientes. Além disso, se os pesquisadores investigaram os seriados animados, não foi com a intenção de discutir sua relação com as imagens de Brasil e de brasileiros veiculados na TV e na Internet. Por essas razões, o objeto de estudo desta tese é a discussão sobre as dimensões sócio-histórico-políticas em “*Os Simpsons*”, paródia satírica lucrativa sobre uma família de classe média americana cujos episódios povoaram as telinhas do Brasil e de outros países por mais de duas décadas. Portanto, o *corpus* desta investigação são alguns dos capítulos da série, em especial O Feitiço de Lisa, durante o qual a família ficcional viaja ao Brasil. Com o objetivo de trazer à luz as representações de Brasil das últimas décadas, esta pesquisa utiliza a fala dos internautas da qual emerge a construção de seu discurso crítico sobre *Os Simpsons* e nosso país. A Internet, lugar para revelar o Brasil e suas relações com a produção americana de séries ficcionais, é também usada, não apenas como tentativa para definir ‘linguagem simpsonizada’ e discutir a (re)significação da imagem do Brasil como criada pelos internautas, mas também para repensar os conceitos de família, infância, criminalidade, violência, sexualidade em programas infantis e o descaso pelos símbolos identitários do Brasil, sempre tratados de modo negativo e denigratório, na busca por maiores níveis de audiência e dinheiro, estas, categorias também selecionadas para se desenvolver esta investigação. Também, a antropofagia, categoria muito utilizada em (con)textos literários brasileiros no começo do século XX, foi o suporte da análise da percepção dos internautas e telespectadores sobre a referida série, como geradora de atitudes e comportamentos que ajudam a reconstruir realidades, via mídia de massa, mesmo se inspiradas por *Os Simpsons*, principalmente a partir da crítica revelada no episódio “O feitiço de Lisa”. O texto, por um lado, atesta a capacidade dos brasileiros, com o uso de tecnologias comunicativas, de reagir contra o retrato satírico-negativo do Brasil e dos brasileiros e, por outro, de promover a retomada dessa imagem, mesmo fazendo uso daquela “linguagem simpsonizada”. A pesquisa leva à conclusão de que os brasileiros, internautas e telespectadores, nem sempre assistem aos episódios de *Os Simpsons* passivamente, mas reagem criticamente, posicionando-se contrários às insinuações depreciativas em relação à cultura, sociedade, história, ao folclore, ao próprio povo brasileiro e ao Brasil, e tentam resgatar as imagens do Brasil e dos brasileiros veiculadas na série *Os Simpsons*, principalmente as exploradas no episódio O Feitiço de Lisa. E, no entanto, o texto evidencia que certas imagens de Brasil e dos brasileiros representadas no desenho animado expressam a problemática realidade do Brasil e, por isso, tornaram-se uma preocupação e outro aspecto significativo a serem considerados nesta tese. Por essas razões, essas imagens de Brasil se tornam a razão de o investigador levantar questões pertinentes e sugerir veementemente reflexões e discussões sérias sobre esse assunto.

Palavras-chave: Desenho animado. Imagens. Recepção. Ressignificações. Brasil. Brasileiros. *Os Simpsons*. Dimensões políticas e sociais.

ABSTRACT

Although animated sitcom fiction has always been the focus of researchers' analysis, historical studies about animated series aired on TV are still scarce. Moreover, whether researchers have investigated animated sitcoms, it was not with the intention of discussing their relation to the images of Brazil and Brazilians conveyed both on TV and the Internet. Because of that the object of study of this thesis is the discussion of socio-historical-political dimensions in 'The Simpsons', a profitable animated sitcom and a satirical parody of a working class American lifestyle family, whose episodes have been aired on Brazil and all over the world's TV channels for more than two decades. Therefore, the corpus of this investigation is some of the series episodes, notably "Blame it on Lisa" during which the fictional family travels to Brazil. With the objective of bringing to light the representations of Brazil in the last decades the research makes use of the internauts speech acts of which emerge their critical discourse construction of the The Simpsons. The Internet, an interesting locus to reveal Brazil and its relation to the American production of series, is also used not only in an attempt to define 'simpsonized' language and discuss the (re)signification of Brazil's imagery as created by the internauts, but also to put to question concepts such as family, childhood, criminality, violence, sexuality in children's programs and the lampooning of Brazilian identity symbols, always treated in an unflattering or negative light, in the search for larger audiences (Top 30 ratings) and for money, categories also selected for the development of this work. Still, anthropophagy, a category largely used in Brazilian literary (con)texts in the beginning of the XX century, supported the analysis of internauts and actual viewers' perception of the series as a point of departure for helping engender behavior and attitudes that can help rebuild realities, via massive media, even if inspired by The Simpsons, and mainly based upon criticism revealed by the episode "Blame it in Lisa. On the one hand, the text attests the capacity of Brazilians, by means of using communicative technologies, for reacting against the negative satirical portrait of Brazil and Brazilians and on the other, for rescuing this image, even if utilizing that 'simpsonized language'. Research leads to the conclusion that Brazilian internauts and actual viewers do not watch The Simpsons passively but stand up against the unflattering insinuations in relation to Brazilian culture, society, history, folklore, Brazil and the Brazilian people, and try to rescue those images conveyed by the sitcom episodes, especially the ones in 'Blame it on Lisa'. And yet, the text evidences that certain images of Brazil and Brazilians represented in the animated sitcom expresses the troublesome reality of truthfully and because of that they have become one of the thesis' concerns and another significant aspect to be considered. Such images are the reason for the investigator's raising relevant questions and his strongly suggesting accurate reflection and discussion on such a matter.

Keywords: Animated sitcom (series). Imagery. Reception. Resignification. Brazil. Brazilians. The Simpsons. Social (historical) and political dimensions.

LISTA DE FIGURAS

INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO 1.....	28
1. DOS TRAÇOS EM PAPEL À INTERNET: COMUNIDADE DISCURSIVA E CARACTERÍSTICAS DA LINGUAGEM SIMPSONIZADA.....	28
1.1. A simpsonização: avatar cultural, político e narrativo.....	28
Figura 1 - Simpsonize.....	30
Figura 2 - Avatar dos Simpsons.....	31
Figura 3 - A Simponização dos ilustres... Serra, Lula, Xuxa, Jô, Camila Pitanga, Dunga, Robinho e a dupla trash Sandy e Júnior.....	37
1.2. COR, ESTILO, VEÍCULOS E TEMAS: INGREDIENTES PARA UMA RECEITA DE SUCESSO.....	38
1.2.1. A NATUREZA DA COR AMARELA EM SPRINGFIELD.....	38
Figura 4 - Yellow Kid e sua camisola amarela com dizeres de propaganda.....	43
Figura 5 - Smithers com pele escura e cabelo azul.....	45
Figura 6 - Smithers passa de negro a amarelo.....	46
1.2.2 A IRONIA COMO MARCA DE UMA COMUNIDADE POLITICAMENTE INCORRETA.....	47
1.2.3. O PODER DE SEDUÇÃO DO SORRISO AMARELO.....	50
Figura 7 - Morales, Rafael Correa, Hugo Chávez, Juanes, Alvaro Uribe, Alan Garcia, Lula da Silva.....	52
Figura 8 - Murdoch e Homer Simpson.....	55
1.2.4. DO TRAÇADO NO PAPEL À IMAGEM AUDIOVISUAL: A TELEVISÃO COMO PASSAPORTE PARA O GRANDE PÚBLICO.....	56
Figura 9 - Personagens da família Simpson.....	57
Figura 10 - Simpsons na abertura dos episódios sempre em frente à TV.....	58
1.2.5. VIOLÊNCIA, SEXO, DROGAS, MÚSICA E MUITO DINHEIRO: PREOCUPAÇÕES FAMILIARES DOS SIMPSONS.....	64
Figura 11 - Naturalistas agredindo o gato “Coçadinha”.....	65
Figura 12 - Barbearia dos horrores.....	67
Figura 13 - O Sr. Burns e o vovô Simpson.....	71
Figura 14 - Jovens contra o Laboratório de Guerra Biológica do Sr. Burns.....	73
Figura 15 - Lisa e a vovó Simpson: o espírito dos anos 1960.....	74
Figura 16 - Marge Simpson nas páginas da <i>Playboy</i> (2009).....	78
Figura 17 - Lisa e o cantor de Blues.....	82
CAPÍTULO 2.....	84
2. OS SIMPSONS NO EXTERIOR: ITINERÁRIOS MARCADOS POR PROVOCAÇÕES, AUDIÊNCIA E LUCRO.....	84
2.1. IRONIAS E ADAPTAÇÕES: AMBIGUIDADES EM UM PERCURSO PLANETÁRIO.....	84
Figura 18 - Ilustração da produção do material de Os Simpsons na Coréia do Sul.....	86
Figura 19 - Representação da criança sul coreana explorada.....	87
Figura 20 - Homer ataca Bush.....	93
Figura 21 - Representações dos Simpsons indianos.....	94
Figura 22 - Homer aclamado como Deus indiano.....	98
Figura 23 - Apu amigo indiano de Homer Simpson.....	100
Figura 24 - Dialogo no Bar do Moe criticando o peronismo.....	101
Figura 25 - Critica a Evita Peron.....	102
2.2. A VISITA DOS SIMPSONS AO BRASIL: (RE)SIGNIFICAÇÕES DO BRASIL E DOS BRASILEIROS PRODUZIDAS A PARTIR DO EPISÓDIO “O FEITIÇO DE LISA”.....	103

2.2.1. DA AUSTRÁLIA PARA O BRASIL.....	107
2.2.2. “RONALDINHO” E A ASCENÇÃO SOCIAL: RIDICULARIZAÇÃO DA POBREZA OU METÁFORA DA SUPERIORIDADE NORTE-AMERICANA?.....	111
Figura 26 - Ronaldinho criança órfão brasileira.....	111
Figura 27 - Pelé representado em <i>Os Simpsons</i>	113
Figura 28 - Ronaldo “fenômeno” e Homer Simpson.....	118
2.2.3. XUXA SIMPSONIZADA E A SEXUALIDADE NOS PROGRAMAS INFANTIS BRASILEIROS.....	119
Figura 29 - Representações de Xuxa em <i>Os Simpsons</i>	122
Figura 30 - Apelos sexuais no Programa infantil brasileiro “Telemelões”.....	126
2.2.4. O SEQUESTRO DE HOMER E OS RATINHOS COLORIDOS DAS FAVELAS: POBREZA E VIOLÊNCIA COMO ESPETÁCULOS MIDIÁTICOS.....	133
Figura 31 - Favelas cariocas e a família Simpson.....	134
Figura 32 - Sequestrador carioca dirigindo taxi e apontando arma para Homer Simpson.....	136
Figura 33 - Album de fotografias do seqüestro de Homer Simpson no Rio de Janeiro.....	146
2.2.5 DO CARNAVAL À COBRA GRANDE: APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS EM TORNO DO LÚDICO E DA SELVAGERIA	147
Figura 34 - Ronaldinho no carnaval se apresenta para a família Simpson.....	148
Figura 35 - Pato Donald e Zé Carioca.....	150
Figura 36 - Pato Donald dançando com Carmem Miranda.....	153
Figura 37 - Bracelete que transformasse em cobra.....	157
Figura 38 - Representação de cobra na Amazônia.....	158
Figura 39 - Bart Simpson engolido pela “Cobra Grande” no Rio de Janeiro.....	163
CAPÍTULO 3.....	166
3. RECEPÇÃO COM (RE)SIGNIFICAÇÃO: DIÁLOGOS “SIMPSONIZADOS” SOBRE A REALIDADE POLÍTICA E SOCIAL BRASILEIRA.....	166
Figura 40 - Site “Mr. X” – Homer critica prefeito ficcional Quimby.....	171
Figura 41 - Site “Mr. X” Crítica de Homer ao personagem indiano Apu.....	172
3.1. PENSAR O BRASIL A PARTIR DE <i>OS SIMPSONS</i>	177
3.1.1. “CALA A BOCA GALVÃO”.....	178
Figura 42 - “Cala a boca Galvão”.....	178
Figura 43 - Um dia sem globo.....	180
Figura 44 - Quem quer ser um milionário?.....	182
Figura 45 - Tente nos parar.....	183
Figura 46 - Homer Simpson – internauta do Orkut.....	190
3.1.2. WILLIAN HOMER BRASILEIRO.....	191
Figura 47 - Eu quero ser Homer Simpson – comunidade do Orkut.....	201
Figura 48 - Willian Bonner simpsonizado.....	201
Figura 49 - William Homer.....	203
3.1.3. HOMER SIMPSON PRESIDENTE DO BRASIL?	206
Figura 50 - Homer e Lula.....	224
Figura 51 - Lula em <i>South Park</i>	225
Figura 52 - Dilma Rousseff em <i>Os Simpsons</i>	226
Figura 53 - O Sr. Burns representação do empresário capitalista simpsoniano preocupado com o crescimento político de Dilma.....	227
Figura 54 - Os Sinicons – Rouber e Marquisa.....	229
Figura 55 - Os Sinicons – as malas do Marcos Valério	230
CONCLUSÃO.....	239
REFERÊNCIAS.....	243

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO 1.....	28
1. “Dos traços em papel à internet: comunidade discursiva e características da linguagem simpsonizada”	28
1.1. A Simpsonização: Avatar cultural, político e narrativo.....	28
1.2. Cor, estilo, veículos e temas: ingredientes para uma receita de sucesso.....	38
1.2.1. A natureza da cor amarela em Springfield.....	38
1.2.2. A ironia como marca de uma comunidade politicamente incorreta.....	47
1.2.3. O poder de sedução do sorriso amarelo.....	50
1.2.4. Do traçado no papel à imagem audiovisual: a televisão como passaporte para o grande público.....	56
1.2.5. Violência, sexo, drogas, música e muito dinheiro: preocupações familiares dos Simpsons.....	64
CAPÍTULO 2.....	84
2. Os Simpsons no exterior: itinerários marcados por provocações, audiência e lucro.....	84
2.1. Ironias e adaptações: ambiguidades em um percurso planetário.....	84
2.2. A visita dos <i>Simpsons</i> ao Brasil: (re)significações do Brasil e dos brasileiros produzidas a partir do episódio “o feitiço de lisa”.....	103
2.2.1. Da Austrália para o Brasil.....	107
2.2.2. “Ronaldinho” e a ascensão social: ridicularização da pobreza ou metáfora da superioridade norte-americana?	111
2.2.3. Xuxa simpsonizada e a sexualidade nos programas infantis brasileiros.....	119
2.2.4. O Sequestro de Homer e os ratinhos coloridos das favelas: pobreza e violência como espetáculos midiáticos.....	133
2.2.5. Do carnaval à Cobra Grande: aproximações e distanciamentos em torno do lúdico e da selvageria	147
CAPÍTULO 3.....	166
3. Recepção com (re)significação: diálogos “simpsonizados” sobre a realidade política e social brasileira.....	166
3.1. Pensar o Brasil a partir de <i>Os Simpsons</i>	177
3.1.1. “Cala a boca Galvão”	178
3.1.2. Willian Homer brasileiro.....	191
3.1.3. Homer Simpson presidente do Brasil?	206
CONCLUSÃO.....	239
REFERÊNCIAS.....	243

INTRODUÇÃO

No ano de 1991, a série *Os Simpsons* foi apresentada no Brasil pela primeira vez. Logo caiu nas graças do público que, cada vez mais, se divertia com a família americana de classe média retratada no desenho animado¹. Além, desse constante contato que o público brasileiro passou a ter com a série animada, os animadores e produtores do desenho, em alguns episódios, retrataram diretamente o Brasil. Tais imagens simpsonizadas provocaram atitudes diversas que ilustram o diálogo e as apropriações que o público brasileiro faz do desenho. Sob tal prisma, é que direcionamos o olhar nesta pesquisa, procurando perceber as dimensões políticas e sociais desse entretenimento lucrativo, que se relaciona com inúmeros brasileiros há mais de duas décadas. Para atingir tal intento, utilizamos como fontes o próprio desenho animado e os documentos diversos que propagam seu dimensionamento simbólico, como jornais, revistas e as redes sociais da Internet.

Enunciados do tipo: “*Marge, lembre-se, se algo der errado na usina, culpe o cara que não sabe falar inglês!*”², pronunciadas no desenho pelo personagem ficcional Homer Simpson, têm provocado repercussões no público, uma vez que sugere discriminação, ou, até mesmo aversão a estrangeiros. Provocações desse tipo, quando direcionadas ao Brasil, apresentadas na televisão ou Internet suscitaram os incômodos iniciais que nortearam nossas investigações, pois percebemos, gradativamente, que os significados, ou ressignificações poderiam ir para além de meras inferências depreciativas a respeito nosso país e de seus cidadãos. Por isso mesmo, as repercussões das frases de Homer Simpson, ou as peripécias vividas por outros personagens da família, ultrapassam com frequência o ambiente da cidade fictícia de Springfield, colocando autoridades, celebridades artísticas, membros da comunidade científica e

¹Estima-se que *Os Simpsons* seja visto semanalmente por aproximadamente 40 milhões de pessoas. E, anualmente, por 10 bilhões de pessoas em todo o mundo. A reapresentação dos Simpsons na TV Globinho, em 2008, fez com que a audiência chegasse a 10 pontos percentuais de mídia ocupando a liderança do ranking do Ibope. Entretanto, na 20ª Temporada (2010), o desenho vem perdendo audiência nos Estados Unidos para os concorrentes indiretos *American Dad* e *Uma Família da Pesada*. Ver em: <http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/User_blog:Aero%27Guns/O_que_voc%C3%AA_far%C3%A1_quando_Os_Simpsons_n%C3%A3o_ser_mais_exibido%3F>. Acesso em: mai 2011.

² Ao clicar em The Simpsons no site: <<http://meadd.com/osimpsons>>. Você irá ler a frase de Homer de crítica a estrangeiros. Acesso em: mar. 2003.

detentores de diversas ordens e hierarquias em situações problemáticas. Essa é uma das motivações que nos impulsionou a estudar a série animada americana.

As personagens que compõem *Os Simpsons*, como já dito, residem em Springfield, uma cidade fictícia, e não há menção do Estado. A série retrata uma família de classe média americana satirizando os fatos cotidianos. As personagens principais da série são caracterizadas da seguinte forma: Homer Simpson é o chefe de família, trabalha como inspetor de segurança na Usina Nuclear local e tem comportamentos pautados pelo vício, despreocupação e até algumas falhas de caráter. Sua personalidade flexível e desastrada suscita reinterpretções e problemáticas que discutiremos com detalhes no terceiro capítulo, mas, conforme já observado, a culpa pelos seus erros no trabalho sempre pode ser atribuída aos que não falam inglês, possivelmente os imigrantes, explorados na Usina.

Marge é uma mulher aparentemente virtuosa, que descende de uma linhagem de esposas e mães de TV (boazinhas e organizadoras da família). Bart é um garoto de dez anos que despreza qualquer tipo de autoridade e regras, faz maldades e busca levar vantagem em tudo. Convém ressaltar que o desrespeito (ou descaso), às autoridades e a transgressão às regras passaram a ser uma característica da série que transcende a uma particularidade de Bart Simpson.

Lisa, com oito anos, é inteligente e, em meio a um mundo caótico, persiste em acreditar no racionalismo para a correção dos problemas, luta pelas causas ambientais, é feminista e virtuosa, toca saxofone e segue dieta vegetariana. É exatamente ela que procurará resolver os problemas do personagem brasileiro Ronaldinho, no episódio “O feitiço de Lisa”, foco de nossa análise no capítulo 2. A bebê Maggie, apesar de não falar e nem manifestar as emoções e sempre sugando sua chupeta, é frequentemente abandonada pela família, como no episódio mencionado, e consegue tomar atitudes sozinha e de forma inteligente, como acontece com a maior parte das figuras femininas de *Os Simpsons*.

O desenho animado teve início em 1987, com curtas de 30 segundos para a série de televisão *The Tracey Ullman Show*, e foi transformado em um desenho apresentado em aproximadamente 22 minutos, atingindo diversas emissoras pelo mundo. O desenho criado pelo cartunista Matt Groening, teve boa aceitação dos telespectadores e foi iniciado com um especial de Natal de meia hora, em 17 de dezembro de 1989, tornando-se série regular em 14 de janeiro de 1990. *Os Simpsons* é uma produção da Gracie Films associada com a Twentieth Century Fox Television.

Matt Groeing, James Brooks e Al Jean são os produtores executivos e Film Roman faz a animação³. Os episódios cuja produção levam cerca de seis meses cada um, comumente fazem inúmeras alusões que buscam identificar o telespectador com o desenho por meio da apresentação de personalidades, cenas de filmes, episódios políticos e históricos diversos.

Sobre as alusões, convêm considerá-las como uma referência intencional cuja associação transcende à mera substituição de um referente⁴. Feitas a personagens midiáticos, a brasileiros e ao Brasil, tais alusões são alvo de nossa análise, visto que essas intenções do discurso marcam todos os episódios da série. A busca pela familiaridade com o telespectador por meio de alusões, não impede que demais telespectadores que não consigam compreender a citação gostem ou não do desenho. Tais inferências contribuíram para a construção da noção de simpsonização, conforme destacaremos no primeiro capítulo, pois inicialmente já é conveniente enfatizar que os atos de simpsonizar se atêm à relação das construções dos episódios com o público brasileiro e suas ressignificações no percurso dos vinte e um anos da apresentação da série no Brasil.

O diálogo de *Os Simpsons* com a ciência e a intelectualidade transcende as inferências e as personalidades do meio científico. Os redatores do desenho também possuem geralmente carreira acadêmica, dentre eles se destacam: David X. Cohen, bacharel em física em Harvard e mestre em ciências da computação pela Universidade de Berkeley, Ken Keeler, doutor em matemática aplicada por Harvard, Bill Odenkirk, doutor em Química Inorgânica pela Universidade de Chicago, Al Jean, produtor executivo e redator principal, formado em matemática por Harvard⁵. Além das bases acadêmicas dos produtores, renomados roteiristas da televisão norte-americana, como Bob Bendetson, compõem o grupo de redatores e produtores. Bendetson foi premiado em 2003, pela *Writers Guild of America Award* pela criação e animação do episódio “O feitiço de Lisa”, em que *Os Simpsons* visitam o Brasil. A vinculação da série com a academia, torna-se cada vez maior, pois:

³ AMERENO, Daniela Sacuchi. *O descaminho do feminismo nos Simpsons*. Cenários da Comunicação, São Paulo, p. 49-63, 2006.

⁴ IRWIN, Willian et al. *Os Simpsons e alusão: “O pior ensaio já escrito”*. In: *Os Simpson e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2004.

⁵ HARPERN, Paul. *Os Simpsons e a ciência: o que eles podem nos ensinar sobre física, robótica, a vida e o universo*. São Paulo: Novo Conceito Editora, 2008.

Os acadêmicos já tinham descoberto inesperadamente essa tendência oculta do desenho. É raro um desenho da televisão desencadear uma discussão intelectual ou gerar artigos publicados. Contudo, Os Simpsons inspiraram publicações sobre cuidados médicos, psicologia, evolução e outros temas⁶.

Apesar das diversas abordagens temáticas sobre *Os Simpsons*, as provocações e repercussões provenientes das inferências sobre o Brasil e a relação do desenho animado com os brasileiros ainda não foi alvo de investigações historiográficas, lugar em que se insere esta pesquisa. Partindo das vivências da família, na cidade Springfield, os produtores ampliaram a sátira para outros países visitados na ficção pela família Simpson. Assim as inferências satíricas tornaram-se mais intensas e as imagens provocativas dos países passaram a povoar com maior intensidade os noticiários.

Sobre sátira, Brummack, mesmo destacando a diversidade e dificuldade de se definir tal conceito, elucida que uma obra satírica pode ser interpretada como aquela que procura a punição ou ridicularização de um objeto através da troça e da crítica direta, ou então, ou se reduz a meros elementos de troça, crítica ou agressão, em obras de qualquer tipo. A partir dessa premissa, a sátira pode ser entendida como representação estética e crítica daquilo que considera errado ou do qual discorda.

Assim, a obra, em nosso caso *Os Simpsons*, passa a ter a intenção de atingir determinados objetivos sociais, pois a transgressão de normas e a ridicularização de personagens é marcante em toda a série⁷. Imbuído de sua marca satírica, em 1991, conforme já expresso, o desenho “desembarcou” no Brasil⁸. A partir de então, grande número de telespectadores⁹ tiveram contato com a produção de Groening, o que torna a relação d*Os Simpsons* com o Brasil e com os brasileiros terreno profícuo para

⁶ HARPERN, Paul. *Os Simpsons e a ciência: o que eles podem nos ensinar sobre física, robótica, a vida e o universo*. São Paulo: Novo Conceito Editora, 2008. p. 19.

⁷ Brummack, J. Zu Begriff und Theorie der Satire. *Vierteljahreszeitschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*, Stuttgart, v. 45, pp. 275-377, 1971.

⁸ A série estreou aqui no Brasil em 1991, na Rede Globo, e era exibido nas tardes de sábado. Depois de algum tempo, o programa foi transferido de horário para o domingo e veiculado no período da manhã, depois de “Alf”. Para assinantes do canal Fox, o desenho era exibido no período noturno às 20:30min ou, no horário de verão às 21:30, pois eles quase nunca ajustavam os horários, paralelamente a Fox. O SBT começou a exibir o desenhos às terças e quintas feiras à noite. Atualmente, programa é transmitido pela Fox todos os dias, e pelo SBT de segunda a sexta aproximadamente às 13h. Para mais informações, consultar: <<http://thesimpsons.com.br/informacao/historia/>>. Acesso em: fev. 2011.

⁹ Além da tradicional audiência disputada por SBT e Rede Globo de televisão, *Os Simpsons*, ao voltar a ser exibido pela Rede Globo, em 2009, fez com que os índices de audiência da “TV Globinho” aumentassem. Em 2010, a audiência chegou a 10 pontos ocupando a liderança isolada nos ranking do Ibope. Disponível em: <http://natelinha.uol.com.br/2010/08/07/not_33164.php>. Acesso em: jan. 2011.

investigações, pois, enquanto investimento lucrativo, o contato da produção audiovisual americana com o público brasileiro cria uma ambiência político-social instigante como foco de análise.

Em relação aos vinte e um anos de apresentação da série no Brasil, o produtor e roteirista do desenho Al Jean, vê no caráter universal dos personagens e nas críticas do desenho aos próprios americanos de classe média um dos motivos do sucesso da série em outros países. Ou seja, os estrangeiros também gostam de rir da ridicularização satírica da família de classe média americana. Sobre a polêmica que envolveu o episódio “O feitiço de Lisa”, referente à visita, na ficção da família Simpson ao Rio de Janeiro, a cidade brasileira foi representada como repleta de macacos, cobras, sequestradores e trombadinhas. Apesar da sátira, James Brooks, produtor executivo do desenho afirmou, ironicamente, ao jornal Folha de São Paulo que amava o Rio de Janeiro. A polêmica sobre a representação de Brasil repercutiu contundentemente na mídia, fato que gerou censuras a novas menções sobre o país no desenho, conforme explica Ricardo Rubini, diretor de marketing e venda da Fox TV, dizendo defender, com a censura, o respeito dos compatriotas brasileiros. Um dos fatores que gerou muita polêmica, posterior ao episódio “O feitiço de Lisa”, apresentado em 2002, deve-se ao fato de a personagem Lisa Simpson ter afirmado que o Brasil era o lugar mais nojento que Os Simpsons já haviam visitado. A respeito da proibição da veiculação de tal opinião, no Brasil, Al Jean enfatiza: *“Fizemos aquela menção como piada, por causa dos problemas com o episódio anterior. Não sei se eles podem fazer isso, mas fizeram, pelo visto. Deveriam ter deixado as pessoas verem e tirarem suas próprias conclusões”*¹⁰.

Foi em meio a essa polêmica sobre as intenções de veiculação da opinião de Lisa que surgiu o objeto de estudo desta tese e, com ele, nossa preocupação em esclarecer a abordagem feita sobre a imagem do e sobre o Brasil e os brasileiros, veiculadas em algumas produções audiovisuais da série de desenho animado Os Simpsons, mais no âmbito de sua recepção, do que no de sua produção.

Considerando a mídia televisiva como interlocutora das disputas políticas, entendendo os “receptores” como ativos, e considerando o avanço do acesso às “novas” tecnologias midiáticas, procuramos, ainda, perceber como se dá a reelaboração ou a ressignificação das mensagens projetadas pelas produções supracitadas nos jornais, na

¹⁰ CANÔNICO, Marco Aurélio. “*Todo país tem um Homer*”. Folha de São Paulo, São Paulo, mar. 2008.

Internet e nas redes virtuais de sociabilidade. Essas novas tecnologias de comunicação audiovisual representam novas formas e possibilidades de mediações que colocam o indivíduo contemporâneo na condição de (re)criador de imagens que podem potencializar mudanças tão velozes quanto o avanço dos meios comunicativos. Ou seja, o objetivo central é problematizar o papel das indústrias culturais globalizadoras que buscam sucesso a partir da construção de imagens depreciativas do Brasil e dos brasileiros, relacionando esta questão às reações e à assimilação por parte dos brasileiros, diante desta tentativa de imposição de opiniões, leituras histórico-culturais e costumes produzidos e perpetuados nos Estados Unidos. Intentamos, ainda, compreender e esclarecer que recursos de atratividade impulsionaram o sucesso destas produções audiovisuais simpsonianas junto ao público brasileiro. Para viabilizar a investigação, os pontos de partida norteadores estão fundamentados na análise das séries e dos personagens dOs *Simpsons* que fazem alusão ao Brasil.

O ano de 1989 foi marcante para a história da humanidade. A queda do Muro de Berlim, a decadência da URSS, a emergência de regimes democráticos na Europa Oriental e diversos outros episódios mudaram o mundo. A pensada vitória do capitalismo e as propagandas de um possível sucesso americano tiveram motivações especiais para ampliarem pelo mundo suas produções audiovisuais, sobretudo, de entretenimento, promovidas por empresas multinacionais. O capital monopolista e os propagadores das “fábulas” globalizantes¹¹ preparavam-se, mais uma vez, para tentar impor seus interesses. Em meio a tais problemáticas, *Os Simpsons* estavam no ar, e, em 1991, a série ganhava espaço nas redes de televisão brasileiras, via instrumentais técnicos de comunicação disponíveis no mercado global.

A globalização passou a ser conceituada, percebida e compreendida como um fenômeno da modernidade, ganhando impulso nos últimos anos da década de 1980 e início dos anos de 1990. Rodrigo Duarte destaca que a ascensão da globalização e das indústrias culturais globais está vinculada à degeneração da classe operária organizada e à queda da antiga União Soviética. Com tal desmobilização, o processo de formação de conglomerados e oligopólios das comunicações se fortalece, e os capitalistas passam a dar atenção às empresas de telecomunicação e microinformática. Propondo uma

¹¹ A globalização como fábula, conforme o geógrafo Milton Santos (2000), é marcada, principalmente, pelas ilusões construídas pelas minorias detentoras da maior parte do capital internacional que incentivam o processo de globalização, escondendo ou camuflando suas contradições. Nesse viés, as indústrias produtoras de entretenimento passam a ser um alvo de análise fundamental.

retomada crítica da indústria cultural dos anos de 1940, da dita escola frankfurtiana, Duarte esclarece que, conforme Ulrich Beck, a indústria cultural global apresenta:

Aquilo com que as pessoas sonham, como elas querem ser, suas utopias cotidianas de felicidade não se atém, há muito, ao espaço geopolítico e às suas identidades culturais (...). Nesse sentido, o desmoronamento do bloco oriental foi possivelmente um resultado da globalização cultural. A ‘cortina de ferro’ e o serviço militar de tutela dissolveram-se até o nada na era da televisão.¹²

Mesmo sabendo que muitos outros fatores para além da questão cultural contribuíram, igualmente, para a queda do chamado socialismo real, é necessário reconhecer que em tempos de crises políticas, desgastes das utopias, avanço da sociedade de consumo, predominância do capital financeiro sobre o capital produtivo e avanço dos meios de comunicação e da informática, investidores passam a se dedicar à formação de oligopólios da comunicação, com ampla abrangência territorial, principalmente, vinculados às empresas de entretenimento. Com a tecnologia digital e o barateamento do computador pessoal, os empresários atêm-se, cada vez mais, ao domínio das novas aparelhagens que tendem a associar telefonia, Internet e televisão, alvos centrais da dedicação desses proprietários das indústrias culturais globais. Os videogames caseiros, por exemplo, associam-se aceleradamente a funções de computadores e vinculam-se assim à televisão, à Internet e aos avanços da comunicação a distância. José Adriano Fenerick, preocupado com a tecnologia da comunicação e o avanço do mundo digital enfatiza que:

Na esteira do barateamento e da popularização do computador pessoal, difundido em larga escala a partir da década de 1990, seguiu-se uma série de novos meios de comunicação, todos baseados na tecnologia digital. São esses os casos da Internet, das TVs a cabo ou por assinatura (pay per view), CD, do DVD, do MP3 e MP4 e do mini-disk. O entretenimento passou a ser digital e global, simultaneamente, num sistema interligado.¹³

O investidor australiano Rupert Murdoch foi um dos primeiros *global players* a organizar um oligopólio do entretenimento. Iniciando seus empreendimentos

¹² BECK, Ulrich. Was ist Globalisierung? Citado por DUARTE, Rodrigo. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 155.

¹³ FENERICK, José Adriano. *A globalização e a indústria fonográfica na década de 1990*. In: *Revista ArtCultura*. Ubelândia: Edufu, 2008. p. 129.

com a compra de jornais falidos, racionalizando sua administração e apostando no sensacionalismo e no escândalo, que destacavam, por exemplo, problemas na vida íntima das famílias e das celebridades, ele resolveu, a partir de 1983, investir na televisão. Neste mesmo ano, Murdoch comprou a SATV na Grã Bretanha, passando a transmitir os primeiros programas via satélite, e adquiriu, também, as empresas americanas de entretenimento Warner e Disney. Expandiu ainda seus investimentos nas indústrias das *media*, adquirindo, em 1985, a Twentieth Century-Fox, por 600 milhões de dólares. Com o intuito de disputar o mercado norte-americano de televisão, dominado pelas três grandes redes (ABC, CBS e NBC), aliou-se a emissoras independentes e comprou, em 1988, por três bilhões de dólares, a firma que editava a mais difundida revista de programação televisiva, a *TV Guide*. Essa revista fez muita propaganda para a nova rede, a FOX TV¹⁴, detentora dos direitos da série animada de maior sucesso em vendagem da televisão americana, *Os Simpsons*. Em 1995, os intuitos expansionistas do empresário derrubaram a *Finsyn rules*, legislação que limitava a inserções no ar das séries produzidas pela sua rede de televisão. Com o fim dessa barreira, Murdoch comprou, ainda, o sistema de canais via satélite da Star TV de Hong Kong, atingindo, assim, a Índia, China, o Japão e Egito.

A receita de sucesso da Fox TV foi semelhante à que Murdoch aplicou a imprensa escrita: muito sensacionalismo, apresentado sobre a rubrica da Reality TV, um novo gênero que liga reportagem com voyeurismo de castástrofes: nos programas são mostradas pessoas reais, catástrofes reais com vitimas reais ou então cenas de acontecimentos reais são representadas por atores. Dentre os temas da FOX estiveram também cultos satânicos, prostituição e abusos de crianças, fato que valeu a FOX TV o apelido pejorativo numa referência aos pequenos jornais especializados em bisbilhotar a vida alheia.¹⁵

No mesmo ano de 1989, em franca expansão da FOX TV e das demais empresas de Murdoch, o cartunista Matt Groening¹⁶ apresentava para a televisão americana, apoiado pela FOX, uma representação satírica da família de classe média

¹⁴ DUARTE, Rodrigo. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 160 e 161.

¹⁵ Idem. p. 161.

¹⁶ Em uma pesquisa no orkut, utilizando como referência o nome Matt Groening, foram encontradas dez comunidades sobre o autor no Brasil e duas comunidades no mundo. (Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/UniversalSearch.aspx?searchFor=C&q=Matt+Groening>>+. Acesso em: jul. 2008).

dos Estados Unidos, da sociedade americana e do próprio contexto e processo histórico vigente, ou seja, o desenho animado *Os Simpsons* estava no ar com sucesso.¹⁷

A política amarelada e incorreta da série animada caracteriza-se pelo uso do “não-sério” e do riso. A esse respeito, a historiadora Verena Alberti¹⁸ acredita que o avanço de estudos que versam sobre o riso é fundamental para se pensar o mundo ocidental. Por meio da análise das teorias do riso da Antiguidade aos dias atuais, a autora situa a importância do riso e do risível na história do pensamento. Afirma que a história do pensamento se dedicou ao estudo de questões sérias que permeiam a realidade. Porém, acrescenta que é necessário revisitar a história do riso para compreender sua relação com o não sério, porque isso contribui para a compreensão do ser histórico. A esse respeito elucida:

Hoje é impossível uma significação do riso que não leve em conta a virada que transportou a verdade para o não-sério. Quando se trata de fazer ‘significar’ o riso (apreendê-lo enquanto objeto, defini-lo), é a verdade mais fundamental (inconsciente, criadora, regeneradora etc) do não-sério que está em causa: o riso é o que nos faz ver o mundo com outros olhos, o que nos aproxima da totalidade do Dasein, o que permite ultrapassar os limites do pensamento sério. Isso, no que diz respeito ao conceito ao mesmo tempo histórico e filosófico.¹⁹

Além de ele ultrapassar os limites do sério, a historiadora argumenta ainda que, o riso do não-sério se caracteriza pela obscenidade, agressividade e deformidades. Assim, revela tendências fundamentais de nossa vida psíquica e a passagem do mundo estável para um instável, reconhecendo o caráter enganador da estabilidade. Valendo-se da surpresa, frustração da expectativa do sério, pela subtaneidade, pela brevidade, pelo contrário da lógica e da verdade, além do desvio da ordem, o não sério pode ganhar lugar de verdade e sua análise passa a ser necessária.²⁰

¹⁷ Os Simpsons é a série de desenho animado que está a mais tempo no horário nobre. Favorece esse sucesso o fato de Os Simpsons ter seu nome na calçada da fama desde 14 de Janeiro de 2000, e ser vencedor de diversos prêmios da televisão americana, os quais, segundo a FOX, são os seguintes: 1 Prêmio Peabody; 17 Prêmios Emmy; 12 Prêmios Annie; 3 Prêmios Genesis; 7 International Monitor Awards; 4 Environmental Media Awards. Ver em: <<http://thesimpsons.com.br/informacao/historia/>>. Acesso em: 25 de fev. de 2011.

¹⁸ ALBERTI, Verena. O riso no pensamento do século XX. In: *O riso e o risível na história do pensamento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2002. p. 11-37.

¹⁹ Ibidem. p. 200.

²⁰ Idem.

Alberti cita Umberto Eco, esclarecendo que “*o pensamento contemporâneo tem de se livrar da dominação do sério que caracterizava a Idade Média*” e faz menção à frase do personagem Jorge, o cego do romance “O nome da Rosa”, quando afirmou que: “*Quem ri não acredita naquilo [de] que está rindo, mas tampouco o odeia*”. Mais do que o estudo do riso, ressalta que é importante a atenção aos estudos da linguagem e dos signos que provocam o riso, pois é neste ponto que atingimos o homem e a sociedade.

Em *Os Simpsons*, a premissa da exposição da desordem, obscenidade, agressividade e das deformidades apresentam o não-sério que fundamenta a animação da série. Em alguns episódios simpsonianos, o “riso trágico” ou o “riso em relação à violência” é marcante. Entre o trágico e o não-sério constrói-se parte da ambiência risível que estas produções podem proporcionar. Além disso, as figuras risíveis de Brasil e dos brasileiros, expressas pelo desenho são abstraídas e rebatidas de formas diferentes pelos “receptores”. O “jogo das relações políticas”, neste entremeio, instaura-se, justificando nossa análise.

Hannah Arendt, em *A condição humana*, afirma que os cidadãos gregos pertenciam a duas ordens de existência fundamentadas no que é seu (*idion*) e no que é comunal (*koinon*). Com isso, ela acreditava que ser político nas cidades estado gregas significava tudo que se dizia por palavras e por persuasão em detrimento da violência. Nesse sentido, ela já indicava a inseparável união entre retórica, comunicação e política. Sob esse viés, Arendt afirma ainda que o público é “*o que pode ser visto por todos*”, ou que tenha maior visibilidade possível, ressaltando, assim, ainda mais, a importância da comunicação para os embates políticos gregos²¹.

Pensando na atualidade da perspectiva arendtiana, percebemos que os meios de comunicação de massa, sobretudo a televisão, passam a ser de vital importância para compreendermos os embates políticos que circundam o cotidiano político do Brasil. Mesmo enfocando a democracia grega, ao considerarmos a retórica como alicerce para o ser político e o público, como aquilo que pode ser visto por todos, conforme foi sugerido em vários episódios de *Os Simpsons*, sabemos que é a televisão, pública ou privada, o meio de comunicação que, nas últimas décadas, passou a ser a base dos discursos e das propagandas persuasivas dos políticos, exatamente pelo fato de potencializar a maior visibilidade possível. Assim, a televisão tornou-se componente

²¹ ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

fundamental das disputas políticas contemporâneas do ocidente, o que inclui, evidentemente, o Brasil.

Sobre o sentido do conceito político de publicidade na história e a importância da televisão na América Latina, Jesus Martín-Barbero, em diálogo com Hannah Arendt e Richard Sennet, enfatiza o caráter público, como aquele em que se difunde e se anuncia a maioria aos moldes da ágora grega. Nesse sentido torna-se fundamental discutir as mediações das imagens.

Pois a centralidade que o discurso das imagens ocupa (dos muros à televisão, passando pelas mil formas de pôsteres, cartazes, grafitagens, etc.), quase sempre vem associada (ou simplesmente reduzida) a um mal inevitável, uma doença incurável da política contemporânea, um vício proveniente da decadente democracia americana, ou uma concessão a barbárie destes tempos, que cobrem com imagens a sua falta de idéias. E não é que não exista um pouco de tudo isso no uso que a sociedade atual e a política fazem das imagens, mas o que é preciso compreender vai um pouco além da denúncia, vai até aquilo que a mediação das imagens produz socialmente, que é a única maneira de poder intervir nesse processo.²²

Portanto a construção visual do social, passa pelas imagens produzidas com suas mediações. Para se exercer a política, é necessário tornar-se visível numa trama dos imaginários em disputa. Por isso mesmo, optamos, aqui, pelo estudo das mediações via recepção, e, mesmo tentando estabelecer uma noção de simpsonização (primeiro capítulo), buscamos apresentar as imagens produzidas sobre o Brasil e os brasileiros (segundo e terceiro capítulos), para discutirmos as representações identitárias que se (re)constrõem ativamente no Brasil, via comunidades de discursos construídas a partir de características provenientes do desenho *Os Simpsons*. Para além da denúncia, intentamos perceber como as mediações das imagens são produzidas socialmente e que implicações tais construções imagéticas podem trazer para políticos, celebridades, empresas, cidadãos e o próprio Brasil.

Em *Os Simpsons*, todos os episódios têm, em seu início, a família reunida em frente à televisão; além disso, tradicionalmente, o desenho trata, de forma satírica, questões marcantes para a realidade internacional. Tendo em vista que, a partir de 1989, a tendência com o desenvolvimento vertiginoso dos equipamentos de vídeo e

²² MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: Friedrich-Elbert-Stiftung, 2002. p. 51.

computação gerou uma fusão dos aparelhos de som e imagem, além de uma maior acessibilidade aos meios de comunicação e, principalmente, aos computadores caseiros e à televisão, deparamo-nos, de forma similar, com a situação projetada pelo *Os Simpsons* no início dos desenhos. A família Simpson senta-se em frente à televisão, que pode suscitar, ao mesmo tempo, estados de passividade ou sentimentos incômodos e novos questionamentos, reações estas que apenas os viventes do fim do século XX e início do XXI podem explicitar. A respeito desta realidade, Rodrigo Duarte expõe:

Atualmente – num desenvolvimento vertiginoso, com rápida obsolescência dos equipamentos e softwares –, técnicas avançadas de compressão de vídeo e transmissão via fibra ótica permitem o envio ao microcomputador, conectado à Internet, de programas inteiros, tais como filmes, eventos esportivos, shows, etc., numa concorrência direta aos meios convencionais de som e imagem, que pode ser interpretada também como tendência à fusão desses meios em um futuro não muito remoto. Índícios dessa fusão são, por exemplo, o fato de que as operadoras de TV a cabo oferecem hoje também serviço de acesso super-rápido a provedores de Internet de alta velocidade (como o Virtua, da operadora NET, que tem participação da Rede Globo) e que nos suportes de som e imagem como o DVD (Developed Video Disc) podem ser exibidos tanto em computadores que possuam o dispositivo (disk drive) adequados em televisores adequados ao DVD-player (aparelhos semelhante aos de reprodução de fitas de vídeo, em que se lêem os discos).²³

Diferentemente da história tradicional, o estudo desses “novos problemas” requer um diálogo da história com outros campos do conhecimento, o que se aplica à análise de produções audiovisuais. Mantendo o pressuposto metodológico de Marc Bloch, isto é, a preocupação com o presente para pensarmos o passado e, considerando o sucesso da série e de sua grande audiência em vários países por mais de vinte anos, torna-se necessário investigar sobre as pessoas que circundam estas produções, tanto do ponto de vista da produção quanto da recepção, sem perder de vista a questão de que o desenho *Os Simpsons* é produzido nos Estados Unidos, aspecto fundamental para discutirmos os interesses das indústrias culturais, associados à produção da obra e à sua recepção. Como bem assinala Martín-Barbero,

²³ DUARTE, Rodrigo. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 169.

abre-se, assim, o debate para um horizonte de problemas novos, em que o redefinido é tanto o sentido da cultura quanto o da política, onde a problemática da comunicação entra não somente a título temático e quantitativo – os enormes interesses econômicos que movem as empresas de comunicação – como também qualitativo: na redefinição da cultura a chave e a sua compreensão da natureza comunicativa, isto é, seu caráter de processo produtor de significações e não de mera circulação de informações e portanto, no qual o receptor não é o mero decodificador que o emissor colocou na mensagem, mas também um produtor.²⁴

Preocupado com o enfrentamento dos problemas globalizadores na América Latina, Jesus Martin-Barbero enfatiza a importância de estudos sobre a comunicação que se encontram no domínio de políticos ou de conglomerados empresariais, os quais buscam conduzir os rumos da cultura política por meio de investimentos em empresas de comunicação. Baseados na premissa da mediação e na realidade do receptor, enquanto produtor, faz-se achamos necessária uma pesquisa em jornais, revistas e na Internet, para detectarmos posicionamentos que estabeleçam um confronto sobre as imagens de Brasil projetadas em episódios dos *Simpsons*.

Considerando que as depreciações ao Brasil são temáticas frequentes em obras audiovisuais americanas e japonesas, um estudo acurado sobre produções de desenho animado torna-se imprescindível para vincularmos nossa atenção às reelaborações feitas por aqueles que passam a produzir novas imagens de Brasil, as quais marcam a reconstrução da nacionalidade na contemporaneidade. Com a perspectiva do receptor como “produtor”, investigaremos, principalmente, a área de relacionamentos do *Orkut*.

No primeiro capítulo, intitulado “Dos traços em papel à Internet: comunidade discursiva e características da linguagem simpsonizada” trabalharemos a construção da noção de simpsonização, para pensarmos e demarcarmos a construção de um recurso de linguagem que permite aos produtores manterem o sucesso da série. Por outro lado, e principalmente, os espectadores podem se valer de tal recurso comunicativo para criticarem autoridades, celebridades, o próprio desenho e fatos que marcam a realidade dos brasileiros. Assim, o intuito é apresentarmos o poderio

²⁴ MARTIN-BARBERO, Jesus. A comunicação no projeto de uma nova cultura política. In: *Comunicação na América Latina: desenvolvimento e crise*. José Marques de Melo (org). Campinas: Papirus, 1989. p. 86.

imagístico do desenho que se destacou nas últimas duas décadas no Brasil para, a partir da crítica, apresentar o que tal recurso propicia principalmente aos brasileiros, os quais via Internet, apropriam-se da linguagem simpsoniana para defenderem seus interesses e recriarem críticas que compõem as atitudes políticas desses receptores.

Na perspectiva de “outra produção”, do desvio, da desconfiança e da resistência que podem ser projetados a partir de novas construções realizadas pela recepção, o historiador Roger Chartier argumenta:

Definido como uma ‘outra produção’, o consumo cultural, por exemplo, a leitura de um texto, pode assim escapar à passividade que tradicionalmente lhe é atribuída. Ler, olhar ou escutar são, de fato, atitudes intelectuais que, longe de submeter o consumidor à onipotência da mensagem ideológica e/ou estética que supostamente o modela, autorizam na verdade reapropriação, desvio, desconfiança ou resistência. Essa constatação leva a repensar totalmente a relação entre o público designado como popular e os produtos historicamente diversos (livros e imagens, sermões e discursos, canções, romances-fotográficos ou programas de televisão) propostos para o seu consumo.²⁵

À reinterpretação, principalmente a partir do uso das técnicas de vigilância e de produções simbólicas de ideologias simpsonianas, será a tônica do segundo e mais especificamente do terceiro capítulo do texto. Buscaremos perceber a resistência, principalmente via Internet, de brasileiros que se sentem incomodados com as imagens projetadas sobre eles mesmos, a partir de referenciais extraídos do desenho *Os Simpsons*. A idéia é contrapor o produto de consumo ou programa de televisão simpsons, e capacidade de reapropriação da recepção, tendo como eixo norteador as representações de Brasil propostas pelos produtores da série animada, objetivo a ser atingido principalmente no segundo e terceiro capítulos.

No segundo capítulo, intitulado, “Os Simpsons no exterior: itinerários marcados por provocações, audiência e lucro”, enfatizaremos as viagens e as imagens que os produtores do desenho construíram sobre vários países do mundo, demonstrando como que tal recurso provocativo é uma das estratégias de vendagem da série animada. A partir de tal percepção aprofundaremos a análise sobre a relação de *Os Simpsons* com as imagens projetadas do Brasil, destacando o episódio “O feitiço de Lisa” e as

²⁵ CHARTIER, Roger. *À beira da falésia: a história entre incertezas e inquietude*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2002. p. 53.

repercussões da vinda da família Simpson ao Brasil. As influências do desenho no cotidiano dos brasileiros é tamanha que utilizaremos o que denominamos “simpsonização”, pressuposto apresentado no capítulo 1, marcado por reações expressas na Internet nas quais cidadãos brasileiros, identificados com o desenho, expressam suas ideias por meio da utilização de recursos simbólicos provenientes do desenho. Associando tais recursos ao poder político institucionalizado, direcionaremos, nossa atenção, no capítulo 3, para o personagem Homer que chegou a ser aclamado por inúmeros internautas como um possível presidente do Brasil, além de comparado a Willian Bonner, editor chefe do Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão e figura também influente nas relações políticas brasileiras.

Sob o título, “Recepção com (re)significação: diálogos ‘simpsonizados’ sobre a realidade política e social brasileira”, daremos uma atenção especial, no terceiro capítulo, à relação entre mídia televisiva e política no Brasil, apresentando as interferências produzidas a partir de críticas “simpsonizadas” propagadas principalmente via Internet. A hipótese é compreender os meios de comunicação alternativos do fim do século XX e início do XXI como um recurso, contribuindo para a reflexão e o debate políticos em um ambiente que, progressivamente, torna-se palco da democracia e das lutas por transformações na sociedade brasileira. Destarte, a particularidade da crítica simpsoniana é utilizada como instrumento de linguagem crítica dos tempos de Internet, que insere um público de faixas etárias diversas em um ambiente comunicativo específico, marcado pela política incorreta que caracteriza e permeia a série.

CAPÍTULO 1

1. Dos traços em papel à Internet: comunidade discursiva e características da linguagem simpsonizada.

1.1. A Simpsonização: Avatar cultural, político e narrativo

Quando triunfam os meios de comunicação o homem morre. (Umberto Eco)

As imagens associadas à oralidade serviram como instrumentos que durante séculos foram fundamentais para comunicação entre os povos, terreno propício para construção de discursos religiosos e ideológicos. Vinculada, por vezes, ao encantamento e à cura, a alteridade fascinante da imagística pode se encontrar esteticamente associada a disfarces do poder político e mercantil.

Pierre Ansart, ao versar sobre a eficácia do poder simbólico, esclarece que *“a ideologia é uma linguagem e, como qualquer sistema verbal, é um meio de comunicação entre todos aqueles que manejam o mesmo código”*. Tal definição refere-se, principalmente, a governos autoritários, porém nos faz refletir sobre a importância de se construir uma linguagem para o estabelecimento do poder político, necessidade que povoa diversas sociedades ou sociabilidades. O autor alerta ainda que tais linguagens buscam um ponto de encontro e sociabilidade para garantir um acordo com os indivíduos em pontos fixos e indivisíveis consolidados pelos símbolos.²⁶ Desse ponto de vista, pensar sobre um estilo de linguagem produzido a partir de um desenho torna-se caro à análise, visto que, no caso dos *Simpsons*, o sucesso mercadológico do desenho faz com que as caracterizações da série estejam vinculadas a diversos meios de comunicação, como a televisão e a internet. Assim, a auto caracterização de alguém como sendo um Simpson, pode funcionar como um canal de comunicação e entendimento entre pessoas. Nesse sentido, a construção e proliferação da linguagem simpsoniana devem ser analisadas, também, para além da ficção e do próprio desenho

²⁶ ANSART, Pierre. *Ideologias, conflitos e poder*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977. p. 213-214.

para o qual elas foram originalmente destinadas. Optar por se identificar como um Simpson, nas interlocuções propiciadas pelas redes sociais, via Internet pode ter significados que ultrapassam uma mera brincadeira. As ressignificações contribuem para instrumentalizar indivíduos a adotarem atitudes políticas e construir espaços e sociabilidades no mundo contemporâneo, seja em nível virtual seja em real. A esse respeito, Jesús Martin-Barbero destaca que:

Diante de toda esta longa e pesada carga de suspeitas e desqualificações é que abre caminho um novo olhar que, por um lado, des-cobre a invergadura atual das hibridações entre a visualidade e tecnicidade e, por outro, resgata as imagísticas como lugar de uma estratégica batalha cultural.²⁷

Devido às “hibridações entre a visualidade e a tecnicidade” é que optamos pelo estudo da simpsonização, esta entendida como um recurso imagístico de linguagem que poderá elucidar parte da batalha cultural que marca os vinte e um anos em que o desenho mantém-se no ar. Assim, a proposta é buscar uma definição do “verbo” simpsonizar, para tentarmos compreender a relação entre *Os Simpsons* e as reconstruções de imagens produzidas pelos brasileiros, principalmente por meio da Internet, nas últimas duas décadas.

Inicialmente, Simpsonização é um termo utilizado na internet que se refere a um sítio em que o internauta pode “se transformar em um Simpson”. Para tanto, o indivíduo escolhe uma foto em que apareça seu rosto de frente. Em seguida, faz um *upload* da sua imagem no *site* e clica “Simpsonize-me”. Para ganhar um tom de realismo na transformação é possível ajustar o estilo de cabelo e a aparência facial. A palavra, portanto em sua origem caracteriza-se como um recurso de linguagem imagística, associado ao desenho *Os Simpsons* que, por meio da internet, via programação de software, possibilita a transformação da imagem de um indivíduo qualquer em um Simpson. Esta mutação contribui decisivamente para a aproximação da imagem do homem comum, munido da tecnicidade dos computadores caseiros e um mínimo de conhecimento em informática, ao mundo de Springfield, cidade imaginária simpsoniana. Imagem humana (foto) e produção audiovisual aproximam-se. Tal situação despertou nossa curiosidade e ganhou novos contornos no percurso das

²⁷ MARTIN-BARBERO, Jesus. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac São Paulo, 2004. P. 16.

investigações sobre as imagens do Brasil e brasileiros feitas a partir do desenho animado americano. Observemos abaixo a máquina de simpsonizar que propagou essa terminologia pela Internet:



Figura 1: Simpsonize

Fonte: Disponível em:

<http://www.bannerblog.com.au/news/2007/07/simpsonize_me_yellow_fever.php>.

Acesso em: 02 de ago. 2010.

Barthes (2002), aos estudar a fotografia e os usos da mensagem fotográfica, destaca que a foto tem um estilo, argumentando que assim ela deixa de ser apenas transparência do real e passa a prestar serviço às mitologias contemporâneas.²⁸ No caso em questão, a foto pessoal é cercada de uma ambiência de construção da mensagem representada por uma máquina que transforma a imagem humana em um Simpson. Simpsonizado o internauta pode utilizar a imagem de acordo com seus interesses, ou seja, mesmo cercado por instrumentais dos donos do capital que investem no desenho, o indivíduo não perde sua identidade, sua atividade e capacidade de ser o sujeito

²⁸ BARTHES, Roland. A mensagem fotográfica. In: *Teoria da Cultura de Massa*. Luiz Costa Lima. São Paulo: 2000.

construtor da imagem. Cabe lembrar que as características particulares apresentadas na foto são mantidas e, assim, a construção se torna única, mesmo cercada pelos mecanismos de simpsonização. Dito de outra forma, o poder criativo e construtivo soma-se às particularidades da imagem presentes na fotografia. Por mais que se transforme em Simpson, o internauta o faz na condição de sujeito e pode usar sua “nova imagem simpsonizada” de acordo com seus interesses, seja para criar um blog, ironizar um amigo, ridicularizar uma situação, entre outras possibilidades. Acerca da postura do receptor em relação ao apocalíptico, dominador das construções do *mass media*, Umberto Eco enfatiza:

Ninguém controla o modo como o destinatário usa a mensagem – salvo em raros casos. Nesse sentido, ainda que tenhamos deslocado o problema, ainda que tenhamos dito ‘o mídia não é a mensagem’ mas ‘a mensagem depende do código’, não resolvemos o problema na era das comunicações.²⁹

Outra maneira de se criar uma personagem simpsoniana, ou personificar a imagem como um Simpson é por meio da página oficial, “*The Simpsons Movie*”. Nesta, ao invés do rosto, o interessado constrói a personagem inteira, optando pelo perfil físico, roupas e demais acessórios, conforme mostra a seguir a página citada:

²⁹ ECO, Umberto. *Guerrilha Semiológica*. In: *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Umberto Eco. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. p. 172.



Figura 2: Avatar dos Simpsons

Fonte: Disponível em: <<http://www.simpsonsmovie.com/>>. Acesso em: 02 de ago. 2010.

Além da opção “Crie o seu Avatar dos Simpsons” que caracteriza este modelo de simpsonização, a pessoa que adentra o *site* pode passear por Springfield e participar de jogos. Os recursos técnicos de caracterização da personagem passam a servir ao indivíduo que o contrói. Entretanto, a criação está condicionada ao “*The Simpsons Movie*”, veículo de propaganda do desenho animado. Ou seja, ao mesmo tempo em que o indivíduo tem a capacidade criativa de se simpsonizar, ele encontra-se envolvido por uma ambiência construída para seduzi-lo, por meio da interatividade com a linguagem simpsoniana que, de uma maneira mais ampla, associamos ao que denominamos “simpsonização”.

Segundo Vigotsky, citado por Pierre Levy, tudo que é criado pelo ser humano diz respeito à sua capacidade de transformar e ser transformado, conforme a relação do homem com as tecnologias de sua época. A linguagem e os símbolos serviram como instrumentos mediadores da relação do homem com a realidade. Nessa direção, a Internet cumpre um papel fundamental, já que esta tecnologia pode incrementar a capacidade imaginativa do usuário que pode, mais facilmente, acessar conhecimento. Entretanto, o manuseio do computador pode não aguçar os sentidos, paralisando o corpo em ações mecânicas. Entendendo que o termo “avatar” remete a uma manifestação corporal de um ser imortal ou divindade, o recurso do avatar em Internet, passou a significar personificação e geralmente marca a transformação de um

indivíduo que adentra o ciberespaço e o hipertexto de um jogo ou entretenimento virtual. Sobre a virtualização, Pierre Levy esclarece:

Virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez, de *virtus*, força, potência. Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato. O virtual tende a atualizar-se, sem ter passado, no entanto à concretização efetiva ou formal. A árvore está virtualmente presente na semente. Em termos rigorosamente filosóficos, o virtual não se opõe ao real, mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes.³⁰

Entendido enquanto potência de capacidade transformadora que convive com o real, os espaços virtuais na contemporaneidade passam a ocupar um lugar importante no cotidiano de inúmeras pessoas. É neste mundo virtual e interativo que a linguagem simpsonizada encontra lugar de atuação.

Ao transformar-se em um avatar do Simpson, o sujeito adentra a cibercultura simpsoniana. A transformação é claramente controlada pelo limite de dispositivos físicos e *softwares* que permitem o manejo do indivíduo para a construção de sua personificação de Simpson. Esses dispositivos de interação colocam em questão a limitação do indivíduo enquanto componente do ciberespaço que adentrou. Porém, a imagem criada é liberada ao sujeito que poderá utilizá-la da maneira que desejar. Para Virgílio, o espaço da cibercultura está se transformando de um sistema de audiência eletrônica e sociabilidade estática para um lugar marcado pela interlocução que encontra trânsito permanente devido aos interesses de seus partícipes. Nessa direção, enfatiza que tais interlocuções podem possibilitar alterações nas estruturas industriais capitalistas gerando, por exemplo, o fechamento de empresas, desemprego, e, conseqüentemente, o trabalho autônomo, ou informal³¹. Essa perspectiva, é importante para a nossa pesquisa, na medida em que alterações podem ser provocadas, principalmente pelos usos das construções dos avatares simpsonianos, foco central de nossa análise. Porém, Pierre Levy alerta que o ciberespaço considerado como um hipertexto planetário – imenso magma informacional mutante, complexo, auto-organizado e espalhando-se na forma de um rizoma universal –, é um dispositivo global

³⁰ LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996. p. 15.

³¹ VIRGILIO, Paul. *O espaço crítico as perspectivas do tempo real*. Rio de Janeiro: Editora 34. 1993. p. 119.

de representação que metaforiza o processo de comunicação no qual está inserido. Considera que cada indivíduo, ao se inserir com sua representação ficcional ele, estará apenas compondo parte do hipertexto.³² Pensado dessa maneira, o simpsonizado estaria preso aos interesses das empresas produtoras do desenho e de seus veículos comunicacionais. Levamos em conta esta realidade, proposta há muito por Pierre Levy, mas reiteramos que as imagens simpsonizadas, ativadas pelas opções particulares de seus usos, possibilitam ações e reações que alteram as relações sociais, conforme alertado por Virgílio. Neste contexto, o privilégio do internauta é que ele pode utilizar o recurso da simpsonização para conquistar seus interesses. Além disso, a recepção e as novas interpretações, por vezes, podem fugir ao controle de seus proponentes, apresentando um poderio para as imagens que são marcadas pelo descontrole daquele que a projetou e a criou. Assim, o termo o “avatar dos simpsons” poderá estar desprendido do controle de seus criadores, fato que legitima a ação em um mundo onde a fuga da comunicação via Internet e a participação dos sujeitos em *softwares* torna-se vertiginosamente mais intensa e regular.

Conforme Stephen Webb, vivemos em um mundo marcado pelo avatar cultura, no qual narrativas e identidades são forjadas a partir do mundo virtual. Tendo como referência os escritos de Raymond Williams, Webb argumenta que os avatares têm a capacidade de unir as pessoas e depois dispersá-las e afirma, ainda, que tais mundos virtuais alteram a vida das pessoas, proporcionando mudanças nas identidades sociais. Esclarece que, mesmo cercado por uma estrutura virtual caracterizada por gênero ou sexualidade, a avatar cultura caracteriza-se por conflitos, tensões e debates que marcam a nova realidade o fim do século XX e início do XXI³³. A perspectiva do autor é cara não só à nossa análise do corpus selecionado, mas também à nossa opção pelo estudo dos Simpsons, visto que o desenho ganha projeção no mesmo período em que a avatar cultura avança pelo mundo globalizado.

Martín-Barbero também destaca a importância de se trabalharem os avatares culturais políticos e narrativos do audiovisual, especialmente os da televisão. Para tanto, destaca que alguns movimentos são fundamentais para justificar e compreender seus estudos sobre os exercícios do ver. O primeiro refere-se à hegemonia audiovisual que

³² LÉVY, Pierre. *L'hypertexte, instrument et métaphore de la communication*. Réseaux, Paris, n°46-47, CENT, p. 61-67. 1991.

³³ WEBB, Stephen. *Avatar cultura: o poder da narrativa e identidade em ambientes do mundo virtual*. Disponível em: <http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/avatar-culture-narrative-power-and-identity-in-virtual-world-environments/id/45873454.html>. Acesso em: abr. 2011.

está des-localizando o ofício dos intelectuais e introduzindo, no mundo da cultura ocidental, uma des-ordem nas autoridades e hierarquias, que parece fruto de uma decadência incoercível. Os intelectuais frisam que na América Latina, esta hegemonia põe a descoberto as contradições de uma *modernidade outra*, à qual tem acesso a maioria, sem abandonar a cultura oral, mesclando-a com a imagística da visualidade eletrônica.

O segundo movimento atém-se ao fato de que a mídia de massa televisiva indica uma crise de representação e de transformações que estão atravessando a identidade da mídia. Isso se deve, principalmente, às rupturas vividas pelo espaço audiovisual em seus ofícios e suas alianças, suas estruturas de propriedade e gestão e nas diversas reconfigurações dos discursos televisivos. É nesse contexto que se destacam as mediações da teatralidade política e das sensibilidades, marcadas pela criação de um espaço de simulação e reconhecimento social, do fazer socialmente visível, tanto da corrupção, como da fiscalização e da denúncia. Os dolorosos avatares da guerra confrontam-se com os das lutas pela paz.

O terceiro movimento é o das narrativas televisivas que encarnam a inextrincável conexão entre as memórias e os imaginários, um tipo de desenho geográfico sentimental que, a partir do “falecimento do bolero e do tango”, reencarnou-se na radionovela, no melodrama cinematográfico e na telenovela. Assim as produções audiovisuais latino-americanas, por vezes, privam pela rememoração de um imaginário sentimentalismo marcado pelo sentimentalismo e por atributos que particularizam a respectiva nação de onde é produzida a obra audiovisual.

A “criação de um avatar dos simpsons” explicita a hegemonia audiovisual, pois, ao adentrar o mundo simpsoniano, o desafio, as hierarquias e autoridades compõem, para além da imagem, características do desenho animado em estudo. O ideal identitário também faz-se presente, visto que, o desejo do internauta de ingressar na ambiência das imagens e da sociedade de Springfield, já aponta para uma transformação que o coloca diante de uma nova identidade midiática simpsonizada. Imbuído da linguagem amarelada, o indivíduo adentra um espaço de simulação e reconhecimento social com aqueles que se propõem a obter esse reconhecimento, podendo, inclusive, estabelecer com tais indivíduos outros diálogos e outras sociabilidades que são suscitados a partir da curiosidade, do gosto, ou mesmo da antipatia, gerados a partir do desenho. Apesar de terem formato e enredo diferentes dos das telenovelas, *Os Simpsons* apelam para a lógica social da família. Utilizando uma tradicional opção da família

como simulacro social, o melodrama da vida é apresentado no desenho como forma de gerar audiência e associar os problemas cotidianos da família ficcional Simpson com os dos telespectadores, ou internautas, que utilizam as imagens amareladas simpsonianas.

Brincar com as nuances da realidade e da ficção é um dos motivos, também, da criação da Disneylândia. Em relação a essas assertivas, Umberto Eco elucida a técnica “áudio-animatrônica”, base de um dos maiores sonhos de Walt Disney: reconstruir um mundo de fantasia mais verdadeiro do que real, realizar não o filme que é ilusão, mas o teatro total. O uso de animais antropomorfizados seria substituído por

seres humanos. “*A Disneylândia nos diz que a técnica pode nos dar mais realidade que a natureza*”³⁴. O sentir e pensar, permeado por sensações motivadas pela realidade ficcional proporcionada pela Disneylândia colocam o indivíduo diante de uma construção simbólica que representa a quintessência da ideologia consumista do século XX. No caso d*Os Simpsons*, diferentemente da utilização da imaginação dos contos de fada e das magias, os animais antropomorfizados são substituídos por figuras caricaturadas que se aproximam da realidade por meio das dificuldades cotidianas vividas pela família. O fascínio imaginário é regrado por vícios e dificuldades cotidianas que procuram aproximar o espectador da criação, através dos recursos de comunicação virtual. Na simpsonização proposta pelo site “*The Simpsons Movie*”, o indivíduo é convidado a entrar no ambiente virtual da cidade de Springfield, além de poder construir sua figura simpsonizada. Porém, não é esta realidade, sobretudo, que impedirá o indivíduo de utilizar os recursos e as características existentes no ato de simpsonizar. Com os novos recursos técnicos e a criatividade dos receptores, é possível utilizar características presentes no desenho *Os Simpsons* para justificar reconstruções contempladoras ou provocadoras.

Conforme já esclarecido, simpsonizar é transformar um indivíduo em Simpson. Isto pode ocorrer pelo ponto de vista da imagem, ou mesmo da criação de um desenho com movimento. Assim, é possível perceber que, de um termo utilizado pela Internet para que a pessoa se transforme em Simpson, ou crie uma personagem, a palavra simpsonização passou a identificar, também, um recurso de linguagem imagética que se difundiu nos últimos anos em escala global. O uso de modernas

³⁴ ECO, Umberto. *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. p. 56.

técnicas de comunicação e publicidade, pela FOX e por outras empresas do entretenimento americano, possibilitou o surgimento de construções amarelas de Matt Groening que passaram das telas da TV às do computador, recriando novas imagens. A dimensão da propagação ampliou-se consideravelmente, devido à exploração mercantil vinculada à criação de brinquedos, propagandas de festas, imagens em roupas e mesmo comportamentos que se inspiram na família Simpson.

Ainda no que se refere ao aspecto físico e identitário do ato de simpsonizar, no Orkut, e nos demais sítios de relacionamento virtuais, inúmeras pessoas substituem suas fotos por imagens dOs *Simpsons*, ou participam das diversas comunidades cujo veículo primeiro de expressão parte de construções simpsonianas. As frases e o comportamento dos personagens são geralmente apropriados pelos internautas e por suas criações simpsonizadas e chegam a gerar polêmicas, como a do caso em que Willian Bonner define o telespectador do Jornal Nacional como Homer Simpson.

Na articulação de voz, imagem e movimento são criados e propagados, no Youtube, recriações em forma de desenho que procuram (re)criar personagens para ironizar situações e personalidades políticas que possuem destaque nas mídias. Dessa maneira, ao ter uma atitude simpsonizada, os aficcionados do desenho podem estar demonstrando não apenas manipulação e subserviência, mas, também, reações contra práticas de dominação e alienação. Ou seja, as terminologias, discursos e imagens podem ser usados para provocar reações e transformar realidades. A linguagem da computação gráfica, mais popularizada e facilitada via computador pessoal, é uma tendência constante no século XXI. Nesse contexto, as simpsonizações ganham curso e servem de instrumental para retratar personalidades políticas e celebridades conforme exhibe a figura abaixo:



Figura 3: A Simponização dos ilustres... Serra, Lula, Xuxa, Jô, Camila Pitanga, Dunga, Robinho e a dupla trash Sandy e Júnior

Fonte: Disponível em: <<http://barbarieavante.blogspot.com/2007/08/simpsonizacao-dos-ilustres.html>>.
Acesso em: abr. 2011.

A congruência entre as estruturas técnicas, financeiras e estéticas da simpsonização (empresas de comunicação, sites, desenhos, cor amarela, cidade de Springfield, família nuclear e os “ensinamentos” da televisão), passando pela violência, pela hiper-ironia e a política incorreta dOs *Simpsons*, compõe características da simpsonização fundamentais para a compreensão de sua utilização, inclusive quando utilizadas por brasileiros para produzirem representações sobre o seu próprio país e sua realidade.

Nesse sentido, os instrumentais e características que compõem a criação da simpsonização, ajudam a compreender a relação entre o uso desse recurso de linguagem e as imagens construídas sobre o Brasil. Aqui, cabe ressaltar que as iniciativas para firmar as características dOs *Simpsons* e da simpsonização, não podem ser compreendidas como meros atos de exaltação do desenho por parte de fanáticos apreciadores. As imagens do Brasil, construídas pelos próprios brasileiros, em um plano macro, podem indicar submissão a uma dominação cultural estrangeira, mas, podem

significar, também, insatisfação em relação a condutas de personalidades nacionais, suscitando incômodos àqueles que são alvo de tais representações.

Considerando que nesses processos comunicativos a decodificação das mensagens se dá não apenas de acordo com o que foi concebido pelos criadores do desenho, mas, também, em função das atitudes, expectativas e ressignificações processadas pela comunidade receptora, discutir as características constitutivas da linguagem simpsonizada é um recurso necessário para melhor compreendê-la. É o que pretendemos fazer na seção e subseções seguintes.

1.2. Cor, estilo, veículos e temas: ingredientes para uma receita de sucesso.

1.2.1. A natureza da cor amarela em Springfied

Considerando a experiência do próprio homem como uma das fontes mais seguras para investigar a natureza dos fenômenos audiovisuais, Eisenstein, focado na análise das cores e dos sentidos em filmes, indaga: “*Talvez haja algo de sinistro na natureza da cor amarela?*”³⁵ Continuando, ressalta que, em muitas obras de arte de várias culturas, a cor amarela representa inveja, pecado, perfídia, traição, ciúme e adultério. Ampliando suas explanações, o mesmo autor ensina como a tradição cristã se relacionava com a cor amarela.

Judas foi pintado com roupas amarelas e em alguns países os judeus foram obrigados a se vestir de amarelo. Na França no século XVI, as portas dos traidores e delinqüentes eram criadas em amarelo. Na Espanha, os heréticos que se retratavam eram obrigados a usar uma cruz amarela como penitência e a Inquisição exigia que eles aparecessem em autos de fé públicos em roupas de penitência e carregando uma vela amarela.³⁶

³⁵ EISENSTEIN, Sergei. *O Sentido do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002. p. 84.

³⁶ EISENSTEIN, Sergei. *O Sentido do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002. p. 85.

Apesar de Picasso ter utilizado o amarelo em um sol, e Van Gogh em uma estrela, além de outras representações positivas de amarelo citadas pelo autor, é significativo que, na maioria das vezes, o amarelo, principalmente vinculado à tradição cristã, seja destacado como algo que remete a sensações estranhas ou ruins. No século XIX, o poeta americano Walt Whitman, adorador da cor amarela, apresentou-a como representação da natureza, de relações de trabalho e, finalmente, de homens feridos ou velhos. Considerando que a obra “O sentido do filme”, de Sergei Eiseinstein, é reconhecida pelos estudiosos de cinema como uma referência importante e Walt Whitman é, igualmente, admirado como poeta americano, vislumbra-se a possibilidade de uma influência direta desses sobre os criadores dos *Simpsons*, os quais optam pelo amarelo para colorir o corpo das pessoas representadas no desenho. Mesmo se desconsiderarmos essa hipótese, é importante situar que a sociedade e a família amarelada criada por Matt Groening combinam traços que aproximam a criação do autor com a história do amarelo, principalmente em seus significados pejorativos e contrastantes. A estranheza da cor e da forma dos personagens sugere a sátira e a crítica que são marcantes no desenho. A representação da sociedade amarela de Springfield e da família Simpson procura escancarar problemas cotidianos vividos, de fato, por um grande número de pessoas nos Estados Unidos, questão que sugere similitudes com a maneira de viver de pessoas de outras partes do mundo.

Desde o Concílio de Latrão IV (1215), os judeus foram obrigados a levar uma rodela amarela costurada à roupa. O amarelo em inúmeros casos e civilizações foi utilizado como perversão das virtudes da fé, da inteligência e da vida eterna. Em tradições orientais, como a chinesa por exemplo, na qual, nos teatros de Pequim, os atores se maquiavam de amarelo para indicar crueldade, a dissimulação, cinismo. Entretanto, segundo Jean Chevalier, o amarelo é caracterizado pela ambivalência, podendo indicar, também, ouro, riqueza e poder, associados, por vezes, à divindade. Considerando-a a mais divina e terrestre das cores, este autor explica ainda que:

Intenso, violento, agudo até a estridência, ou amplo e cegante como um fluxo de metal em fusão, o amarelo é a mais quente, a mais expansiva, a mais ardente das cores, difícil de atenuar e que extravasa sempre dos limites em que o artista desejou encerrá-la.³⁷

³⁷ CHAVALIER, Jean. *Dicionário de símbolos: (mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores e números)*. 24ª. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

Esta característica ilimitada do amarelo marcou produções de desenhos nos Estados Unidos. Por muitos anos, os americanos, vangloriaram-se de serem os precursores da história em quadrinhos, visto que no século XX, grandes investidores nas produções animadas fomentavam a idéia de que a origem dos quadrinhos havia se dado naquele país. Além disso, o suposto “quadrinho original” era *Yellow Kid*³⁸ e a cor amarela passava a marcar a história das produções animadas americanas. Acerca da importância desta cor para os historiadores da História em Quadrinhos, é conveniente assinalar que:

(...) em princípios de 1895, os problemas de impressão em cores já tinham sido resolvidos, de outro, o amarelo não secava bem e teimava em deixar manchas. O sucesso só aconteceu depois acidentalmente. Naquele domingo, uma mancha de puro, vivo amarelo atraiu os olhares de todo o mundo para o cartum de Outcault. O Yellow Kid tinha nascido! ‘e com ele o comic strip, a mais autêntica forma de arte americana, que agora é lida por mais de 200 milhões de pessoas todos os dias, cerca de 7 bilhões por ano, tornando o quadrinhista o profissional gráfico mais amplamente lido e visto no mundo...’ e, nos Estados Unidos, o mais bem pago.³⁹

A cor amarela passou a marcar a história dos quadrinhos nos Estados Unidos, independentemente das posteriores contestações, ou da construção do que Bloch chamaria de mito da origem. Percebemos o poder de atração visual do amarelo para a caracterização de personagens e a valorização do “*comic strip*” e dos produtores, principalmente nos Estados Unidos, pois, “*o amarelo atraiu os olhares de todo o mundo para o cartum de Outcault*”⁴⁰. *O Yellow Kid tinha nascido!*.”⁴¹ Apesar de Antônio Luís

³⁸ *The Yellow Kid* ou “O Garoto Amarelo” era o nome mais conhecido de Mickey Dugan, personagem principal de Hogan’s Alley, provavelmente a primeira tira em quadrinhos do mundo e uma das primeiras a serem impressas a cores. Ela era desenhada por Richard Felton Outcault e apareceu pela primeira vez, de maneira esporádica na revista chamada Truth, entre 1894 a 1895. Para maiores informações acessar: <<http://www.tvsinopse.kinghost.net/art/y/yellow-kid.htm>>. Acesso em: 11 de abr. de 2011.

³⁹ CAGNIN, Antônio Luís. Yellow Kid, o moleque que não era amarelo. *Comunicação & Educação*. São Paulo, set/dez. 1996. p. 28.

⁴⁰ Richard Felton Outcault (Lancaster, Ohio, 14 de Janeiro de 1863 - Flushing, Nova York, 25 de Setembro de 1928), autor e ilustrador de tiras de quadrinhos norte-americano. Outcault começou sua carreira como desenhista técnico de Thomas Edison, e como arte-finalista de humorísticos nas revistas *Judge* e *Life*. Ele logo juntaria-se à *New York World*, que passou a usar as tiras de Outcault para um suplemento em cores experimental que usava um único cartum em um painel na capa chamado “Hogan’s Alley”, que estreou em 5 de maio de 1895. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Richard_Felton_Outcault>. Acesso em: abr. 2011.

Gagnin enfatizar que a escolha do amarelo foi ocasional, o sucesso do mesmo nos suprimentos dominicais marcou os eventos que se proliferaram pelos Estados Unidos comemorando o “nascimento das Histórias em Quadrinhos”. A respeito do “moleque amarelo”, sua caracterização, também nos lembra *Os Simpsons*, conforme é possível perceber na citação abaixo:

Personagens, os moleques de rua, um menino cabeçudo, uns sete anos, de grandes orelhas de abano, banguela, feições orientais, um sorriso malandro a correr-lhe os lábios, mas que de início mal foi notado.⁴²

A caracterização do moleque, mesmo sem as cores amarelas que dariam a ele destaque e originalidade, lembra a figura do Bart Simpson em sua malandragem, sorriso fácil e peripécias, em que pese sua pouca idade.

Outcault graduou-se em McMicken⁴³ - Faculdade de Artes e Ciências Humanas -, estudou arte em Paris e tinha pendor para o desenho humorístico. Em um de seus primeiros trabalhos, criou o *Down in Hogan's Alley*, título adaptado da abertura da canção *Maggie Murphy's Home*. O nome Maggie (nos *Simpsons*, a bebê) pode significar mera coincidência, entretanto, dificilmente, a natureza amarelada da histórica dos cartuns e quadrinhos americanos não tenha influenciado os rabiscos de Groening.

Antônio Luís Cagnin esclarece que *Yellow Kid* surgiu na passagem do século XIX para o XX, quando a sociedade americana passava por muitas mudanças como: a grande guerra contra monopólios e trustes; a ascensão da classe dos *nouveau riches* e da plutocracia ianque; Roosevelt e a grande imprensa; a explosão tecnológica; as maravilhas do telefone a manivela, da luz elétrica e da máquina falante com seu frágil cilindro de cera, e os carros sem cavalos, abrindo caminho para os automóveis. O autor destaca, ainda, o enorme fluxo de imigrantes para os Estados Unidos, cujos sotaques, geralmente, eram a preferência de temática dos comediantes. Em meio a esse guizado cultural e histórico da sociedade americana, surgiu o *Yellow Kid*, apresentando-se como um moleque popular, cercado de problemas sociais. O deboche mostrado na própria forma caricaturada do moleque ganhou um grande poder de atratividade com o uso do amarelo, que passou a compor o nome do quadrinho, “O menino amarelo”,

⁴¹ CAGNIN, Antônio Luís. *Yellow Kid, o moleque que não era amarelo. Comunicação & Educação*. São Paulo. set/dez. 1996. p. 28.

⁴² Ibidem. p. 27.

⁴³ College of Arts & Sciences- é uma faculdade de artes e ciências humanas da Universidade de Cincinnati, Ohio, Estados Unidos.

denominação que poderia ser atribuída também a Bart Simpson, e representava as problemáticas vividas pela sociedade americana. A deformação e, principalmente, o olhar oriental de *Yellow Kid*, revelavam, irônica e satiricamente, os problemas decorrentes da chegada, em massa, de imigrantes aos Estados Unidos na época. Assim, este personagem marcante da história em quadrinhos e dos cartuns deu suporte histórico para a criação de *Os Simpsons*, que ocorreu próxima à comemoração do centenário de *Yellow Kid*.

Comparando os dois desenhos, em *Os Simpsons*, também, são explicitados problemas de uma família americana, como o moleque amarelo, Bart Simpson, inicialmente, criado para ser o personagem principal. Em *Yellow Kid*, a exemplo de em *Os Simpsons*, a problemática dos imigrantes é constantemente retratada nos episódios, e o contexto histórico da transição entre os séculos, neste caso do XX para o XXI, também é importante para pensarmos a natureza amarelada da composição dos personagens simpsonianos e da simpsonização.

As origens amareladas da representação de cidade que caracterizam Springfield, também parecem estabelecer diálogo com a história de *Yellow Kid*. Após o sucesso do quadrinho, ele ganhou as páginas do jornal New York World, em 1895, descrevendo um panorama teatral da cidade que mostrava as tensões raciais do novo mundo urbano, os problemas dos guetos e o ambiente consumista de grupos de Nova York que estavam envolvidos com atividades ilícitas. As crianças do quadrinho utilizavam gírias próprias dos guetos e na camisola amarela de *Yellow Kid* eram apresentadas frases satíricas de outdoors de propaganda⁴⁴ ao melhor estilo amarelado conforme imagem abaixo:

⁴⁴ Disponível em: <<http://www.tvsinopse.kinghost.net/art/y/yellow-kid.htm>>. Acesso em: abr. 2011.



Figura 4: Yellow Kid e sua camisola amarela com dizeres de propaganda

Fonte: Disponível em: <<http://www.tvsinopse.kinghost.net/art/y/yellow-kid.htm>>. Acesso em: abr. 2011.

Além da sátira aos *outdoors* presentes na imagem, a alegria da criança associada à bebida, lembra-nos Homer Simpson que se traveste de atitudes infantis para criticar ações sociais presentes no cotidiano dos homens, marca não só de Homer, mas dos persoagens simpsonianos de *Yellon Kid*. A calvície e o desajeito também são características que lembram Homer Simpson, e o sucesso deste quadrinho em seus primeiros anos. A esse respeito ressaltamos:

Logo a imagem de Yellow Kid passou a ser um exemplo vivo de uma nova maneira de se fazer merchandizing e suas estampas apareciam constantemente nos mercados populares de varejo em Nova Iorque, próximo da área de propaganda e de outras mercadorias como botões, cigarros, charutos, bolacha, cartões postais, chicletes, brinquedos e muitos outros produtos.⁴⁵

A popularização do quadrinho rendeu novos contratos a Richard Felton Outcault e o nome *Yellon Kid* foi adotado, devido ao apelo popular. Utilizado nas

⁴⁵ Disponível em: <<http://www.tvsinopse.kinghost.net/art/y/yellow-kid.htm>>. Acesso em: abr. 2011.

tirinhas, o personagem tornou-se regular nos jornais e “inaugurou” as projeções no cinema com o cinematógrafo Lumière⁴⁶ nos Estados Unidos. Dadas as diferenças técnicas e temporais, o percurso de sucesso de *Yellow Kid* e sua projeção para as telas de cinema aconteceram, também, de forma similar aos de *Os Simpsons* da televisão para demais veículos de comunicação e publicidade e comunicação, como por exemplo, a Internet.

Outro ponto interessante é que Outcault foi o criador de Buster Brown, personagem de tirinhas de 1902, conhecido por sua associação com a Brown, uma fábrica de calçados para crianças, que deu origem a uma marca de sapatos. O personagem Buster Brown ficou conhecido no Brasil como “Chiquinho”.⁴⁷ Diferente de *Yellow Kid*, Chiquinho, como conhecido no Brasil, provinha de uma família de condição social mais estável e, mesmo não sendo originário do Brasil, influenciou os desenhos em quadrinhos produzidos no Brasil e Estados Unidos. Ao contrário do que ocorreu no início do século XX, com a recriação Chiquinho, no final do mesmo século e nos dias atuais, os brasileiros podem recriar as imagens amarelas, neste caso dos *Simpsons*, para desferirem ironias e reconstruírem críticas conforme seus interesses.

Com uma produção composta por vários participantes, Matt Groening, ao ser perguntado sobre a cor amarelada usada em *Os Simpsons*, teria respondido à jornalista Claudia Coitor da Folha de São Paulo que não se lembrava do nome de um dos desenhistas, a quem gostaria até de homenagear, porque havia sido ele que colorizara os personagens de amarelo, cor que diferenciava o desenho de outros da mesma época, sendo esta a razão de Groening ter achado fantástica a ideia de usar o amarelo⁴⁸.

Enquanto o criador de *Os Simpsons* deu pouca atenção à escolha da cor, mas ficou satisfeito com a possível originalidade pelo uso do amarelo, o colorizador Gyorgi

⁴⁶ Louis Lumière, juntamente com seu irmão Auguste, inventaram o cinematógrafo, máquina de filmar e projetar filme. Os dois franceses são considerados os pais do cinema. Na verdade, o cinematógrafo teria sido inventado por Léon Bouly, em 1892, que teria perdido a patente, que foi registrada novamente pelos Lumière, três anos depois, em 13 de Fevereiro.

⁴⁷ SANTOS, Rodrigo Otávio dos. *Origem dos quadrinhos e o binômio produção/consumo*: de Töpffer aos Syndicates. p. 5. Disponível em: <<http://www.vinetas-sueitas.com.ar/congreso/pdf/Historieta,ConsumoyPublico/dossantos.pdf>>. Acesso em: 04 de jun. 2011.

⁴⁸ Conforme Marco Aurélio Lucchetti (2001), a cor amarela atraiu a atenção do magnata da imprensa estadunidense Willian Randolph (1863-1951) que investiu na divulgação do “Menino Amarelo” no jornal *World*. LUCCHETTI, Marco Aurélio. *O menino amarelo: o nascimento da história em quadrinho*. Disponível em: <<http://olhar.ufscar.br/index.php/olhar/article/view/67/58>>. Acesso em: 04 jun. 2011.

Peluci teve problemas ao caracterizar o personagem Smithers como negro, conforme imagem abaixo:



Figura 5: Smithers com pele escura e cabelo azul

Fonte: Disponível em: <<http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Smithers>>. Acesso em: abr. 2010.

Conforme David Silverman, um dos principais produtores da série, a intenção na criação do personagem era destacar o comportamento de uma personalidade afro-descendente em ruínas de um bajulador de brancos. Entretanto, a repercussão e a receptividade da personagem de cor negra não foram as esperadas, porque, esta, associada à personalidade desviada e abominável de Smithers, causaram um impacto negativo e, devido a isso, mudaram a cor de Smithers nos episódios posteriores à sua primeira aparição.⁴⁹

Para os telespectadores a tentativa de David Silverman de dissociar o colorizador de suas possíveis intenções ao usar as cores não foi procedente. A troca de cor do personagem reafirma a importância da escolha das cores para o sucesso da série ou de seus possíveis problemas com a recepção. Conforme imagem abaixo, o personagem Smithers, para representar uma crítica mais enfática à sua personalidade frágil e condenável, passou pelo processo de “amarelamento”.

⁴⁹Disponível em: <http://www.simpsons.wikia.com/wiki/Homer's_Odyssey&ei=uLTbTdLvDdS3tge9yrGxDw&sa=X&oi=translate&ct=result&resnum=1&ved=0CCUQ7gEwAA&prev=/search%3Fq%3DGyorgi%2BPeluci%26hl%3Dpt-BR%26sa%3DG%26biw%3D1659%26bih%3D801%26rlz%3D1W1GPKC_pt-brBR331%26prmd%3Divns>. Acesso em: mai. 2011.



Figura 6: Smithers passa de negro a amarelo

Fonte: Disponível em: <<http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Smithers>>. Acesso em: mar. 2011.

Em uma explicação, também descuidada sobre a natureza, símbolos e significados da cor amarela de *Os Simpsons*, David Silverman, em entrevista concedida em 1998, destaca que o colorizador Gyorge Peluci, optou pelo amarelo, porque Bart, Lisa e Maggie não tinham uma linha que separasse o cabelo da testa. A cor de pele mais realista pareceria que a testa havia sido serrada. O caráter aleatório da escolha, não condiz com os problemas enfrentados no amarelamento do personagem Smithers e na aceitação inicial da série pelo público americano e pelo mercado. Além do mais, as intenções de se construírem personalidades conflitantes e questionáveis para o padrão politicamente correto, acabaram construindo um significado para a cor amarela que é marcante para o fenômeno linguístico da simpsonização. Nesse sentido, a reflexão, sobre a história do amarelo nos personagens animados americanos pode servir como referência para o sucesso da aceitação e proliferação da cor, a partir de *Os Simpsons*. Assim, a política incorreta que caracteriza a série animada americana pode estar a serviço de muitos internautas. É sobre esta caracterização que discutiremos a seguir.

1.2.2 A Ironia como marca de uma comunidade politicamente incorreta

O convite “Simpsons Movie”⁵⁰ para que as pessoas adentrem o mundo simpsoniano, por meio da construção de personagens e da entrada na cidade de Springfield, sugere que o indivíduo faça parte, de uma comunidade virtual. Demais redes sociais da Internet, como o Orkut, também possibilitam ao sujeito se inserir em comunidades diversas nas quais o eixo comunicativo são imagens dos Simpsons.

Considerando que todo processo comunicativo é produzido por pessoas de mundos diferentes, é ingênuo acreditar que o fato dessas pessoas se inserirem em comunidades simpsonizadas as sujeitaria a interesses manipuladores vinculados às pessoas ou empresas responsáveis pela produção e divulgação do desenho. Nessa perspectiva, sabemos que nos processos comunicativos as mensagens podem ser alteradas e distorcidas ou ressignificadas, conforme as diferentes visões de mundo dos sujeitos socio-históricos envolvidos. Partindo da constatação de que um dos atrativos dOs *Simpsons* é o discurso eivado de ironia, Hutcheon esclarece que:

(...) no discurso irônico, todo processo comunicativo não é apenas ‘alterado e distorcido’, mas também tornado possível por esses mundos diferentes a que cada um de nós pertence de maneira diferente e que formam a base das expectativas, suposições e preconceções que trazemos ao processamento complexo do discurso, da linguagem em uso.⁵¹

A autora argumenta, ainda, que a ironia se faz por meio de uma comunidade retórica que, pode ser criada por emissões de rádio ou televisão, unindo grupos mais por percepções sensórias do que por espaço físico. Considera que é a comunidade que torna possível a ocorrência da ironia. Assim, as estruturas de normas que passam a fazer parte da linguagem irônica não são abstratas e independentes, mas sociais. Sendo a ironia um fenômeno semântico-discursivo ela dependente do contexto, a relação de poder evocada depende de sua aresta avaliadora.⁵² Assim, no que se refere a *Os Simpsons*, tal comunidade ou aresta avaliadora dos discursos irônicos sugeridos pelo desenho não dependem apenas dos seus produtores, mas também dos membros dessa comunidade

⁵⁰ Disponível em: <<http://www.simpsonsmovie.com/>>. Acesso em: jan.2011.

⁵¹ HUTCHEON, Linda. *Teoria e política da ironia*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000. p. 133-134.

⁵² Idem.

para se manter. Portanto, as produções simpsonizadas, ao se valerem da ironia criada pela relação com a produção audiovisual, podem estabelecer fontes de propagação de poder que serão adequadas às particularidades individuais, sociais, temporais e espaciais às quais pertencem. Por outro lado, apesar de os procedimentos adotados nas construções das imagens simpsonizadas pelos internautas serem parecidos com os das elaborações dos produtores do desenho, tal inspiração não sujeita o indivíduo a construir um discurso irônico e político dentro dos limites da simpsonização. Como a ironia, enquanto dependente do interpretador, é fundamental para pensar os usos da linguagem simpsoniana, o uso do discurso irônico de *Os Simpsons* exige do espectador interpretação, algo que ative a inteligência e possa aproximar ou afugentar a audiência. Ou seja, as recorrentes inserções irônicas adotadas pelos produtores do desenho nos episódios, tanto pode aproximar quanto distanciar-se do seu potencial público alvo.

Com isso, os espectadores que se aproximam de *Os Simpsons* motivados pelo seu caráter irônico, geralmente criam uma espécie de “acordo” com o desenho, pacto este que nutre a identificação da simpsonização como linguagem discursiva. Nesse sentido, a ironia “*torna-se uma ‘realização comunitária’, de uma maneira que faz lembrar a teoria de que o riso e o humor podem ambos construir pontes emocionais e fazer conexões intelectuais entre pessoas*”⁵³. De maneira inversa, os espectadores que se distanciam do desenho, sem motivação para participar dessa comunidade discursiva criada a partir da linguagem simpsonizada, tendem a não decodificar de maneira adequada as mensagens desse processo comunicativo, devido aos ruídos interpostos entre emissor e receptor que dificultam a própria compreensão das mesmas.

Ao problematizar a relação entre *Os Simpsons* e a crise de autoridade, Matheson (2004) discorda da tese de que os responsáveis pelo desenho estariam se utilizando do humor para promover conceitos morais, posto que, para este autor o humor opera apresentando posições para depois ironizá-las. Ou seja, “*esse processo de ironizar é tão profundo que não podemos considerar a série como uma coisa meramente cínica; ela consegue ironizar seu próprio cinismo. Esse processo constante de ironizar é o que chamo de ‘hiper-ironismo’*”⁵⁴.

Seguindo uma outra lógica reflexiva, Zygmunt Bauman enfatiza que, na contemporaneidade, as comunidades de carnaval caracterizadas por dar um alívio

⁵³ HUTCHEON, Linda. *Teoria e política da ironia*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000. p. 139.

⁵⁴ MATHESON. Carl. Os Simpsons, hiper-ironismo e o significado da vida. In: *Os Simpsons e a filosofia*. (org.) William Irwin, Mark T. Conard. São Paulo: Madras, 2004. p. 115-116.

temporário às agonias das solitárias lutas cotidianas são marcadas pela fluidez e pelo espetáculo e proliferam-se na modernidade sólida dos *hardware*. Tais comunidades impedem a condensação de comunidades “genuínas”, isto é, compreensivas, duradouras e preocupadas com o bem comum. Nesse sentido, Bauman salienta que:

A cada dia, as manchetes de primeira página da imprensa e dos cinco primeiros minutos da TV acenam com novas bandeiras sob as quais reunir-se e marchar ombro (virtual) a ombro (virtual). Oferecem um ‘objeto comum’ (virtual) em torno do qual comunidades virtuais podem se entrelaçar, alternadamente atraídas e repelidas pelas sensações sincronizadas de pânico (às vezes moral, mas geralmente imoral ou amoral) e êxtase.⁵⁵

Argumenta Bauman, ainda, que estas comunidades “*espalham em vez de condensar a energia dos impulsos de sociabilidade, e assim contribuem para a perpetuação da solidão que busca desesperadamente redenção nas raras e intermitentes realizações coletivas orquestradas e harmoniosas.*”⁵⁶ Dialogando com Eric Hobsbawm, Bauman defende a tese de, que, com o enfraquecimento do Estado-nação, as empresas globais procuram criar seu mundo ideal voltado para o consumo e não para o nacionalismo e o patriotismo. Nesse viés, os produtores de *Os Simpsons* constantemente trabalham com a crise das identidades, principalmente em suas viagens a outros países, além de outros problemas da globalização. Assim, é preciso considerar, também, que mesmo numa realidade marcada pelas desigualdades sociais, pela crise das nações e hegemonia do fundamentalismo de mercado, algumas linguagens recorrentes na Internet podem servir para evidenciar ambiguidades ou contradições relativas aos aspectos mencionados. O sujeito, mesmo exposto ao capitalismo globalizante, pode se apropriar dos avanços tecnológicos e das construções imagéticas para reconstruir imagens que não necessariamente o colocam frente a um abismo intransponível. Esta nova realidade, ao ser percebida e apropriada pode suscitar, mesmo que de forma ainda muito tímida, comunidades “genuínas”, ainda que com características divergentes das existentes no passado. Nesse sentido, é possível argumentar que este tipo de recurso comunicativo, tal como a linguagem simpsonizada, desenvolvido por meio dos diálogos

⁵⁵ BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. p. 229.

⁵⁶ Ibidem. p. 231.

via Internet pode contribuir para provocar alterações de comportamento, que se refletem em várias dimensões da realidade social.

1.2.3. O poder de sedução do sorriso amarelo

O ato de simpsonizar pressupõe, como já esclarecido, que pessoas conscientemente utilizem o desenho influenciadas pela imagística presente em *Os Simpsons*. Ou seja, da mesma forma como são partícipes aqueles que entendem a linguagem, podem sentir repulsa, ou não compreender os que não pertencem à comunidade discursiva simpsonizada. Defendemos a idéia de que, mais do que se enquadrar, principalmente via Internet, o indivíduo pode se apropriar do recurso linguístico para atender aos seus interesses de foro íntimo. De forma similar, o riso necessita também de cumplicidade, ou como afirma Bérghson, o riso é uma característica que distingue o homem dos outros animais. Afirma ele que *“poderiam tê-lo definido com um animal que faz rir, pois, se algum outro animal ou um objeto inanimado consegue fazer rir, é devido a uma semelhança com o homem, a marca que o homem lhe imprime ou o uso que o homem lhe dá.”*⁵⁷

Nessa linha de pensamento o riso e o cômico são características caras para a compreensão do ato de simpsonizar. Bergson destaca, ainda, que, para a compreensão do riso é preciso determinar sua função social. Ou seja, ele corresponde às exigências da vida comum, detendo, assim, significação social. Para isso, o autor destaca três características da comicidade e do riso que nos são, aqui, fundamentais: 1) *Insensibilidade*. Considerando que um dos inimigos do riso é a emoção, Bergson destaca que o leitor ao assistir dramas em situação de espectador indiferente, estes se transformarão em comédia. Em *Os Simpsons*, muitos americanos, brasileiros e demais cidadãos globais, ao assistirem às sátiras e ironias que desnudam problemas sociais de suas nações ou sua comunidade, entendem aquelas representações como comédia e não como problema a ser resolvido. Alguns, mesmo que de início riam, podem, obviamente, em um segundo momento se sentirem incomodados mas, a tendência é que os temas abordados sejam mais cômicos para aqueles menos envolvidos emocionalmente. 2)

⁵⁷ BERGSON, Henri. *O riso: ensaio sobre a significação da comicidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2007. p. 3.

Efeito de rigidez mecânica ou velocidade adquirida: mudanças involuntárias de atitude, demonstram que o corpo não tem flexibilidade suficiente para que o sujeito desvie o movimento e, por exemplo, não tropece e caia no chão. O autor dá um exemplo de um zombeteiro que pode retirar uma cadeira do lugar e fazer com que a outra pessoa caia no chão. Esta estratégia de riso é utilizada em *Os Simpsons*, como uma característica de Bart Simpson que, constantemente, desempenha o papel do zombeteiro. 3) *Efeito de distração e vícios*: como distração, Bergson cita como exemplo, Dom Quixote de La Mancha, o louco transcendental, que cai em um poço por estar olhando fixamente uma estrela.

Sobre os vícios, afirma que nos dramas, a identificação com os personagens é tão profunda que nos esquecemos dos vícios; já na comédia, os vícios ganham um destaque muito grande, conservando sua existência independente e simples, atuando com o personagem central. Homer Simpson enquadra-se tanto na condição de distraído como na de viciado. As distrações norteiam seus comportamentos e comicidade. Os vícios, as rosquinhas *donuts* e a cerveja Duff são ressaltadas com frequência e dificilmente esquecidas. Propagandas de festas e de empresas de alimentos utilizam a imagem de Homer como símbolo da venda de cervejas ou de gêneros alimentícios. Portanto, cabe a esse personagem a afirmação de Bérghson de que “o cômico é inconsciente.”⁵⁸

Partindo do suposto de que o riso castiga os costumes, Bergson, enfatiza que a rigidez do corpo e das sociedades, com caráter, espírito, leis, normatizações e costumes é terreno propício para a comicidade e o riso provocado é o castigo. Assim as deformações apresentadas por um desenhista, tanto da sociedade, quanto de um homem, tornam-se cômicas. Destaca esse autor, ainda, portanto que, para uma caricatura ser cômica, deve o desenhista se valer do exagero como meio para manifestar as contorções que ele vê preparar-se na natureza. Para Bergson “o lado criminoso da vida social deverá, pois, conter uma comicidade latente, que precisará de uma oportunidade para vir à luz”⁵⁹. É essa luz que caracteriza a comicidade e a sociedade amarelada apresentada pelos *Os Simpsons*. Como um desenhista ao construir uma caricatura, as deformidades humanas, sociais e políticas são ampliadas no desenho. Do homem,

⁵⁸ BERGSON, Henri. *O riso: ensaio sobre a significação da comicidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2007. p. 12.

⁵⁹ BERGSON, Henri. *O riso: ensaio sobre a significação da comicidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2007. p. 33.

passando pela família, *Os Simpsons* produz o seu humor escancarando o lado criminoso da vida social. Evidentemente, ao construir sua imagem simpsonizada, na Internet, o internauta a vê caricaturada com a linguagem simpsoniana, diferentemente do que faria um desenhista que lhe fizesse o retrato caricaturado. Nesse sentido, ele perde parte do exagero de uma de suas deformidades particulares, e, adentra a linguagem simpsonizada.

Lideranças políticas, frequentemente, são vítimas de risos provocados pela apresentação de suas imagens simpsonizadas em episódios, ou via Internet. Tais apresentações causam problemas e censuras, como iremos destacar o caso do Brasil, no capítulo 2, e, que ocorreu, também, na Venezuela, sob a presidência de Hugo Chaves. Observemos abaixo uma imagem de lideranças da América Latina simpsonizadas:



Figura 7: Evo Morales, Rafael Correa, Hugo Chávez, Juanes, Alvaro Uribe, Alan Garcia, Lula da Silva

Fonte: Disponível em: <<http://www.barrioflores.net/blog/wp-content/uploads/2008/11/simpsons.jpg>>.
Acesso em: abr. 2010.

A apresentação de lideranças da América Latina simpsonizadas pode ser interpretada como uma propagação internacional da imagem cujo intuito é a ridicularização dos sujeitos políticos, de líderes da América do Sul que, no caso da charge anterior, estão dançando.

Quanto aos aspectos físicos, as personalidades são apresentadas com um dedo a menos na mão, característica própria aos personagens simpsonizados, que se justifica como uma diferenciação entre criaturas fictícias simpsonianas, e as criadas por Deus, os homens. Identificados como personagens simpsonianos, convém lembrar que

os homens são apresentados no desenho, na maioria das vezes, pejorativamente. Assim, idiotice e incapacidade seriam acrescidas à genética⁶⁰ dos presidentes da América Latina, representados na imagem. O tom de descontração das lideranças, em meio a inúmeros problemas em seus países, também caracteriza a ironia presente na construção imagética apresentada.

Visto dessa última forma, o incômodo, como no caso venezuelano, pode trazer repercussões, como por exemplo, a censura que, por sua vez, pode incomodar telespectadores pelo mundo inteiro e a situação ganhar escala internacional, tendo em vista, a projeção do desenho, em vários países, mesmo que se tenha uma terceira interpretação do uso das imagens, como a representação da hegemonia das empresas de comunicação, sobre a personalidade política. É conveniente, frisar que, a noção do poderio do político nacional é colocada em xeque, e o incômodo, ao invés de cessar, aumenta o fato de que, pode prejudicar a imagem dos políticos, principalmente na Internet, tornando-se o evento, assim, um prejuízo global.

Ao comentar sobre as “máquinas de fazer descrer”, Pierre Ansart argumenta que no sistema político pluralista, os embates políticos são marcados pela valorização de conotações e estereótipos desvalorizantes do adversário político. Elucida que uma arma essencial para a gestão das descrenças é o humor. “*Através do humor, o dono do poder que se pretende cercado pelo respeito geral, torna-se um boneco ridículo*”.⁶¹ Destaca ele que esta forma de trabalho político é objeto de comercialização e industrialização dos bens simbólicos. A venda de caricaturas, artigos humorísticos e de escândalos são utilizadas para que as pessoas riam dos heróis da cena política e de suas pretensões. Assim,

a proliferação dos sarcasmos e das brincadeiras reduz os sentimentos de pertencimento ao poder, dessacraliza as autoridades, enfraquece a ilusão de uma relação de identificação, oferece a cada um ocasiões diversas para desinvestir o político.⁶²

O político passa a ser percebido como lugar risível, de mentiras, de máscaras e de comédias, ocorrendo um distanciamento afetivo entre a população e o político, dessacralizando as autoridades. Ansart alerta ainda que:

⁶⁰ Sobre os gens dos simpsons ler: *Os Simpsons e a ciência*: o que eles podem nos ensinar sobre física, robótica, vida e universo. Sugerimos assistir o episódio “Lisa, uma Simpson”, da 9ª. temporada da série.

⁶¹ ANSART, Pierre. Mal-estar ou fim dos amores políticos? In: *História & Perspectivas*. Uberlândia: Editora da Universidade Federal de Uberlândia, jun. 2002. p. 61.

⁶² Ibidem. p. 62.

Nesse contexto particular, os meios de informação de massa, os jornais informativos, o rádio, a televisão, vêm reforçar esse tipo de relação frente ao político. A obrigação de agradar aos mais variados públicos, a necessidade de reter a atenção evitando a monotonia, as condições técnicas de produção de informações fragmentadas convergem para colocar o público na posição de espectador distante em relação à vida política cotidiana.⁶³

Para este autor, ao utilizar o risível, os meios de comunicação de massa, regidos por profissionais, podem afastar os cidadãos do político, fazendo com que as insatisfações e as mentiras, ainda que inadvertidamente, sejam toleradas. Essas observações são fundamentais para pensarmos a simpsonização. Por um lado, ela contribui para a ridicularização dos políticos, colocando-os em uma situação risível e isto é utilizado como estratégia para “agradar os mais variados públicos”, impedir a monotonia e reter a atenção ou audiência dos telespectadores. Porém, por outro lado, as condições técnicas de produção de informação, no caso dos *Simpsons*, encontram-se disponíveis para muitos cidadãos.

Além disso, a influência do politicamete incorreto no desenho, calcada na comicidade, na ironia e no risível, possibilita a criação de imagens e até mesmo de desenhos com movimento e som que podem servir como instrumental para outros tipos de manifestações políticas. Ou seja, com os avanços das técnicas comunicativas, este instrumental pode ser usado, também, como um recurso que marca as disputas de poder no mundo contemporâneo. Assim, o poder não está totalmente controlado pelos profissionais da comunicação virtual, posto que, muitos recursos estão a serviço dos interesses de integrantes das comunidades, que se posicionam politicamente, valendo-se do humor simpsonizado. Em última instância, as situações de dominação ou delação, via influências dos *Simpsons*, e instrumentalizadas pelos recursos técnicos, apresentam um quadro de readequação das sensibilidades e das paixões políticas que não pode ser lido de forma unitária como promotor da alienação.

O mal-estar em relação à política e aos políticos, tal como ressalta Ansart, permanece, mas as perspectivas das disputas simbólicas podem caminhar, também, na direção das reações. Utilizando-se do humor simpsoniano, muitos dos internautas não parecem ser tão dóceis, alienados e muito menos, ingênuos. Ou seja, o pluralismo que

⁶³ ANSART, Pierre. Mal-estar ou fim dos amores políticos? In: *História & Perspectivas*. Uberlândia: Editora da Universidade Federal de Uberlândia, jun. 2002. p. 63.

compõe também os avanços comunicativos, mesmo contando com os conglomerados imperialistas, como o de Rupert Murdoch⁶⁴, parecem conter um paradoxo entre o domínio e o argumento da atividade política nos cidadãos. É em meio a esse confronto que a simpsonização atua, podendo ser percebida também em suas arestas. Ou seja, ao mesmo tempo em que ela, como instrumento de um poderoso grupo empresarial, pode tornar o risível um fator de lucratividade, enriquecimento e alienação, pode também, por outro lado, estimular a crítica que se volta contra esses mesmos mecanismos de dominação. Sobre isso, chama atenção o fato de que o próprio Rupert Murdoch não escapou da política incorreta simpsoniana. No episódio “Domingo, domingo *crudy*” (do inglês, *sujo*), apresentado em 1999, o empresário confronta-se com Homer Simpson que acabava de sair da prisão. Observemos a imagem a seguir.

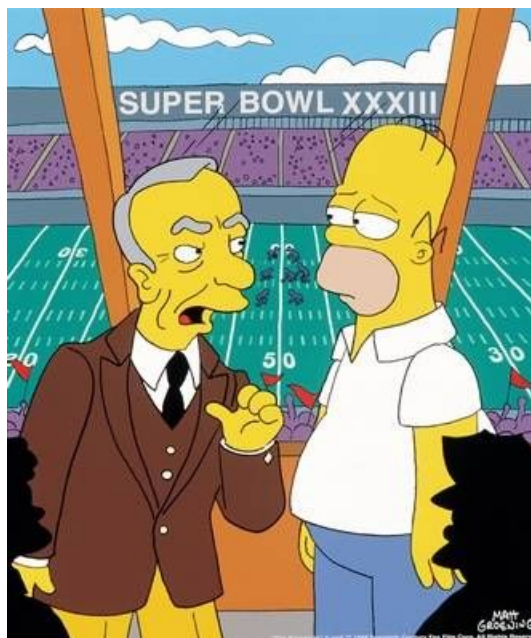


Figura 8: Murdoch e Homer Simpson

Fonte: Disponível em: <<http://0.tqn.com/d/animatedtv/1/0/L/C/epmurdoch.jpg>>. Acesso em: mar. 2011.

Após fugir da prisão, Homer Simpson invade o camarote do *Super Bowl* privado do qual Rupert Murdoch era o dono, e é perseguido pelos seus seguranças. Murdoch é apresentado como um personagem simpsonizado arrogante e capitalista. Esta ridicularização pode ser interpretada como uma forma de normalizar, ou banalizar,

⁶⁴ O magnata da comunicação Rupert Murdoch é dono da Fox e acionista do grupo News Corporation, proprietário, entre muitos outros, do jornal "The Wall Street Journal" e do "New York Post" e do qual o australiano é o principal responsável. Ver em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/874637-rupert-murdoch-compra-us-20-milhoes-em-acoes-da-news-corporation.shtml>>. Acesso em: 11 de abril de 2011.

tais comportamentos e personalidades. Entretanto, o interpretador, conhecedor do desenho, pode se incomodar com o confronto de Homer e Murdoch e refazer construções simpsonizadas para agredir empresários e o próprio Murdoch.

De toda forma, a ironia presente no confronto do personagem simpsoniano com o empresário que financia a divulgação do desenho ocorre e o interpretador que se apropria da imagem pode, ou não, utilizá-la, conforme seus interesses, até porque, como enfatiza Hutcheon, todo processo comunicativo é alterado pelas diferentes pessoas, comunidades discursivas e mundos aos quais pertencem.⁶⁵ Dessa maneira, a característica de ativar o pensar é apresentada no confronto, mesmo considerando que ao final de todos os episódios a acomodação é a tônica. Nos arriscamos a dizer que, se os desenhos terminassem dois minutos antes do final dos seus episódios, as provocações surtiriam um efeito ainda maior, mas, provavelmente, a série não estaria completando, vinte e um anos de apresentação.

1.2.4. Do traçado no papel à imagem audiovisual: a televisão como passaporte para o grande público

Citado anteriormente, Matt Groening, nascido em 15 de fevereiro de 1954 em Portland, no Oregon, admitia que seus primeiros traços não eram perfeitos, mas insistia no intento de ser cartunista. Em 1977, Groening teve sua primeira experiência com tiras de humor corrosivo as chamadas “*Life in Hell*”, que tratavam de problemas infernais da vida, vividos por dois personagens coelhos, Blink e Sheba. As tiras foram publicadas nos Estados Unidos e Canadá, além de renderem alguns álbuns que não foram publicados no Brasil, como: “A escola é um inferno”, “o trabalho é um inferno”, “a vida amorosa é um inferno”, dentre outros⁶⁶. A trajetória inicial de Groening já apontava características que marcariam sua principal obra, *Os Simpsons*.

Em 1987, recebeu convite de um dos diretores de TV da FOX, James Brooks, atualmente produtor dos Simpsons, para fazer algumas vinhetas nos intervalos do famoso show de entrevistas *Tracey Ullman*. Com um traçado no papel, Matt

⁶⁵ HUTCHEON, Linda. *Teoria e política da ironia*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

⁶⁶ Disponível em: <<http://www.mundosimpsonshp.hpg.ig.com.br/matt.htm>>. Acesso em: 12 abr. 2011.

Groening apresentou em entrevista os personagens que utilizaria nas vinhetas de 30 segundos, conforme mostradas a seguir.

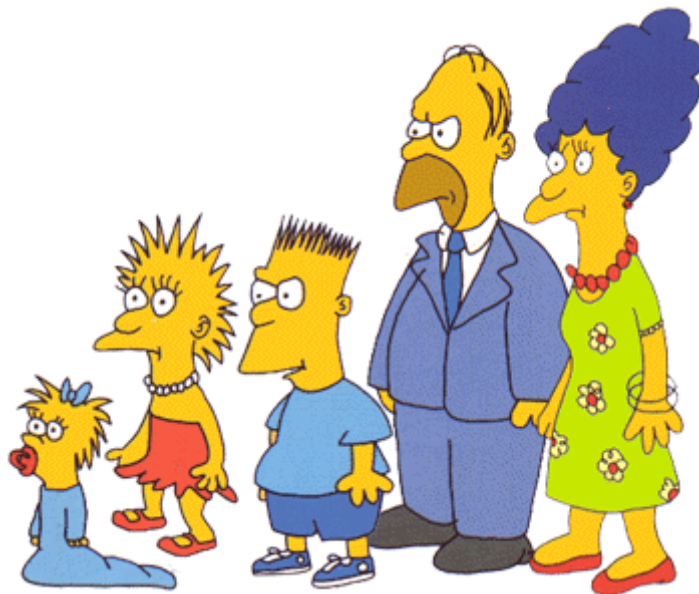


Figura 9: Personagens da família Simpson

Fonte: Disponível em: <http://galerageek.com.br/wp-content/uploads/2011/05/simpsons_1.jpg>. Acesso em: abr. 2010.

Apesar do traçado primitivo, a família Simpson foi aprovada e com seu sucesso, em 1990, o desenho ganhou espaço no horário nobre, ficou independente do Tracy Ullman e, com pouco mais de cinco minutos de apresentação, teve um sucesso espantoso, ganhando as telas dos Estados Unidos. Um ano depois, chegou ao Brasil.

As inferências satíricas simpsonianas, ao projetarem-se, também receberam algumas críticas, como por exemplo, a do ex-presidente americano, George Bush (1988-1992) que afirmou: “*A América deve se parecer mais com a família Watson, e menos com a família Simpson*”. Em resposta Matt Groening respondeu: “*Os Simpsons e os Watson são muito parecidos: passam o dia inteiro orando pelo fim da recessão econômica*”, referência à onda de recessão e desemprego que assolou os Estados Unidos, nos anos de 1990. A provocação e as repercussões de tais problemáticas são características marcantes da série e, a partir do lançamento do desenho na televisão, o público de todo o mundo, principalmente via Internet, passou a ter condição de externar opinião sobre as provocações feitas pelo desenho. Do traçado no papel, projetado pela TV em forma de desenho, *Os Simpsons* e sua linguagem peculiar lançaram-se ao mundo.

Ao versar acerca do poderio televisivo sobre a política e a sociedade contemporânea, Javier del Rey Marató destaca que, com o advento da televisão, principalmente a partir dos anos de 1970, deparamo-nos com novas maneiras de se construir intelegibilidade, sensibilidades, sentidos e atuações dos indivíduos receptores. Concentrando-se nas mediações e na comunicação, ele afirma que um dos principais recursos para a busca de audiência fundamenta-se em “*dar a la informacion política una versión humanizada, en formas de dramas familiares comprensibles.*”⁶⁷. Em *Os Simpsons*, a exploração de informações humanizadas e a exposição de dramas familiares são apresentadas com frequência. Além disso, o início de cada episódio é marcado pela reunião da família Simpson, e aqui se incluem o cachorro e o gato, em frente à televisão.



Figura 10: Os Simpsons na abertura dos episódios sempre em frente à TV

Fonte: Disponível em:

<http://1.bp.blogspot.com/_c0GKzE8Eb5Y/TN2oYjIpP3I/AAAAAAAAABJ0/ndqiBBZHjvQ/s1600/os-simpsons-1.bmp>. Acesso em: Abr 2010.

O apreço por esse meio de comunicação é compartilhado por todos os membros da família e, em vários episódios, Homer demonstra sua idolatria e

⁶⁷ MARATÓ, Javier del Rey. *Mediología y comunicación: La república de los sentimientos, una nueva epistemología.* p. 159. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC9595110157A.PDF>>. Acesso em: jan. 2010.

dependência em relação à televisão. A respeito da importância da televisão para a vida contemporânea, Marató afirma que:

Por eso nos parece pertinente hablar de la construcción de una inteligencia telesentiente, que nos da la clave de la nueva época en la que hemos ingresado con la televisión, y de las nuevas relaciones que mantenemos con los objetos sociales.⁶⁸

Essa busca para incitar esta “inteligencia telesentiente” é também uma das chaves para pensarmos a construção simpsoniana e seus recordes de audiência. De forma similar à lógica simpsoniana, Javier Marató aponta outra questão interessante que se fundamenta nas possibilidades que a televisão dá a seus telespectadores. Nesse sentido, afirma que esta tecnologia audiovisual, relacionada com o pensamento, nos permite pensarmos sobre concessões mútuas. Por um lado, oferece-nos distração e ócio, mas em contrapartida, elimina grande parte de nossa capacidade de abstração, nos distanciando da crítica e, por vezes, fazendo com que, nossa inteligência pareça adormecida pela cultura do divertimento e do entretenimento. Lembra-nos Marató, ainda na mesma obra, que:

La complejidad y los largos y difíciles argumentos no pueden competir con el interruptor del aparato, que es lo único que queda en manos del receptor: puesto que él retiene ese último poder, diversion es el único recurso válido, el único que se revela capaz de disuadir al sujeto receptor de que pulse el “off”, de que deserte, anulando todas as estrategias de imagen, toda la comunicación política y toda la campana electoral de su sala de estar o de su domicilio.⁶⁹

“Diversão é o único recurso válido” é uma afirmação que poderia perfeitamente compor as frases “imbecis” pronunciadas por Homer ou Bart Simpson, em função dos perfis desses personagens, acrescentando-se, ainda, que, para eles, dinheiro também era fundamental.

Assim como Homer, as indústrias do audiovisual ávidas por lucros procuram seus espaços no mundo globalizado. Jesus Martín-Barbero, em “Os exercícios

⁶⁸ MARATÓ, Javier del Rey. *Mediología y comunicación*: La república de los sentimientos, una nueva epistemología. p. 159. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC9595110157A.PDF>>. Acesso em: jan. 2010. p. 160.

⁶⁹ Ibidem. p. 164.

do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva”, afirma que empresas como a mexicana Televisa ou a brasileira Rede Globo, emissoras que por mais tempo apresentaram *Os Simpsons*, para se firmarem no mercado da globalização, procuram moldar imagens dos povos em função de públicos mais neutros e indiferenciados, exigências do modelo imposto pela globalização.

A expansão do número de canais, a diversificação do crescimento da televisão e as conexões via satélite, impulsionam uma demanda intensiva de programas, aumentando o tempo de programação. Assim, as programações latino-americanas procuram se inserir nas pequenas brechas da hegemonia televisiva norte-americana, um grande incômodo principalmente na programação de desenhos animados. Essa pequena integração das indústrias do audiovisual, destacada por Martín-Barbero, tem um espaço nas produções de entretenimento como as telenovelas. Porém, no caso brasileiro, são praticamente inexistentes as indústrias audiovisuais especializadas na produção de desenhos animados. Assim, a hegemonia televisiva norte-americana, em termos de desenho animado, torna-se poderosíssima. Portanto, se, na ficção, a família Simpson se reúne em torno da televisão para se socializar e admirar a programação, na realidade, grande parte do público brasileiro, apreciador do desenho animado, ao repetir a mesma prática se relaciona com uma programação majoritariamente produzida fora das referências culturais do país. Isso não significa dizer que haja uma submissão passiva por parte desses telespectadores, fato esse que pode ser melhor percebido pelas manifestações feitas via Internet, como dito anteriormente. Isso exemplifica as diferentes impressões geradas sobre o episódio que retrata a visita da família Simpson ao Brasil, que será retomado no capítulo 2, que possibilita esclarecer as ressignificações sobre as imagens do Brasil, para além daquelas pensadas originalmente pelas produções americanas.

Em 2009, a Rede Globo de Televisão renovou sua parceria com a produtora FOX por três anos, mantendo os direitos sobre a série *Os Simpsons*.⁷⁰ A relação entre a emissora de televisão brasileira e grupos americanos é de longa data. Conforme César Bolão, Roberto Marinho, empresário que deu início a Globo em 1965, contou com as concessões distribuídas pelos representantes da Ditadura Militar (1964-85), além do

⁷⁰ Disponível em: <<http://www.seriadosnopo.com/2009/02/globo-renova-com-fox-e-acquire.html>>. Acesso em: abr. 2010.

apoio econômico e técnico do grupo *Time-Life*.⁷¹ Desde os tempos do militarismo, a emissora se expande e torna-se hegemônica no Brasil. Assim, Bolaño destaca que:

O mercado brasileiro de televisão se oligopoliza, assim, sob o comando da Rede Globo, ao longo dos anos de 1970. A crise dos anos de 1980 só beneficiará a líder, já que os capitais que ingressaram na indústria em decorrência da falência da Tupi no Brasil, não terão cacife para fazer frente às barreiras da Globo, que manterá a dianteira no processo de mudança tecnológica nos mercados da comunicação dos anos 1990. A multiplicidade da oferta e a consolidação da TV segmentada, a partir de 1995, não alterarão em essência essa situação, mas o esforço de adaptação deixará marcas, materializadas na dívida externa que atormenta hoje a líder.⁷²

Bolaño argumenta que a multiplicidade de oferta e a consolidação da TV segmentada no Brasil foram fundamentadas pelo governo de Fernando Henrique Cardoso na chamada Lei a Cabo (1995). Esta, apesar de dizer não aos monopólios midiáticos, diretamente, possibilitou a privatização de empresas de telecomunicações. Isso incrementou a proliferação das TVs segmentadas, cujo impulso já havia sido dado em 1998, e da Internet. “*Mas não mexe na TV de massa, na radiodifusão, âncora do poder econômico, político e simbólico das oligarquias nacionais e locais*”⁷³, questão em que o governo Lula, também, não promoveu grandes avanços.

Em meio a esta luta da Rede Globo de Televisão pela audiência/lucro e manutenção de sua hegemonia e vinculações diretas com o capital americano, os desenhos animados americanos, principalmente *Os Simpsons*, estiveram diretamente envolvidos, pois o desenho migrou do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) para a Rede Globo. Sobre esta disputa, no dia seis de julho de 2003, o jornal Folha de São Paulo noticiou que

A disputa entre Globo e SBT pelos pacotes de filmes dos grandes estúdios norte-americanos acabou respingando nos desenhos animados. A partir de julho, "Os Simpsons", que até a semana passada era veiculado pelo SBT, passa para a Globo, aos sábados, às 11h30.

⁷¹ Empresa estadunidense sediada em Fairfax, Virgínia, fundada em 1961 pela *Time Incorporated*. Companhia. Especializada em marketing direto de música e livros, desde 2003 controlada pela *Direct Holdings Worldwide*. Sua sede em Nova York e o edifício *Time-Life*. Atualmente, é uma das maiores empresas de produtos de áudio e vídeo do mundo e tem sua marca associada a Time Warner. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Time-Life>>. Acesso em: abr. 2010.

⁷² BOLÃO, César. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 23-24.

⁷³ Ibidem. p. 23.

"Picapau", quase um clássico do SBT há duas décadas, também migra para a Globo em julho.

A aquisição de "Os Simpsons" e "Picapau" é o troco da Globo à compra, pelo SBT, de "Scooby-Doo" e "Os Flintstones". Distribuidora desses dois desenhos, a Warner foi pressionada pelo SBT a tirá-los da Globo. A Warner tem contrato de exclusividade para o fornecimento de filmes e séries para o SBT até 2008, um negócio de pelo menos R\$ 20 milhões por ano. Acabou cedendo.⁷⁴

O Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), criado em 1975 como TVS (TV Studios), cujo proprietário é o empresário Sílvio Santos, também foi beneficiada, via de regra, por concessões políticas. O crescimento da emissora, conjuntamente com a Rede Manchete (1983-1999), fez com que a tentativa de concorrência com a Rede Globo se tornasse constante, fato que não rompe com a lógica do oligopólio que marca a história da televisão brasileira. A vinculação com o capital e as produtoras americanas é marca do SBT e da Rede Globo. A retirada de *Os Simpsons* e de *Pica-pau*, em contra-ataque à compra pelo SBT dos *Flinstones* e de *Scooby-Doo*, além da busca pela concorrência, audiência e lucro, a disputa pelo público infantil e juvenil são características marcantes da história da televisão brasileira. A esse respeito, Cosette Castro elucida:

No Brasil, os anos de 1980 se caracterizam pela descoberta das crianças como mercado consumidor pela indústria cultural. Além dos produtos Disney (que circulavam através de histórias em quadrinhos desde os anos 1960) e Maurício de Souza (anos de 1970), novas ofertas passaram a circular nos programas apresentados por Xuxa, Sérgio Malandro e mais tarde Angélica (1990) na Globo, através do incentivo ao consumo de roupas, sapatos, brinquedos e alimentos.⁷⁵

Sérgio Malandro, cujo destaque foi proveniente do SBT, além de Mara e Eliana, que também participaram de programas infantis pela mesma emissora, rivalizavam as programações no Brasil, nos anos de 1990. A própria Angélica destacou-se inicialmente na Rede Manchete, mas transferiu-se posteriormente para a Rede Globo. Em relação à progressiva preocupação da Rede Globo de Televisão com o público infanto-juvenil, Cosette Castro destaca que dentro da categoria educação, o gênero

⁷⁴ Folha online. *Globo tira 'Simpsons' e 'Pica-pau' do SBT*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u33831.shtml>>. Acesso em: abr. 2010.

⁷⁵ CASTRO, Cosette. *Globo e educação: um casamento que deu certo*. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 249.

seriado passou a ser um dos investimentos da emissora, destacando-se, por exemplo, o *Mundo Mágico de Alakazan*, programa cuja primeira parte era produzida nos Estados Unidos, o *Clube do Títo* (1966), com desenhos animados e seriados nas manhãs de sábado e os programas *Topo Gigio Especial* e o *Sítio do Pica-pau Amarelo* (1976). *Topo Gigio* e o *Mundo Mágico de Alakazan* mostravam nas programações da emissora a vinculação com empresas estrangeiras, enquanto que *Sítio do Pica-pau Amarelo* retratava o nacionalismo lobatiano e o *Clube do Títo* (1966), assim como *Capitão Furacão* (1965)⁷⁶, marcavam os investimentos em programas infantis humorísticos que gradativamente passaram a apresentar desenhos animados.

A Rede Globo, apesar de *Topo Gigio* ser um sucesso comprado em produtoras italianas, teve suas vinculações de parcerias, como no caso da FOX, com empresas americanas, principalmente, em se tratando de séries animadas. No caso do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), o sucesso da antiga TVS deve-se em grande parte ao sucesso de “El Chavo”, conhecido no Brasil como Chaves, série animada que caracteriza a transposição do gênero novela humorística, vinculada ao público infanto-juvenil.

O autor dOs *Simpsons*, Matt Groening, influenciado por Chaves e por Chapolin, chegou a criar um personagem simpsonianos “O homem abelha”. De forma parecida, em 1989, a Rede Globo de Televisão apresentou, pela primeira vez, Os *Simpsons*, série cujo sucesso imediato iniciou um processo de venda, no Brasil, de vários produtos vinculados à marca. Evidentemente, a Globo, já hegemônica no domínio das comunicações, não se desenvolveu especificamente por causa do desenho, mas lembramos, mais uma vez, que *Capitão Furacão* (1965) impulsionou a emissora na sua origem.

O historiador Hobsbawm, em “A Era dos extremos”, já destacava o fenômeno da juvenilização da sociedade no século XX. Este mesmo século é tratado por Philippe Ariès como o “século da adolescência”; já Umberto Eco o denomina a “Era da Comunicação”. Tais denominações unidas tornam o público jovem um dos alvos centrais das indústrias audiovisuais do fim do século passado. A FOX e as emissoras brasileiras de televisão estão cientes desta demanda, e é nesse contexto que Matt

⁷⁶ Esse programa era transmitido ao vivo durante a semana, sendo apresentado por Pietro Mario ficou no ar por 5 anos. Para participar, os telespectadores mirins ganhavam uma carteirinha de grumete com o nome oficial do sócio. Em um mês havia 3.000 grumetes associados ao navio-programa do Capitão Furacão. O programa foi sucesso infantil na Globo e foi considerado o primeiro programa a dar audiência a emissora. Ver: Memória Globo. *Dicionário da Rede Globo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004, p. 1965.

Groening, nascido em Portland, nos Estados Unidos em 1954, viveu na segunda metade do século XX e procurou representar, em seus desenhos, problemas vividos no decorrer de sua vida.

1.2.5. Violência, sexo, drogas, música e muito dinheiro: preocupações familiares dOs Simpsons

Em relação às guerras, à política e mídia, foram criados episódios e personagens cuja comicidade vincula-se a tais temáticas. A respeito da criação dos personagens, destaca-se Abraham Jasper Simpson⁷⁷, de 83 anos, pai de Homer Simpson e ex-veterano de guerra. Participante da Primeira e da Segunda Guerra Mundial, o octogenário pai de Homer mora junto com seus amigos, no Castelo dos Aposentados de Springfield. Em conjunto com o senhor Burns, participou do grupo “Peixes do inferno” nas guerras mundiais.⁷⁸ Além disso, “Abe” como é apelidado, é apontado como o criador do desenho violento, estilo “Tom e Jerry”, chamado “Comichão e Coçadinha”. Um gato e um rato que se degladiam no principal desenho animado apresentado para os telespectadores de Springfield.

Desconsiderado socialmente pela família Simpson, mesmo tendo comprado a casa da família com o dinheiro de um prêmio que ganhou na televisão, o vovô é ouvido nos episódios, quando existe algum julgamento em Springfield e ele sugere como sentença ao acusado “*vamos matá-lo*”. Ao contar suas histórias sobre as guerras, ele, geralmente, pega no sono. Porém, cabe lembrar que Bart, nome do personagem simpsonianiano que, a princípio poderia se chamar Matt, devido à identificação do criador com seu personagem, simpatiza com questões de guerra e em vários episódios se mete em confusões por causa disso. A interface entre o avô e os netos Lisa e, principalmente, Bart, é tão intensa que, em alguns meios de comunicação versando sobre o desenho, a autoria de “Comichão e coçadinha” é atribuída a Bart e Lisa, os quais se utilizariam do vovô, como adulto, para conseguir lançar a animação. Essa versão é apresentada no episódio 78 “A Barreira”, da quarta temporada, apresentado pela primeira vez em 1993, no qual Bart e Lisa buscam criar um desenho animado, mas por serem crianças, não ganham projeção. A partir de então, elaboram desenhos marcados por extrema violência, cujos episódios foram denominados “Pequena barbearia dos horrores” e

⁷⁷ As informações sobre o vovô Simpson foram acessadas em 14 de janeiro de 2010. Ver em: <[http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Abraham Simpson](http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Abraham_Simpson)>.

⁷⁸ Disponível em: <[http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Abraham Simpson](http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Abraham_Simpson)>. Acesso em: 14 jan. 2010.

“Gritos no shopping”, e apresentam sua criação, utilizando o nome de seu avô Abraham Simpson, que se passa por criador dos episódios. Facilmente, o desenho “Comichão e Coçadinha” ganha imensa popularidade, principalmente devido à violência apresentada.

O vovô Simpson, apesar de ser considerado um inútil, tece, sutilmente, alguns comentários instigantes como quando afirmou que o dinheiro que ganharia sem fazer nada deveria ser real, porque “os *democratas estavam no poder*”⁷⁹. Em seguida, no episódio “Gritos no shopping” de “Comichão e Coçadinha” produzido por Lisa e Bart, o gato “Coçadinha”, após subir a escada rolante do shopping, tem seus pés presos por pregos. No final da escada, “Comichão” colocou lanças para decapitar os pés de “Coçadinha”. Nesse ínterim, o gato pelado retoma sua pele e, ao sair do shopping, é castigado por um grupo de naturalistas protetores dos animais. Observemos a imagem abaixo:



Figura 10: Naturalistas agredindo o gato “Coçadinha”

Fonte: Disponível em: <http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/A_barreira>. Acesso em: Jan. de 2010.

Na cena, mais uma vez, é expressa uma crítica aos democratas e ao governo Clinton (1993-2001), durante o qual as propostas de defesa do meio ambiente, por vezes, contrastavam com interesses belicistas que marcaram as atividades dos democratas, principalmente, na Segunda Guerra Mundial e nas primeiras décadas da

⁷⁹ Episódio “A Barreira”, número 78, apresentado pela primeira vez em 15 de abril de 1993. Disponível em: <http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/A_barreira>. Acesso em: jan. de 2010.

Guerra-fria (1945-1991), com exceção dos mandatos do republicano Eisenhower (1953-61) e Richard Nixon (1969-74). Nixon teve sua impopularidade ampliada após a derrota no Vietnã e pelo caso de corrupção e espionagem política envolvendo o Partido Democrata, apelidado de caso Watergate.

A crítica simpsoniana atinge a proposta de desarmamento e proteção ambiental de Bill Clinton, visto que, no desenho, os ambientalistas agridem o próprio animal, o gato “Coçadinha”, tomando sua pele. Percebido que o episódio “A Barreira” é lançado ao ar em 1993, a crítica afiada d*Os Simpsons* não recepciona bem o recém eleito presidente Bill Clinton, que pôde ter condição de assistir a um episódio simpsoniano satirizando mulheres radicais defensoras do meio ambiente.

Douglas Kellner afirma que, mesmo com a eleição de Bill Clinton em 1992, os posicionamentos conservadores do “reaganismo”, na maioria das vezes, ainda prevaleceram. Ademais, afirma que a televisão e o rádio nos Estados Unidos continuavam sendo dominados por vozes conservadoras e machistas. A respeito das representações de mulher e do feminismo expressos pela mídia americana, Kellner enfatiza que:

Os filmes de Hollywood atacam com frequência as mulheres e o feminismo, celebrando as mais grotescas formas de poder masculino e machismo irrestrito. A ‘paranóia masculina e branca’ é evidente em todos os meios culturais, desde o monopólio dos comédicos até as entrevistas de rádio, e a ofensiva cultural conservadora alastra-se invicta.⁸⁰

Em *Os Simpsons*, desenho que, estruturalmente, tem uma hegemonia de produtores e personagens masculinos, a temática do machismo e as relações de gênero são postas em evidência. Geralmente, os homens são retratados como figuras descompromissadas e as mulheres como personagens ativas, mas, constantemente, submissas ao predomínio masculino na família. Apesar de a maioria dos personagens viventes em Springfield serem masculinos, é importante notar que na família Simpson, composta por cinco integrantes, Marge, Lisa e Maggie são maioria no núcleo familiar. A imbecilidade de Homer, a insanidade do vovô Abraham Simpson e o vandalismo de Bart contrastam, frequentemente, com a sensatez de Marge, a ousadia da vovó Simpson

⁸⁰ KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. São Paulo: EDUSC, 2001. p. 31.

e a inteligência de Lisa Simpson, além da capacidade peculiar do bebê Maggie Simpson. Enfocaremos estas discrepâncias a seguir.

Em “A Barreira”, é salutar, ainda, observarmos que Matt Groening e os produtores dos *Simpsons* mimetizam, satiricamente, a produção de um desenho. Dificilmente Bart e Lisa se unem. Mas, para a produção da “Barbearia dos horrores”, título do episódio premiado de “Comichão e Coçadinha”, os dois se preocupam em preparar o desenho. Lisa consulta um livro intitulado “Como se ganhar dinheiro com desenhos?” e esclarece a Bart que o primeiro passo para se produzir um desenho é pensar no cenário. Bart, inspirado em seu cotidiano familiar, principalmente no fato de Homer estar cortando as plantas e o cabelo de Marge no jardim, opta pela barbearia. Lisa sugere que Comichão (o rato), ao tentar cortar o cabelo de Coçadinha (o gato), cortasse sua cabeça. Bart afirma que isso é muito previsível e propõe que Comichão coloque um molho na cabeça de Coçadinha e depois libere insetos carnívoros que o devorarão. Visualizemos, a seguir, trechos do episódio intitulado “Barbearia dos horrores”, produzido pelas crianças da família Simpson:



Figura 12: Barbearia dos horrores

Fonte: Disponível em: <http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/A_barreira>. Acesso em: jan. de 2010.

Em vez de o rato cortar a cabeça do gato, a imprevisibilidade violenta proposta por Bart Simpson se materializaria nas formigas carnívoras que devorariam a cabeça de “Coçadinha”, após “Comichão” ter enchido seu cabelo com molho. Na

imagem seguinte, o ratinho lançaria a cadeira de barbeiro para cima, e o gato apareceria em uma televisão em frente a um personagem parecido com Elvis Presley que daria um tiro na tela. O desenho em um estilo “Tom e Jerry” e “Pica-pau amarelo” teria episódios curtos em que a esperteza e a violência animariam os telespectadores e ganharia o respeito de empresas que investiriam nessas propostas de roteiros. Ao apresentar tal questão, a crítica amarelada simpsoniana sugere uma séria reflexão sobre os investimentos das multinacionais e dos empresários em obras “animadas” agressivas.

Ao mesmo tempo, *Os Simpsons* utilizam o mesmo recurso violento para se promoverem na mídia televisiva. Outro ponto relevante, destacado no episódio, versa sobre o produtor frente aos autores. É apresentado ao espectador o produtor de “Comichão e Coçadinha”, como o dono da série que objetiva, ferozmente, o lucro e lê as autorias dos episódios como critério para selecioná-las. Além disso, os demais autores da produtora são, várias vezes, humilhados pelo seu produtor com palavras e agressões físicas.

A respeito das pressões exercidas sobre o autor para a construção de uma obra audiovisual, o historiador Marc Ferro afirma:

O capital dispõe de armas agudas e ainda de serviços jurídicos potentes; para ele, o que se figura pertence em primeiro lugar ao produtor que coloniza ao mesmo tempo os autores e as pessoas e objetos representados.⁸¹

As “barreiras” apresentadas por *Os Simpsons* no episódio “A Barreira”, recebem um “efeito zoom” pelas dificuldades de aprovação do episódio de “Comichão e Coçadinha”, produzido por Bart e Lisa, o qual é censurado pelo fato de eles serem crianças e terem enviado um recado explicativo ao produtor. Além disso, serem representados pelo vovô Simpson os deixa sempre em uma situação delicada. A condição é tão problemática que, no momento do recebimento do prêmio, o vovô Simpson faz um escândalo, ao dizer que o desenho era muito violento e que ele não concordava com o que havia “construído”. Enfim, a relação entre domínio e capital, representantes da força do produtor, é hegemônica além da audiência que somadas potencializaram praticamente o sumiço do autor. Nos demais desenhos de *Os Simpsons*,

⁸¹ FERRO, Marc. A quem pertence as imagens? In: *Cinematógrafo: um olhar sobre a história*. Jorge NÓVOA, Soleni Biscouto Fressato, Kristian Feigelson (org.). Salvador: EDUFBA; São Paulo: Ed. UNESP, 2009. p. 22.

episódios de “Comichão e Coçadinha” são, constantemente, apresentados, porém, a autoria de Lisa e Bart não é mais destacada. O predomínio da produção sobre a autoria marca a sequência dos desenhos dOs *Simpsons*, apresentando, assim, uma realidade em que, geralmente, o autor tem de ter uma capacidade fenomenal de ser, ao mesmo tempo, jogador e árbitro.

Com o episódio escrito por Lisa e Bart, o vovô Simpson recebe uma premiação e ganha um salário de 800 (oitocentos) dólares mensais. O sucesso do desenho faz com que o dono da empresa produtora de desenhos despreze e demita os antigos roteiristas de “Comichão e Coçadinha”, que possuíam um alto nível de escolaridade e haviam estudado em Harvard. A utilização da violência e imprevisibilidade para cativar os telespectadores, a manutenção da estrutura estilo “Tom e Jerry”, no desenho “Comichão e Coçadinha”, a crítica às propostas intelectuais educativas expressas em alguns desenhos e a busca incessante por dinheiro, tanto dos roteiristas como dos produtores são aspectos apresentados, criticamente, no episódio “A Barreira”, que contribuíram muito para pensarmos a produção dOs *Simpsons*.

O uso das diversas esferas de violência é uma característica dOs *Simpsons*, desenvolvida, principalmente, pelos personagens masculinos: Abraham Simpson, ativista de guerra; Homer Simpson, trabalhador desastrado de uma usina nuclear; e Bart Simpson, produtor e fã de “Comichão e Coçadinha”, que adora trapacear, participar de eventos violentos e jogar seu jogo de videogame favorito, intitulado “Tempestade de Ossos”.

Em substituição à polarização marcada pela violência de “Tom e Jerry”, Os *Simpsons* seguem a estrutura familiar de outras séries americanas, como *Os Flintstones* e *Os Jecksons*. Porém, as famílias pré-histórica ou futurista cedem lugar a uma família comum, localizável em qualquer cidade americana. Ou seja, apesar de uma imprevisibilidade maior e uma atitude politicamente incorreta, o velho modelo da família nuclear e seus problemas são marcantes em *Os Simpsons*.

Marshall MucLuhan enfatiza que histórias sobre o cotidiano familiar, refletindo as queixas e irritações partilhadas por todos, são importantes artifícios de comunicação que geram aceitabilidade, questão importante para pensarmos a família *Simpson*. Além disso, ele destaca que uma produção comunicativa visual, em um mundo de ritmo acelerado, deve ser marcada por um chiste, uma anedota abreviada. Estruturalmente, os episódios simpsonianos são de curta duração. Em todas as cenas, questões engraçadas são apresentadas de forma a manter a atenção do público.

MucLuhan, considerando que o chiste é produzido pelo ritmo acelerado do mundo, enfatiza que piadas contadas ou produzidas visualmente podem ser atrativas para o receptor. A esse respeito, esclarece: “*Os chistes são para as pessoas incapazes de prestar a atenção por muito tempo, que não têm paciência para esperar o fim da história. É preciso trabalhar depressa. Dizer uma única frase de impacto.*”⁸²

A produção dOs *Simpsons* é composta por grupos bem-letrados. Porém, os roteiristas, várias vezes, fazem crítica ao intelectualismo e à busca incessante por dinheiro como molas propulsoras para a produção do desenho. Nesse viés, o difícil diálogo entre Bart (o garoto despreocupado com as letras) e Lisa (a intelectual) são tensões que caracterizam a composição dOs *Simpsons*. O personagem Sr. Burns, por exemplo, é um rico empresário que, apesar de ter muito dinheiro, é uma figura rodeada por inimigos e vícios. Os intelectuais, apresentados como antigos produtores de “Comichão e Coçadinha”, são colocados como decadentes e frustrados, enquanto Homer e Bart, símbolos do anti-intelectualismo, conseguem passar por seus problemas com uma alegria maior do que a dos personagens que possuem dinheiro ou alto grau de intelectualidade. Talvez, nesse ponto, esteja um dos segredos da manutenção dOs *Simpsons* no ar em vários países do mundo há mais de 20 anos.

Ao enfocarmos o passado da família Simpson, analisamos o episódio número 150, intitulado “Vovô Simpson e seu neto” em “A maldição dos infernais peixes voadores”, exibido pela primeira vez em abril de 1996, Abe (vovô Simpson) e o senhor Burns disputam valiosos quadros apreendidos na Segunda Guerra Mundial. Na imagem a seguir, os dois trocam olhares no funeral de Asa, remanescente de guerra que havia deixado uma carta para Abe, esclarecendo sobre os valiosos quadros.

⁸² MCLUHAN, Marshall. *MucLuhan por MucLuhan: conferências e entrevistas*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p. 331.



Figura 13: O Sr. Burns e o vovô Simpson

Fonte: Disponível em:

<http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Vov%C3%B4_Simpson_e_seu_net%C3%A3o_em_%22A_Maldi%C3%A7%C3%A3o_dos_Infernais_Peixes_Voadores%22>. Acesso em: jan. 2010.

Ao apresentar os personagens Sr. Burns e Abraham Simpson, com as lembranças da Segunda Guerra Mundial, frisa-se a despolitização da guerra e o apego ao aspecto mercenário capitalista que se vincula a pretensão do grupo americano de roubar os quadros valiosos. A denominada “Maldição dos infernais peixes voadores” diz respeito ao fato de que o último remanescente do grupo dos “peixes infernais” ficaria com o tesouro, ou seja, os valiosos quadros. Na perspectiva da guerra, enquanto investimento lucrativo para americanos, o historiador Leandro Karnal afirma:

Os Estados Unidos saíram da guerra como líder militar e econômico do mundo. A economia do país passou a ser controlada mais do que nunca pelas grandes corporações que moldaram um consenso político nos anos de 1950, garantindo melhores salários para muitos trabalhadores em troca do controle conservador da economia e sociedade. Este acordo foi baseado numa política fortemente anticomunista, que levou o país a uma guerra “fria” contra ameaças “radicais” além-mar e dentro das fronteiras nacionais. No entanto, sobreviveram vozes alternativas deplorando a conformidade social e

cultural, a falta dos direitos civis e os limites da afluência econômica.⁸³

O poderio das grandes empresas citadas acima é representado, fundamentalmente, em *Os Simpsons*, pelo Sr. Burns que, de remanescente da Segunda Guerra, enquadrou-se como um capitalista voraz de Springfield. Em contrapartida, Abraham Simpson apresenta-se como um personagem desprestigiado e enclausurado por Homer em um asilo. No episódio “Vovô Simpson e seu neto em ‘a maldição dos infernais peixes voadores’”, Abe se vê diante da possibilidade de se apropriar do lucro, ou tesouro, materializado nos quadros da Segunda Guerra.

Na busca incessante por dinheiro, aspecto amrcante da vida do Sr. Burns e, também, a relação dos Simpsons com os anos de 1960 e 1970, o episódio “Vovó Simpson”, da 7ª. Temporada, transmitido pela primeira vez em novembro de 1995, é fundamental. Nele, Homer, após simular sua morte para não ser explorado pelo Sr. Burns, encontra-se cheio de problemas, pois, sem o emprego, as empresas de utilitários não prestariam serviços para os *Simpsons*. Procurando o cartório para regularizar sua situação de vivo, ele descobre que sua mãe está viva, mas não acredita. Procurando a cova de sua mãe no cemitério, Homer encontra sua própria cova e, ao pular para dentro, é questionado por sua mãe, estabelecendo o seguinte diálogo:

- Seu homem horrível! (mãe)
- _ Saia da cova de meu filho!
- _ Lamento desapontá-la, senhora, mas a cova é minha. (Homer)
- _ Espere aí.
- _ Mãe?
- _ Homer? (mãe)

Após o encontro com sua mãe, Homer a convida a morar em sua casa. Logo, Lisa Simpson percebe que sua avó é procurada pela polícia. Incomodados com o passado da vovó, os Simpsons a pressionam e ela rememora seu passado de ativista-pacifista. Influenciada pelos pressupostos revolucionários e as premissas de mudanças dos anos de 1960, a vovó Simpson esbarrava no conservadorismo de seu marido, Abe Simpson. Porém, na faculdade, ela dizia encontrar adeptos das ideias da contracultura

⁸³ KARNAL, Leandro. *História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI*. 2ª.ed. São Paulo: Contexto, 2007, p. 218.

que a motivavam a lutar. O principal alvo dos jovens amigos da vovó Simpson era o “Laboratório de Guerra Biológica” do Sr. Burns. Os jovens, então, lutavam contra “o puro demônio”, ou seja, o Sr. Burns, dizendo:



Figura 14: Jovens contra o Laboratório de Guerra Biológica do Sr. Burns

Fonte: Episódio “Vovó Simpson” (1995).

Em resposta, o Sr. Burns afirma:

- _ Poder do amor...
- _ Não é páreo para o poder do meu olhar.

Para destruir o laboratório de germes, era necessária uma ação drástica. Utilizaram uma bomba de antibiótico e acabaram com os germes do Sr. Burns, que prometeu se vingar.

A pacifista, a partir de então, foi identificada pela polícia e perseguida. Despediu-se de Homer e desapareceu, permanecendo refugiada por aproximadamente 27 anos, sendo enquadrada como terrorista e odiada pelo Sr. Burns, que acreditava que aqueles jovens haviam impedido os avanços das armas químicas para as guerras e o sucesso, ainda maior, de suas empresas. Burns, ao saber que a vovó Simpson estava viva, contacta o *Federal Bureau of Investigation* (FBI) e inicia uma perseguição à senhora Simpson. Após saírem da sala do empresário, os agentes de investigação do governo americano se questionam:

- _ Como uma garota bonita se deixa levar por um monte de ideais tolos e promessas vazias?
- _ Talvez achasse a guerra tão imoral, que justificasse.
- _ Nossa, Joe. Você não é o mesmo desde que seu filho pirou no Vietnam.
- _ Uma dor eterna.

Ao mudarem de cena de forma abrupta, os autores dOs *Simpsons* sugerem questionamentos acerca dos efeitos das “guerras imorais”, muitas vezes, potencializadas pelo governo americano. Levantar questionamentos históricos importantes é um dos principais diferenciais do desenho que, por meio de uma ironia politicamente incorreta, diferencia-se de outras séries. Expressando claramente a ideia de exposição da relação existente entre lucratividade, laboratórios de guerras biológicas e a luta dos jovens nos anos de 1960 contra tais empreendimentos, o desenho nos apresenta um componente fundamental que influencia seus criadores: o contexto do avanço do movimento jovem, a decadência da Guerra-fria e novidades tecnológicas dos meios de comunicação massivos. As problemáticas vividas pela família de Matt Groening, e mesmo por demais famílias de americanos a partir dos anos de 1960, criam um sentido de identificação que condiciona parte do sucesso do desenho que desde 1989, até 2010, continua sendo produzido e veiculado, em vários países do mundo.



Figura 15: Lisa e a vovó Simpson: o espírito dos anos 1960

Fonte: Episódio “A vovó Simpson” (1995).

A frase “fico feliz que o espírito dos anos 60 ainda viva em vocês,” revela a personagem Lisa, intelectual, ambientalista, pacifista e interessada em Jazz e Blues, como uma representante do feminismo dos anos de 1960. Sua procura por lutas em prol

de causas humanitárias e a tentativa de melhorar o comportamento de seus familiares do sexo masculino, Homer e Bart Simpson, caracterizaram-na como uma personagem dinâmica e inteligente, porém, menos marcante do que seus familiares masculinos, na construção dos episódios que geralmente privilegiam estes últimos. A respeito de tal questão, destacamos a análise da personagem feita por Snow e Snow:

Um possível motivo é a suposta impopularidade de suas opiniões: alguns críticos rotulam Lisa como uma pequena e precoce feminista, baseando-se em sua rejeição a vida limitada de Marge e sua tendência para as campanhas e protestos, como a campanha para reformar toda a indústria de bonecas em ‘Lisa versus Malibu Stacy’, que aparece em quase todos ‘os melhores episódios’ da lista. Lisa desaprova as coisas tolas e chauvinistas que sua nova Malibu Stacy falante foi programada para dizer, e com seu jeitinho impetuoso vai diretamente ao encontro com o criador da boneca.⁸⁴

Ao discutir sobre “A política sexual em Os Simpsons”, os autores frisam que o desenho procura questionar as devoções televisivas de “Papai sabe tudo” dos anos de 1950 e até a qualidade da programação da empresa que os patrocina, a FOX. Apesar disso, é mantida uma política sexual conservadora, pois, a cidade de Springfield tem população predominantemente masculina, a grande maioria dos episódios se concentra em Bart e Homer e a caracterização de Lisa (exposta acima) e Marge já marcavam outras séries televisivas americanas. Ao abordar sobre a personagem Marge, Snow afirma:

À primeira vista, Marge é insurgente como mãe da televisão. Seu cabelo azul bem armado e sua pele amarela a tornam visualmente espantosa. Sob um exame mais cauteloso, porém, ela permanece dentro dos limites das mães de TV dos anos 1950 e início dos anos 1960. O cabelo bem feito faz lembrar as mães de Harriet Nelson e June Cleaver. Seu colar de perólas lembra Margaret Anderson (Papai Sabe Tudo), June Cleaver, Donna Stone (The Donna Reed Show), e até Wilma Flintstone. Na casa ou em público, Marge usa o convencional vestido de suas antecessoras dos anos de 1950 e 1960. O vestido da mãe de TV foi apenas brevemente subvertido por Mortícia Addams e Lily Munster entre 1964 e 1966. E como muitas de sua

⁸⁴ SNOW, Dale E., SNOW, James J. Política sexual simpsoniana. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2004. p. 131-132.

linhagem, a maternidade a tornou relativamente assexuada, embora sempre tradicionalmente feminina.⁸⁵

No trecho acima, evidencia-se o fato de que a personagem Marge Simpson é criada nos moldes de outras séries de sucesso nos Estados Unidos. Podemos acrescentar que isso também ocorre com os demais membros da família. É evidente que não queremos combater a ideia de que *Os Simpsons* é uma crítica aos problemas vividos por uma família de classe média americana, entretanto, a composição dos personagens e as próprias críticas não desfazem a família nuclear, ao contrário, ao fim de cada episódio, os vínculos familiares são revitalizados.

Além do episódio apresentado acima, Daniela Sacuchi Amereno, ao discutir sobre o descaminho do feminismo nos Simpsons; corrobora a ideia da hegemonia masculina na narrativa e na própria cidade de Springfield. Tendo como referência central o episódio “Nos somos jovens, jovens”, exibido pela primeira vez nos Estados Unidos em 1991, ela destaca que, em um movimento de *flashback*, a família Simpson, diante de problemas técnicos com a televisão, resolve contar a história do encontro de Marge e Homer, retomando o passado. Marge rememora sua participação no movimento feminista, em 1974, na cidade de Springfield, onde ela chegou a queimar um sutiã, mas foi repreendida pelo diretor e levada para um castigo. Nesse ínterim, Homer e um amigo são encontrados fumando no corredor e também recebem castigo do diretor da escola. É, nesse momento, que o casal se encontra e inicia-se a posterior paixão. Homer procura enfrentar os debates políticos, mas sua inteligência limitada dificulta sua aproximação com Marge. No dia do baile da escola, Marge escolhe Artie Ziff (garoto intelectual) para levá-la. Os dois recebem o prêmio de rei e rainha do baile e Homer segue desolado. No carro, após o desfile, Artie ultrapassa os limites sexuais impostos por Marge e ela foge e encontra Homer.

Segundo Daniela Sacuchi Amereno, toda a narrativa é construída sobre o prisma do masculino e, a respeito do descaminho do feminismo no episódio, esclarece:

Diegeticamente, em 1974, enquanto Marge se preocupa com a causa feminista, é inteligente e dedicada, Homer fuma no banheiro escondido, não gosta de estudar e é alienado aos acontecimentos do mundo. Nos dias atuais, Marge é esposa dedicada e mãe boazinha que cuida da casa, ama, compreende e aceita a estupidez de seu homem,

⁸⁵ Ibidem. p. 128.

perdoando as maiores atrocidades, ao passo que Homer é egocêntrico, preguiçoso, mal educado e anula todos os esforços de Marge na criação dos filhos. Essa cultura patriarcal se sobrepondo aos ideais feministas pode sugerir que o episódio também é uma crítica ao caminho ou descaminho que o movimento feminista tomou.⁸⁶

Assim, enquanto a dedicação de Marge à família, após o casamento com Homer, teria sido fator preponderante para por um fim ao seu engajamento pelas causas políticas e sociais, por outro lado, Homer tornou-se cada vez mais individualista e com frequentes desvios de caráter. Porém, contrariando um pouco o caminho de análise seguido pela autora, os homens são apresentados, na maioria das vezes, como idiotas, enquanto preocupações e problemas familiares são temáticas que aparecem vinculadas à Marge e Lisa, personagens configuradas como inteligentes. Nesses termos o fato de os personagens masculinos figurarem como ignorantes e estúpidos e as femininas como inteligentes, revela, no mínimo, um paradoxo proposital.

No episódio “Lisa, uma Simpson”, a moça fica preocupada por estar condenada geneticamente à idiotice e sente um alívio ao saber que o gênero pode tê-la poupado. Paul Halpern, ao analisar o episódio, destaca que Lisa ficou aflita, quando seu avô lhe explicou que existe uma predisposição genética para o declínio mental que se ativa na metade da infância. Para acalmar a filha, Homer convida vários parentes para darem seus depoimentos. Enquanto os homens a deixam mais apavorada com seus relatos de fracasso, as mulheres apresentam experiências vividas que evidenciam carreiras de sucesso. Se as explicações da denominada doutora Simpson, esclarecendo Lisa que o gene defeituoso está alojado no cromossomo Y e é transmitido apenas de homem para homem a deixaram tranquila, é importante esclarecer que o assunto continua sendo alimentado como polêmico e controvertido:

A inteligência é um tema complexo; a vivacidade intelectual e o sucesso dependem de uma variedade de fatores, tanto ambientais quanto genéticos, muitos dos quais ainda não são completamente compreendidos. Na verdade, esta complexidade é apresentada em outros episódios da série, em que as diferenças entre mulheres e homens da família Simpson não são tão evidentes. Por exemplo, no episódio ‘Irmão, Onde Estarás?’, Homer se encontra com Herb, seu meio-irmão há muito desaparecido, que se revela rico e extremamente

⁸⁶ AMERENO, Daniela Sacuchi. O descaminho do feminismo nos Simpsons. *Cenários da Comunicação*. São Paulo, 2006. p. 58-59.

bem sucedido. Em ‘Os Monólogos da Rainha’, Homer viaja para a Inglaterra e encontra Abbie, sua meia-irmã também há muito desaparecida, que é espantosamente semelhante a ele na voz, no aspecto e na inteligência.⁸⁷

Essas variantes, acrescidas de outras, como a busca pela popularidade e lucro, talvez, expliquem a decisão atribuída à personagem Marge Simpson, em 2009, de pousar para a revista *Playboy*, em um ensaio erótico. Observemos abaixo algumas imagens:



Figura 16: Marge Simpson nas páginas da Playboy (2009)

Fonte: Disponível em: <<http://wosiack.files.wordpress.com/2009/10/marge-na-playboy-6201.jpg>>.
Acesso em: 10 de dez. 2010.

Em comemoração aos 20 anos da série, Marge Simpson faz seu primeiro ensaio sensual para a principal revista masculina americana. A proposição de liberdade sexual, no percorrer dos vinte anos de desenho, alterou, gradativamente, algumas posturas da personagem simpsoniana. Em outros episódios, Marge já havia beijado uma pessoa do mesmo sexo e, em novembro de 2009, a tradicional mamãe Simpson, empunhando as rosquinhas *Donuts*, muito desejadas por Homer, posou para a *Playboy* americana. É interessante perceber que, na imagem à esquerda do observador, a “presença de Homer” é novamente marcada, porém, em vez das rosquinhas, é possível

⁸⁷ HALPERN, Paul. *Os Simpsons e a ciência: o eles podem nos ensinar sobre física, robótica, a vida e o universo*. São Paulo: Novo Conceito Editora, 2008. p. 25.

visualizar sua sombra no costado de Marge. Liberdade sexual? Até que ponto essa decisão poderia ser atribuída a influência dos anos de 1960?

Mesmo caracterizando-se como uma mãe de perfil conservador, na maioria dos episódios, Marge tem uma vantagem sobre suas colegas de outras séries televisivas: “*mesmo depois de anos de casamento e já com três filhos, ela tem uma vida sexual satisfatória*”.⁸⁸ Comumente, os roteiristas de televisão americanos costumavam construir suas personagens femininas, principalmente as mães, como pessoas que, ao optarem pelo casamento, abdicaram, direta ou indiretamente, do sexo e da sensualidade. Como capa da Revista *Playboy*, Marge Simpson quebra a norma televisiva, demonstrando que, apesar de explorada menor número de vezes, as personagens femininas em *Os Simpsons* têm um papel fundamental para entendermos a composição do desenho.

Marge garante aos seus homens que os ama do jeito que eles são; Lisa os faz querer melhorar, e os orienta em direção dessa possibilidade. Esses papéis são magníficos e dramaticamente significativos, e parecem atribuir as melhores qualidades humanas à fêmea da espécie. Entretanto, ser uma inspiração para sujeitos estúpidos em todo lugar (ou na sua família) ainda não questiona a posição desses sujeitos bem no centro do palco da vida.⁸⁹

A identificação dos personagens simpsonianos com o público é uma questão enfatizada, claramente, pelo principal agente de estudos da história, o tempo. Ao ser produzido anualmente e em série, além da longevidade, *Os Simpsons* povoam a televisão americana e brasileira há muitos anos. O formato da série animada, muito mais do que um filme, condiciona uma relação diferenciada com o público, pois, convivendo durante muito tempo diariamente, com as peripécias da família, o público pode, ou não, identificar-se, em alguns momentos, com os personagens; em outros momentos, de maneira inversa, os personagens podem se adequar às mudanças sociais condicionadas pelo público. O fato de Marge posar para a *Playboy* americana apresenta uma conduta comum, apreciada por inúmeras pessoas do grande público que cultuam as celebridades americanas. Nesse sentido, a proximidade do personagem com o humano, ou a relação

⁸⁸ SNOW, Dale E., SNOW, James J. Política sexual simpsoniana. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2004. p. 131.

⁸⁹ SNOW, Dale E., SNOW, James J. Política sexual simpsoniana. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2004. p. 138.

das celebridades com os personagens, povoa um mundo construído pelo capital, pelas tecnologias e pela valorização das imagens que, de bom grado ou não, fazem parte da realidade social da maioria dos países do mundo. Em relação à apropriação das imagens no mundo contemporâneo, Marc Ferro destaca:

Consequentemente, a questão da apropriação termina dizendo respeito a vários personagens: o autor individual ou coletivo, o ordenamento jurídico, o Estado, o capital, as pessoas, assim como a sociedade e objetos figurados. É um jogo de relações de força onde o Estado pode significar ao mesmo tempo a repressão e a censura, assim como também os sentimentos da coletividade, numa situação onde o Direito está a serviço da jurisprudência, mas esta está sem armas ante as novas tecnologias e deve inovar.⁹⁰

De acordo com Marc Ferro, é possível considerar uma fragilidade do ordenamento jurídico em relação ao caso da apropriação das imagens, considerando que, no mundo neoliberal, o Estado dificilmente se coloca contra as pressões do capital. Deduz-se, daí, ao menos em parte, a projeção dos *Simpsons* e seus personagens, via FOX, para vários países do mundo. Entretanto convém ressaltar que o próprio Marc Ferro destaca que as imagens pertencem também àqueles que as vêem. Assim, o efeito de um filme, ou em nosso caso, do desenho, não depende apenas de uma análise daquele que produz e sim da maneira como pessoas ou comunidades vêem a produção, de como a percebem, de sua percepção. Com essa perspectiva, a política incorreta simpsoniana e as imagens construídas do Brasil passam a ser dependentes dos olhares de representantes oficiais do Estado, empresas e indivíduos brasileiros que, a partir de tais imagens, tomaram atitudes diversificadas em relação aos produtores e à produção. Debater sobre essa tensão é proposta fundamental de nossa análise.

Em “A Era dos Extremos”, Eric Hobsbawm dedica um capítulo para pensar a ascensão dos jovens, após a 2ª. Grande Guerra (1939-45), especialmente durante os movimentos das décadas de 1960 e 1970. Tratando sobre “a revolução cultural”, no período da Guerra-fria (1945-91), Hobsbawm destaca que o crescimento do número de jovens, associado ao descrédito progressivo da família nuclear, principalmente nos países capitalistas, acabou fazendo com que grandes empresas apoiassem a emergência

⁹⁰ FERRO, Marc. A quem pertence as imagens? In: *Cinematógrafo: um olhar sobre a história*. Jorge Nóvoa, Soleni Biscouto Fressato, Kristian Feigelson (org.). Salvador: EDUFBA; São Paulo: Ed. UNESP, 2009. p. 22.

do *rock*, contribuindo para o surgimento de verdadeiras “divindades” populares vinculadas à música e ao cinema, tais como Jimmi Hendrix, Janis Joplin, Bob Marley, James Dean entre outros. Nesse sentido, o autor esclarece:

[a] nova ‘autonomia’ da juventude como uma camada social separada foi simbolizada por um fenômeno que, nessa escala, provavelmente não teve paralelo desde a era romântica do início do século XIX: o herói cuja vida e juventude acabavam juntas. (...) O surgimento do adolescente como ator consciente de si mesmo era cada vez mais reconhecido, entusiasticamente, pelos fabricantes de bens de consumo, às vezes com menos boa vontade pelos mais velhos, à medida que iam expandir-se o espaço entre os que estavam dispostos a aceitar o rótulo de ‘criança’ e os que insistiam no de ‘adulto’.⁹¹

A discussão proposta pelo autor evidencia a importância do estudo de fenômenos audiovisuais para a compreensão da história, já que no período da Guerra-fria ocorreu, por exemplo, um superinvestimento em calças jeans e em bandas de *rock* ou de música alternativa, que se enquadravam no gosto jovem daqueles tempos.

No desenho em discussão, Elizabeth Marie Simpson, conhecida como Lisa, adoradora de *Jazz e Blues*, tem como ídolo o falecido “Gengiva Sangrenta”, e se tornou vegetariana por sugestão de Paul McCartney no episódio “Lisa a vegetariana”. Lisa é ambientalista, e sua excessiva inteligência a tornou uma das maiores expoentes desse ideal academicista, mesmo com apenas 8 anos de idade. Sua inteligência, às vezes, faz com que ela pareça arrogante, tornando-a, incompreendida. É também, dentre as personagens simpsonianas a que mais acredita nas mudanças positivas para o mundo, por meio do investimento em estudos e da capacidade racional do homem. “O espírito dos anos 60”, como diria sua avó, vive, claramente, na jovem Simpson. Ressalte-se, ainda, que, nos Estados Unidos, em contraste com a elitização intelectual de Lisa, *Jazz e Blues* são músicas popularizadas a partir de composições construídas e interpretadas por negros dos subúrbios americanos, indivíduos estes que, por questões raciais e sociais, têm sido, historicamente, desprivilegiados. Somente, a partir das lutas de Martin Luther King contra a segregação racial e as contestações por meio do *rock’n roll* propagadas principalmente a partir da segunda metade do século passado, foram criadas as

⁹¹ HOBBSAWM. Eric. *A Era dos extremos*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995. p. 318.

condições para a consolidação e propagação do espírito dos anos de 1960⁹². Assim, ao som de Bob Marley e Janis Joplin, a cultura afro e rock confundiam-se nas manifestações caracterizadas como “movimento da contracultura”, ou seja, as revoltas estudantis e os concertos musicais organizados, principalmente pelo movimento Hippie, nos Estados Unidos. Esse movimento desafiava as autoridades e as leis e combatia as injustiças sob o slogan “paz e amor”. Convém ressaltar que musicólogos e historiadores, focalizando essa interligação entre os tambores da África e as guitarras elétricas, concordam que os ritmos dos tambores da África transportados para a América foram traduzidos no estilo de um ritmo e de uma música chamada jazz.⁹³ Esse estilo, por sua vez, associado ao *blues*, possibilitou o surgimento do *rock’n roll*. Assim, percebemos um elo forte entre as origens do *rock* e a cultura musical africana; em outras palavras, *“isto também significa que existe uma linha de descendência direta entre as cerimônias do vodú, através do jazz e o rock and roll e todas as outras formas de música rock hoje existentes.”*⁹⁴

Em “Lisa a tristonha”, 6º. episódio da primeira temporada dOs *Simpsons*, apresentado na televisão pela primeira vez em 1990, a jovem Simpson se vê entristecida por não conseguir mudar o mundo e questiona a família:

- _ Faria alguma diferença se eu não existisse?
- _ Como podemos dormir se há tanto sofrimento no mundo?

Bart e Homer, preocupados o tempo inteiro em duelar no videogame em um jogo violento, não se importam muito com os questionamentos de Lisa. Porém, Marge percebe a tristeza da filha e repara que suas notas na escola estão peculiarmente ruins. Desiludida com os problemas pessoais e sua incapacidade de resolver os problemas mundanos, Lisa Simpson, em um momento de tristeza, encontra-se com um solitário músico de Jazz e Blues.

⁹² Cabe destaque o festival de Woodstock, em 1969, ocorrido nos Estados Unidos que simbolizou os movimentos em prol da paz defendidos pelo movimento hippie dos anos de 1960 e início dos anos de 1970.

⁹³ TAME, David. *O poder oculto da música: a transformação do homem por meio da energia da música*. São Paulo: cultrix, 1984.

⁹⁴ Ibidem.



Figura 17: Lisa e o cantor de Blues

Fonte: Disponível em:

<http://3.bp.blogspot.com/_xgfGhW_izn4/ShwCHKIAmoI/AAAAAAAAAEE/KDcV-zZbhXU/s400/Moaning_Lisa_episode.jpg>. Acesso em: jan. 2010.

O músico afro-americano esclarece à Lisa que a tristeza expressa nos *Blues* pode distrair e render uns trocados. Marge Simpson sai à procura de Lisa e ao encontrá-la, discrimina o pobre músico por causa de sua condição social e racial, mas afirma que “Não é nada pessoal”. Ao fim do episódio, o amigo inesperado e admirado por Lisa convida a família Simpson a assistir a um show de *Blues* e toca uma música que Lisa compôs, expressando suas angústias. Desta vez, a crítica simpsoniana apresenta, em tom de conformidade, a comercialização da música como solução para as antigas angústias inflamadas dos anos de 1960.

A agressividade apresentada pelos possíveis debates suscitados nos desenhos dos Simpsons, comumente, como é o caso deste episódio, é no final, amortecida por felicidades momentâneas vividas pela família. Tais “camuflagens”, geralmente, são apresentadas pelos autores, destacando o uso da televisão, fator primordial em toda a série e representado em “A tristeza de Lisa”, e pelo jogo de videogame insistentemente jogado por Homer e Bart, ou pelo show musical de Blues. Encontramos neste ponto uma marca das produções simpsonianas, ou seja, as problemáticas apresentadas, geralmente referendadas no pós-1945, são “resolvidas”, mesmo que de forma irônica, pelo uso de recursos audiovisuais, este, talvez, um dos problemas que enfrentamos durante a análise dos textos dos capítulos.

Em relação à música, muitos episódios fazem menção a renomadas bandas americanas, talvez revelando um gosto pessoal, ou como diria o amigo afro-descendente de Lisa, uma forma de ganhar trocados. Porém, considerando que o desenho foi criado no início dos anos de 1990, existiria a possibilidade de popularização do desenho e das

bandas em conjunto, fator importante para os investidores globais. Nesse viés, mais do que as influências dos anos de 1960, a aparente contracultura simpsoniana estaria a serviço da “Nova Ordem Mundial”. O diálogo com a juventude, a projeção das bandas e as críticas a problemas globais podem transformar a desordem em uma ordem, fato que ocorre nos episódios pode ser percebido em uma análise mais detalhada da série. Episódios e séries, pensados desta forma, inserem-se em uma lógica capital-globalizante fundamental para a permanência das produções do desenho animado e de sua projeção em vários países. Logo, os produtores de *Os Simpsons* perceberam que a célebre família americana deveria visitar outros países, para “brincar” com os problemas dessas nações. Sob essa ótica, no capítulo seguinte, discutiremos a vinda da família Simpson para o Brasil, e como as referências às representações de nosso país suscitaram incômodos passíveis de análise.

CAPÍTULO 2

2. Os Simpsons no exterior: itinerários marcados por provocações, audiência e lucro

2.1. Ironias e adaptações: ambiguidades em um percurso planetário

Em 2009, a FOX anunciou a renovação do contrato para a veiculação do desenho animado *Os Simpsons*, por mais duas temporadas, comemorando, assim, o recorde de longevidade de uma série desse tipo na televisão. Com isso,

o canal garante a exibição de episódios inéditos de *Os Simpsons* até maio de 2011, atingindo a marca de 22 temporadas e superando o recorde de *Gunsmoke*, seriado de faroeste que permaneceu por 20 anos no ar.⁹⁵

Steven Keslowitz questiona a hegemonia cultural do Ocidente, destacando a chegada de *Os Simpsons* no Oriente. A esse respeito o autor destaca: A FOX investe em *Os Simpsons* desde 1989. O desenho é apresentado em todos os continentes,

⁹⁵ Disponível em: <<http://teleseries.uol.com.br/fox-garante-os-simpsons-ate-2011/>>. Acesso em: 24 abr. 2010.

contabilizando aproximadamente a distribuição com 32 canais na América, 11 na Ásia e Oceania, 43 na Europa e 6 canais no Oriente Médio e África⁹⁶, sendo que, no Oriente Médio, foram promovidos cortes em algumas referências a vícios e conteúdos de natureza religiosa. O bar do Moe, por exemplo, não é apresentado nos episódios.

A longevidade da série, fator que comprova sua aceitação e atesta a propagação do desenho em escala global, e a relação dos personagens simpsonianos com milhares de pessoas no mundo, inclusive no Oriente, onde, mesmo com a alteração de alguns episódios a série é veiculada, também explicam os lucros obtidos pela FOX, indústria audiovisual americana especializada em séries de entretenimento.

Em relação à projeção de uma série de entretenimento pelo mundo e ao poderio das indústrias audiovisuais, Umberto Eco, em “Viagem na irreabilidade cotidiana”, afirma que, na segunda metade do século XX, nos tempos da Era da Comunicação, um país pertence aos controladores dos meios de comunicação, pois os mesmos se tornaram uma indústria pesada, sendo um dos principais instrumentos para a arrecadação de capital dos grandes investidores. Afirmando estar vivenciando uma guerrilha semiológica, Eco pondera que, na “*Era da Comunicação, essa guerrilha não é vencida lá, de onde a comunicação parte, mas aonde ela chega*”⁹⁷. Por essa razão, a recepção crítica, poderia, por meio de sistemas complementares de comunicação, como é atualmente a Internet, diante da divindade anônima da comunicação tecnológica, dizer: “*seja feita não a vossa, mas a nossa vontade*”.⁹⁸

A reflexão de Eco sobre o papel das indústrias audiovisuais no mundo, desmitifica a ideia pessimista da inércia/passividade, do inativismo ou inoperância do público diante da televisão, apesar dos lucros vultuosos auferidos pela (Twenty Century) FOX, e a importância do papel de empresas deste porte no mundo. Essa fato constitui motivação-chave para (re)pensarmos a influência simpsoniana sobre os brasileiros, fenômeno ao qual intitulamos “simpsonização”, destacando neste nosso trabalho a relação entre produção e recepção, mas priorizando a recepção, aspectos a serem desenvolvidos neste segundo capítulo.

⁹⁶

Disponível

em:

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Anexo:Lista_de_canais_de_TV_que_apresentam_Os_Simpsons>. Acesso em: 24 abr. 2010.

⁹⁷ ECO, Umberto. *Viagem na irreabilidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. p. 173.

⁹⁸ Ibidem. p. 175.

Ao versar, também, sobre a recepção Umberto Eco diz a guerrilha semiológica marca o mundo nos últimos anos, Keslowitz, um estudioso simpsonianiano, nos informa que

[...] o programa foi rebatizado, passando a se chamar *Al Shamshoon*, e Omar Shamshoon substitui o nome Homer Simpson. Para se encaixar na cultura árabe, a MBC decidiu que Omar não beberia cerveja (cujo consumo viola a lei islâmica); em vez disso, beberia refrigerante. Omar não come donuts, mas sim os tradicionais biscoitos árabes chamados *Khak*. Omar também abre mão de toucinho.⁹⁹

Assim, o autor demonstra que embora as influências do McMundo tenham levado *Os Simpsons* ao mundo da telecinemática árabe, as resistências à cultura ocidental prevalecem, pois Homer (ocidente), transformado em Omar (oriente), perde parte de suas características mais marcantes, que foram substituídas por aspectos orientais tradicionais, que poderiam manter o poder de atratividade do personagem.

Outro fato interessante envolvendo a série e um país oriental, diz respeito às mudanças na introdução do episódio da série que comumente apresenta elementos importantes para a compreensão do desenho e do episódio. Basky um conhecido artista plástico e grafiteiro, tendo como temática a exploração de mão-de-obra realizada pela FOX para a produção dos episódios e dos bonecos d*Os Simpsons*, criou uma cena de abertura que gerou e gera polêmica¹⁰⁰. Nela, após as tradicionais atribulações cotidianas, a família Simpson senta-se frente à televisão e assiste a cenas macabras, referentes à exploração da mão-de-obra dos asiáticos. Com sonoplastia triste e perversa, a família Simpson assiste ao processo de produção do desenho, das camisas e dos bonecos de sua marca, conforme podemos ver a seguir:

⁹⁹ KESLOWITZ, Steven. *A sabedoria dos Simpsons: o que a nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e o donuts perfeito*. Rio de Janeiro: Prestígio Editorial, 2007. p. 216.

¹⁰⁰ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=DX1iplQQJTo>>. Acesso em: 24 mai. 2011.

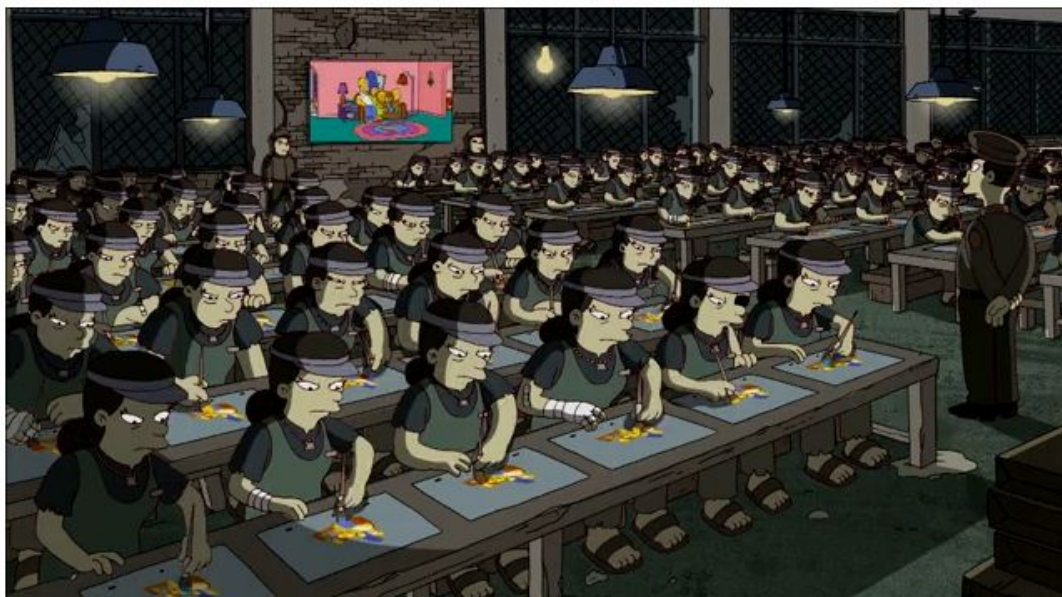


Figura 18: Ilustração da produção do material de Os Simpsons na Coreia do Sul

Fonte: Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=DX1iplQQJT0>>. Acesso em: 24 mai. 2011.

Através de um “telão” exposto no setor de produção do desenho, a família Simpson assiste operárias coreanas, debilitadas pelo excesso de trabalho sendo exploradas pelos FOX e pelos produtores dOs *Simpsons*. Vigiadas por militares, as personagens representam o processo de produção em série dos episódios. Na imagem seguinte, uma criança pega as fotos e as mergulha em produto tóxico, sob o risco de ser contaminada.



Figura 19: Representação de criança sul coreana explorada

Um rato, cercado por ossos, observa a criança oriental colocar a imagem dos *Simpsons* em material tóxico. A cena, que se desenrola em um ambiente de trabalho representado de forma tão abominável, revoltante e repulsiva, desnuda e denuncia a exploração da mão-de-obra de crianças na Ásia promovida por empresas estrangeiras. Após mostrar a criança, a câmera aproxima-se de um rato faminto que tenta comer um osso – este é o cenário onde a criança trabalha. O efeito zoom, da criança para o rato, revela um clima sombrio e assustador. Sobre a representação simbólica do rato vale enfatizar que o roedor é geralmente conhecido como um animal esfomeado, prolífico, noturno e, na maioria das vezes, representado como uma criatura abjeta, temível e transmissor de doenças graves. Em muitas culturas, é comumente associado à noção de roubo e apropriação fraudulenta de riquezas. No entanto, no Japão e na China a figura do roedor acata outra interpretação: é valorizado, porque vinculado à ideia de fecundidade, podendo até mesmo ser considerado deus da riqueza. Neste viés, o animal se torna avatar das crianças e nos dois casos tratados são signos da abundância e da prosperidade.¹⁰¹ A prosperidade da empresa FOX e do desenho é assistida pela família Simpson, pelos soldados e pelo célebre rato. A abundância de lucros da série se faz contraponto da exploração de mão-de-obra coreana, desenhada em um ambiente temerário e infernal. De toda maneira, as imagens contundentes da criança e do roedor são cruciais para a interpretação da introdução do episódio do desenho.

Na sequência das cenas, animais são sacrificados para produzir os bonecos de Bart Simpson; alguns são utilizados para a fabricação de CDs, enquanto crianças trabalham para produzir camisas dos Simpsons. Por fim, retoma-se a imagem da família Simpson em frente à TV, cuja tela exibe o símbolo da FOX e tem-se início ao episódio. Sobre a polêmica, convém frisar:

A decisão de exibir as imagens gerou dúvida sobre a concordância da FOX com o que foi apresentado. “Muito do desenho é produzido lá, mas não sob essas condições. Claro que a Fox foi gentil em nos deixar morder a mão que nos alimenta, mas eu mostrei a Matt Groening e ele disse ‘devíamos tentar exibir e mostrar da maneira mais próxima do que é sua intenção’. Como sempre dissemos, todo show é submetido aos padrões da emissora e eles fizeram algumas mudanças com a qual

¹⁰¹ CHEVALIER, Jean. *Dicionário de símbolos*: (mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números). 24ª.ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

concordei. Mas é 95% como ele quis”, declarou Al Jean sobre o assunto. Foi a primeira vez em que os produtores dos Simpsons aceitaram produzir algo criado por um artista que não faz parte da equipe de produção da série.¹⁰²

Mesmo diante algumas mudanças exigidas pela FOX, a tentativa dos produtores de *Os Simpsons* de “morder a mão de quem os alimenta”, deixou transparecer de forma cômica e risível uma realidade trágica que agride os asiáticos, mas que mostra uma abertura da companhia a críticas e sátiras a ela mesma. Tais inferências no início dos episódios são mutiladas pela Rede Globo de Televisão, nas apresentações no Brasil. Em nome, dos lucros, mesmo que suscitados pelas provocações, ou mutilações, o desenho procura se adaptar às diferentes realidades dos países onde é veiculado para a manutenção da audiência e “dos alimentos” patrocinados pela rede de televisão americana. A autocrítica em relação à produção dos episódios, e no caso da Coréia do Sul a crítica à exploração do trabalho na região, são atributos para a aceitação do desenho.

No Brasil, via Rede Globo e no Oriente Médio, a censura de algumas falas, alguns episódios e até comportamentos, principalmente na televisão aberta, são estratégias diferentes para a obtenção de lucros da FOX e dos produtores do desenho. O aceite dessas diversas manipulações que compõem a produção e a propagação do desenho servem de instrumento de venda, mas, para os fãs que, acreditam na autenticidade dos autores, elas podem prejudicar o futuro do desenho que, como admite o próprio Matt Groening está em seus últimos anos.

Acerca das alterações presentes no desenho é importante salientar ainda que as constantes mudanças dos dubladores tanto, americanos como brasileiros, por exemplo, foram motivadoras de processos e greves no percurso dos 21 anos do desenho, aspectos que também, minam o continuísmo da série animada.¹⁰³

Ainda sobre as representações de países do oriente, em “Trinta minutos sobre Tóquio”, episódio da décima temporada transmitido em 1999, *Os Simpsons* viajam para o Japão. A apresentação inicial do desenho é localizada de dentro de um livro aberto. No momento em que a família senta-se em frente à TV, o sofá faz referência a uma máquina que esmaga toda a família. Iniciando a trama, Lisa lê um livro

¹⁰²

Disponível

em:

<[http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Abertura de The Simpsons Gera Pol%C3%AAmica nos EUA](http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Abertura_de_The_Simpsons_Gera_Pol%C3%AAmica_nos_EUA)>.

Acesso em: 24 mai. 2011.

¹⁰³ Disponível em: <<http://pt.wikinoticia.com/entretenimento/televis%C3%A3o%20e%20cinema%20--/31364-the-simpsons-os-melhores-20-anos-ii>>. Acesso em: 24 mai. 2011.

sobre tecnologia e discute com Homer sobre a Internet e ele indaga: “isto funciona?” Em seguida, Bart Simpson destaca que ele pode observar macacos fazendo sexo. Seria esta uma referência à mundialmente decantada voracidade dos japoneses por sexo? A contextualização que antecede a viagem para o Japão, apresenta claramente aspectos da contemporaneidade, no fim do século XX, enfatizando a importância e os desafios dos novos meios de comunicação para o intercâmbio cultural acelerado e, possivelmente, a tentativa de imposição ou propagação de valores, aos quais *Os Simpsons* enquanto entretenimento lucrativo prestam serviço. A proposição do avanço dos veículos de informação e busca da lucratividade marcam o episódio. Em seguida, Homer é roubado via Internet, e procura roubar dinheiro e poupar para viajar de férias ao Japão. No avião, ele afirma que se quisessem ver japoneses era só ir ao jardim zoológico. Calma... Ele quis dizer que o lavador de elefantes é japonês.

Ao chegar ao Japão, Homer lê um anúncio sobre a “Americatown”, lugar projetado para ser uma espécie de refúgio para turistas ocidentais e ao mesmo tempo, projetar a cultura americana para a tradicional cultura japonesa, um objetivo que as empresas americanas historicamente, procuram impor ao Japão. Ao chegar ao país oriental, Lisa e Marge discutem, enquanto procuram um restaurante. Lisa sugere ir a um autêntico restaurante japonês, mas Marge a repreende, dizendo estar interessada em observar aspectos da cultura americana mesclados com a cultura japonesa. Marge, então, declara: “[...]gostaria de ver a versão japonesa para o *club sandwich*, aquele sanduíche que consiste em três torradas e recheios como alface, tomate, bacon e frango ou peru desfiado. Aposto que é menor e mais eficiente”.¹⁰⁴

Realmente, ao desembarcar no Japão, o desenho apresenta a difusão da cultura americana naquele país. A busca de Marge Simpson por um “*club sandwich*” desempenha uma função central no desenho. É a propagação da americanização do mundo, apelidada por Steven Keslowitz, de *mcdonaldização*. Ao chegar ao restaurante, o pressuposto de americanização é comprovado. Vestindo uma camisa com as palavras UCLA, Yankee e Cola, o garçom japonês, afirmando-se como americano simples (com uma função similar ao do lavador de elefantes do zoológico americano), recepciona a família:

_ Vocês não servem nada remotamente japonês? (Lisa)

¹⁰⁴ KESLOWITZ, Steven. *A sabedoria dOs Simpsons: o que nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e a busca do donut perfeito*. Rio de Janeiro: Prestígio Editorial, 2007. p. 115.

_ Não me pergunte; eu não sei de nada! Sou um produto do sistema educacional americano. Também fabrico carros de baixa qualidade e eletrônicos de nível inferior. (Garçom – Joe Assalariado)
_ (risos) Ah, eles já sacaram a nossa!¹⁰⁵

Talvez, uma das razões do sucesso d*Os Simpsons* nos episódios em que viajam seja fazer críticas à cultura visitada e a produtos e posturas americanas, aspectos visíveis na viagem da família ao Japão analisada anteriormente. A sátira do desenho atinge um ponto fundamental: a reação contra a mecdonaldização, manifestada por Joe Assalariado (o garçom) que critica a baixa qualidade de carros e eletrônicos americanos, discurso que alude à crise econômica dos Estados Unidos, iniciada em 2008. Empresas automobilísticas, como a Ford e a General Motors entraram em crise e encontraram em mercados e empréstimos asiáticos alternativas para a tentativa de recuperação. A brincadeira do personagem simpsonianiano, apresentada com uma década de antecedência, soou como um prenúncio do que ocorreria na economia americana em 2008, justificando a crítica apurada e de certo modo de previsão, dos criadores da série.

Nem sempre a lucratividade e o sucesso foram a marca d*Os Simpsons* em seus 21 anos. Em sua primeira apresentação, o desenho não agradou. Parte dos problemas observados, geralmente, é atribuída à tentativa de redução de custo da sua produção na Coreia do Sul, conforme expresso abaixo:

Alguém colocou a fita no videocassete e apertou o play. ‘Houve um silêncio mortal. O programa tinha ficado um lixo’, conta o editor Brian Roberts. Tudo porque o dono da emissora, o empresário Rupert Murdoch (que era dono de tablóides sensacionalistas e estava começando a se aventurar no mundo na TV), quis fazer economia: para gastar menos, mandou a animação ser feita na Coreia do Sul. ‘Várias cenas vieram faltando, as cores erradas, os ângulos errados, uma tragédia’, lembra o desenhista Gabor Csupo.¹⁰⁶

Uma provável razão para o fracasso d*Os Simpsons* em sua primeira aparição, por incrível que pareça, foi a busca incessante por lucro e às dificuldades iniciais de Murdoch em investir, porque queria economizar. Além disso, o insucesso inicial da série passa também pelo uso da mão-de-obra sul-coreana que, talvez, devido ao baixo custo, quase confiou *Os Simpsons* ao lixo. A pressuposição de Milton Santos de uma mais-valia universal e da tentativa de alguns empresários de dominarem os

¹⁰⁵ Episódio “Trinta minutos sobre Tóquio”. Apresentado nos Estados Unidos em 1999, parte integrante da décima temporada da série *Os Simpsons*. Disponível em: <<http://videolog.uol.com.br/video.php?id=389345>>. Acesso em: 01 de set. de 2010.

¹⁰⁶ SANTOS, Marcos Ricardo dos. *Os Bastidores dos Simpsons*. Revista Superinteressante. Agosto de 2010. p. 66.

meios de comunicação de informação para contribuírem com o fundamentalismo de mercado¹⁰⁷, parece ter encontrado um obstáculo que, por pouco, não deixou Os Simpsons no esquecimento em 1989.

Os bastidores dOs Simpsons foram marcados por intrigas, conflitos e curiosidades, principalmente, após a fama da série mais bem sucedida de todos os tempos, com 464 episódios traduzidos para 45 idiomas, em 90 países. Porém, a série se veria perturbada por outros problemas: o contraste entre pessoas de sucesso como James Brooks e Matt Groening, provenientes de uma educação hippie, tumultuaram as produções. As diferenças entre produtores e Matt Groening também foram um problema, pois, com o tempo, as idéias dos produtores contratados (com formação universitária em Harvard) contrariavam as propostas de Groening e, passados os anos, ganhavam espaço nos episódios. O fato do personagem Bart Simpson, referência a Matt Groening, tornar-se, gradativamente secundário em relação ao sucesso de Homer Simpson, exemplifica tal contradição, vez que o sucesso de Homer, que se transformou no personagem central da série, pode ser creditado ao embate entre criador e produtores e, principalmente, à influência maior dos produtores intelectuais da série.

Um caso emblemático dessas intrigas entre os autores foi o de Sam Simom, produtor e roteirista da televisão americana e, por muito tempo, o principal responsável pelo sucesso da série. “*Matt Groening levava a fama, mas Simom era o responsável pela criação, pela animação, pela produção e pela pós-produção dos Simpsons*”¹⁰⁸. O editor Brian Roberts acusa Matt Groening de ficar responsável meramente pelo marketing. Assim como criador e produtores se desentenderam por causa de sucesso, Groening e Simon também brigaram. Consequentemente, na 4ª. Temporada, Sam Simon deixou a série, entretanto, tem participação vitalícia nos lucros dOs Simpsons e há mais de 15 anos recebe cerca de 30 milhões de dólares anuais.

O sucesso da FOX e dOs Simpsons se confundem. Rupert Murdoch resolveu enfrentar o *Cosby Show*, estrelado pelo comediante Bill Cosby na NBC, um dos programas mais assistidos nos EUA. Os Simpsons foram exibidos no mesmo horário, e, em poucos meses, Cosby perdeu espaço e saiu do ar. Foram vendidas, em 1990, 1 bilhão de camisetas por dia, e a equipe de roteiristas chegou a ser formada por 16 pessoas.

¹⁰⁷ SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único a consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

¹⁰⁸ SANTOS, Marcos Ricardo dos. *Os Bastidores dos Simpsons*. Revista Superinteressante. Agosto de 2010. p. 69.

Os números vultosos viriam a ser a marca dos posteriores transtornos na produção da série.

Outra questão atrativa para muitos países, principalmente após a Guerra do Golfo (1991) e os recentes episódios que marcam a rivalidade Ocidente e Oriente, é o fato de que *Os Simpsons*, além de apresentarem problemáticas vividas pelos americanos, constantemente criticam ex-presidentes americanos, preferencialmente Richard Nixon e George W. Bush. Ao versar sobre o mundo pós Guerra do Golfo (1991) e a Queda da URSS (1991), Cornelius Castoriadis destaca que:

Os Estados Unidos devem enfrentar um número extraordinário de países, de problemas e de crises, diante dos quais seus aviões e mísseis não podem. Nem a “anarquia” crescente nos países pobres, nem a questão do subdesenvolvimento, nem a do meio ambiente podem ser resolvidas por meio de bombardeios. E mesmo do ponto de vista militar, a Guerra do Golfo demonstrou, provavelmente o limite do que os Estados Unidos podem fazer – aquém da utilização das armas nucleares.¹⁰⁹

Acerca desses enfrentamentos e da fragilidade dos Estados Unidos após a Guerra do Golfo (1991), no episódio da sétima temporada, intitulado “Dois maus vizinhos” (1996), o presidente George Walter Bush e sua esposa se mudam para uma mansão em frente à casa da família Simpson. Bart Simpson se envolve em problemas com Bush, pois destruiu o embaralhador automático de Bush e o livro que o mesmo tinha acabado de escrever sobre suas memórias. Bush bate em Bart e entra em um conflito com Homer.

¹⁰⁹ CASTORIADIS, Castoriadis. *As Encruzilhadas do labirinto: a ascensão da insignificância*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 68.



Figura 20: Homer ataca Bush

Fonte: Episódio “Dois maus vizinhos” (1996).

A rivalidade entre Homer e Bush transcenderia a ficção. Acerca desta questão Keslowitz destaca que,

George Bush declarou: ‘Queremos que as famílias americanas sejam bem mais como os *Waltons* e bem menos como *Os Simpsons*’. A réplica simpsoniana (por Bart): ‘Somos iguaizinhos aos *Waltons* – também estamos rezando pelo fim da Depressão’.¹¹⁰

A surra que Bush levou de Homer, considerada merecida por muitos, inclusive americanos e orientais, apresenta uma das principais características simpsonianas, o ataque à política e a crítica ferrenha às personalidades políticas dos Estados Unidos e de diversos países. O fracasso do bushismo é apresentado pelos autores d*Os Simpsons* antes mesmo do desfecho da crise americana em 2008. Em 1996, de forma crítica e bem humorada, Homer derrubava e socava o presidente que superou em termos de impopularidade Richard Nixon, mesmo este último sendo interpretado como o culpado pelo fracasso das operações no Vietnã.

¹¹⁰ KESLOWITZ, Steven. *A sabedoria dos Simpsons: o que a nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e o donuts perfeito*. Rio de Janeiro: Prestígio Editorial, 2007. p. 106.

Em *Os Simpsons*, mesmo cada episódio tendo um enredo estabelecido, as piadas representadas por frases e imagens em forma de chistes, podem adquirir significados que mantêm a atenção e provocam reações. A respeito das piadas, MucLuhan enfatiza que: “*Não pode haver piada sem ressentimento*”¹¹¹. Esses ressentimentos podem levar a declarações e reações mais fortes. Ciente dessa questão, os produtores simpsonianos a utilizam constantemente como estratégia, conforme podemos perceber, a seguir, nas imagens do episódio intitulado “Kiss Kiss, Bang Bangalore”, da décima sétima temporada (2005-2006):



Figura 21: Representações dos Simpsons indianos

Fonte: Episódio “Kiss Kiss, Bang Bangalore” (2005-2006).

Os indianos são apresentados com tonalidade de pele escura. Na imagem acima, os indianos são apresentados juntos com animais participando de relações comerciais. A condição a qual é apresentada a Índia é similar as imagens de Brasil. Conforme já exposto, as mudanças de cor, principalmente, trouxeram problemas para os

¹¹¹ MCLUHAN, Marshall. *MucLuhan por MucLuhan: conferências e entrevistas*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p. 331.

produtores de *Os Simpsons* e, nas imagens acima, elas são usadas como provocação preconceituosa novamente.

Nos *Simpsons* as imagens dos outros simpsonizados podem ser capazes de “*alterar a vida psíquica do indivíduo e a apreensão que tem de si mesmo. O inferno são os outros*”.¹¹² Esta última frase, de Sartre na peça *Huis Clos*, apresenta um potencial destrutivo do sujeito em relação às imagens e julgamentos dos outros. Tal recurso é frequentemente utilizado em *Os Simpsons*, tanto na composição das personalidades e dos personagens da série que, por vezes, são apresentadas de forma pejorativa, na relação do desenho com as representações dos outros países. Porém, cabe atentar também para o uso do “alter” provocativo como um recurso de linguagem, componente da simpsonização, capaz de incomodar ou propagandear personalidades políticas, celebridades artísticas e empresários do mundo global.

Em relação aos personagens, são expostas crises de identidade. Os personagens masculinos, principalmente Homer Simpson e Bart, são sujeitos fundamentados na falta de ideal, preocupados principalmente com o dinheiro, consumo, sexo e afeitos a atos perigosos e violentos. A alienação e a banalização da perversão, sobretudo de Bart Simpson em relação a família e à sociedade, mimetizam a crise de identidade na contemporaneidade.¹¹³

Entre eu (Simpson) e os outros, os produtores do desenho reafirmam o posicionamento de Bauman em relação a lógica da ambivalência e da estranheza em que ‘o estranho sou eu’. Ao mimetizarem satiricamente a família de classe média americana, os autores colocam em confronto a relação personagem-sujeito, com a fluida e consumista sociedade americana. Este confronto pode provocar no outro (telespectador) reflexão, acomodação, ou reações expressas, principalmente via Internet, conforme demonstraremos no próximo capítulo.

Ao apresentarem pejorativamente, os outros países, como explorados e infernizados social e racialmente, o desenho não coloca a antiga premissa de amigos e inimigos, característica da sociedade sólida da modernidade. Os escritores e produtores, muitas vezes, expressam preconceitos construídos no próprio país. Assim, mesmo que os países se vejam diante do julgamento dos produtores simpsonianos, a ficção coloca a

¹¹² ANSART-DOURLEN, Michelè. A noção de alteridade: do sujeito segundo a razão iluminista a crise de identidade no mundo contemporâneo. In: NAXARA, Márcia (org). *Figurações do outro*. Uberlândia: EDUFU, 2009. p. 23.

¹¹³ Ibidem. p. 29.

questão da alteridade como um problema e o tom cômico induz a provocar o público em relação às imagens. Tais apresentações e representações das outras nações na versão simpsonizada suscitam embates, censuras, alterações e transformações no desenho e na realidade de políticos e empresas que necessitam de uma “boa imagem” do país para vender seus produtos e gerar uma ambiência política que legitime o sucesso eleitoral.

É inegável que a ausência de respeito ao outro, a lógica consumista da série e a apresentação de personagens com conflitos identitários, revelam traços indeléveis do desengajamento dos indivíduos no mundo contemporâneo. Essa representação pode contribuir para o ceticismo e o desdém para com os problemas sociais. Dessa maneira, conforme alerta Jacy Alves Seixas, os detentores dos recursos materiais e simbólicos podem adentrar comunidades como condomínios, núcleos culturais, tribos urbanas, Orkut e organizações empresariais, com a mesma velocidade e facilidade com que podem sair. Assim, poderia ser criado um princípio de “mesmice” e semelhança que rege tais comunidades e o outro vai paulatinamente se excluindo. Afirma Seixas ainda que:

O outro é representado e imaginado como aquele que incomoda, causa desconforto com o qual não preciso mais negociar, pois é facilmente descartado, refugado; é por definição descartável. Não preciso mais simbolicamente deste outro, nem mesmo como sombra ou fantasma. A noção de sujeito – que confere sentido à sua ação, a vida humana, e articula as identidades diversas do ‘eu’ – é igualmente descartada, pois a reinar a ideologia conformista da inexorabilidade capitalista... ‘não há nada a fazer’, ‘não há alternativas’¹¹⁴

Corroboramos o caráter líquido de modernidade expresso no pensamento da historiadora Jacy Alves Seixas e reafirmado por Zygmund Bauman. Entretanto, apesar da fragmentação das comunidades, a opção pela análise de *Os Simpsons* e pelo constructo de uma linguagem própria, contribuíram para a criação de uma comunidade simpsonizada que, vale-se de recursos materiais e simbólicos para tentarem estabelecer, por meio da ironia, críticas que podem contribuir para as transformações de outros. Mesmo restrito pelos interesses das empresas que financiam o desenho, o potencial de incorreção, característico da série, contribui para debates, críticas e atitudes que

¹¹⁴ SEIXAS, Jacy Alves. de. A imaginação do outro e as subjetividades narcísicas: um olhar sobre a invisibilidade contemporânea (O mal-estar de Flaubert no Orkut). In: NAXARA, Márcia (org). *Figurações do outro*. Uberlândia: EDUFU, 2009. p. 86.

invadem os computadores caseiros e os meios intelectuais. Dessa maneira, a imagem do personagem Homer Simpson pode servir para propagandear uma multinacional que vende bebidas, mas, ao mesmo tempo, ofender personalidades e símbolos dos Estados Unidos e de outros países. De forma um pouco mais otimista, acreditamos que o Orkut, por exemplo, é apenas um veículo que pode dar expressão a grupos da mídia radical que, mesmo em “guetos” podem ganhar representatividade no novo espaço da vida política, a Internet. É nesse lugar privilegiado que se encontram as principais repercussões não-alienantes, manifestadas por meio da simpsonização.

Em relação à Internet e sua relação com a alteridade, Sandra Rúbia da Silva, ao analisar o *site* Brazil.com, cujas opiniões são de americanos sobre o Brasil, a respeito de antigos preconceitos como a malandragem, o apelo à sexualidade e ao carnaval, e que são reforçados em relação ao Brasil. Essas opiniões contribuem para pensarmos sobre as representações de Brasil que são estereotipadas em *Os Simpsons*, porém cujos efeitos em reação a resignificações são diferentes. A respeito da Internet, Silva conclui que essa torna possível aos sujeitos narrarem a cultura de seus países, além de, como rede comunicativa, funcionar como negociadora e mantenedora da diversidade cultural. Ou seja, a Internet e o Orkut (apenas uma área específica da rede comunicativa) podem ser utilizados como um espaço de análise que em muito difere dos condomínios, organizações empresariais ou tribais. O mundo tribalizado encontra lugar de debate político na Internet. Michel Mafesoli afirma que na contemporaneidade a fragilidade das identidades do indivíduo e o individualismo suscitam a criação de identidades alternativas. Sobre estas o autor afirma:

Pode ser a massa, a comunidade, a tribo ou o clã, pouco importa o termo empregado, pois a realidade designada é inatingível; trata-se de um estar junto grupal que privilegia o todo em relação a seus diversos componentes. Signos precursores como a cultura dos sentimentos, a importância do afetual ou emocional, aparecem enquanto elementos que tornam essa ‘grupalidade’ pertinente.¹¹⁵

A falta de identidade faz com que o indivíduo procure grupos de segurança não concebidos. Alerta ainda que o sujeito pode ser, de maneira irreverente, mais ativo do que ator. Assim, o objeto pode tomar o lugar do sujeito. Maffesoli concorda com a

¹¹⁵ MAFFESOLI, Michel. *A transfiguração do político: a tribalização do mundo*. Porto Alegre: Sulina, 1997. p. 195.

ideia de que o consumo, o isolamento e a flexibilidade do eu podem trazer repercussões ruins, pois tais características transformadas em gozo são geradoras de ambiência erótica, pornografia, sadomasoquismo e outros comportamentos, temas tratados de forma irônica em *Os Simpsons* que podem gerar reflexão ou contribuir para a banalização de tais (des)valores.

Entretanto, a admissão da força da ‘grupalidade’ e de seu aspecto transformador das realidades sociais é também de fundamental valia para nossos estudos e a reflexão sobre os outros a partir do desenho animado.

Nos Estados Unidos, por exemplo, na Universidade de Berkley na Califórnia, o material tornou-se objeto de estudo no curso de sociologia, no qual professores e estudantes procuram analisar questões vinculadas à produção e recepção de bens culturais, de maneira bastante similar aos objetivos de nossa investigação. No episódio “Kiss Kiss Bang Bangalore”, título que homenageia um dos filmes de Indiana Jones, Homer Simpson viaja para a Índia a fim de expandir os investimentos nucleares do Sr. Burns. Ao tratar os funcionários com respeito, acaba se transformando em um deus indiano, porém, o senhor Burns, irritado com a felicidade dos funcionários, resolve fechar a fábrica. Observe a imagem:



Figura 22: Homer aclamado como Deus indiano

Fonte: Episódio: “Kiss Kiss Bang Bangalore” (2005-2006).

A premissa de exploração de mão-de-obra asiática é retomada, pois o empresário e mercenário capitalista, Sr. Burns, incomoda-se com a felicidade dos trabalhadores indianos e, em detrimento dos lucros, o empresário ficcional abandona a fábrica. Com atitudes apaziguadoras e pacifistas inspiradas em Gandhi, símbolo de liderança indiana, Homer Simpson consegue controlar as revoltas e é cultuado como um Deus, por causa da ironia em relação a símbolos indianos e ao comportamento dos trabalhadores explorados. Da mesma forma que a morte, a sujeira foi representada, quando analisados os trabalhadores da Coréia do Sul, e quando Homer Simpson se diverte boiando no Ganges entre cadáveres.

Ainda acerca da relação dOs *Simpsons* com personagens e representações dos indianos, Steven Keslowitz aponta para o fato de que as produções simpsonianas procuram colocar no ar a possibilidade de coexistência de princípios americanos com identidades culturais tradicionais e não, ao contrário do pensamento comum, a possibilidade de destruição das tradições. Nesse viés, Keslowitz destaca Apu Nahasapeemapetilon, imigrante indiano (não legalizado) nos Estados Unidos, personagem que mantém as tradições e é querido por muitos, além de ser amigo de Homer Simpson. Keslowitz exemplifica que, no episódio “Muito Apu por quase nada” (1996), da sétima temporada, quando os habitantes de Springfield decidem expulsar os imigrantes, Homer sente pena de Apu e tal sentimento, caso Apu fosse expulso, seria uma forma de destacar a América como um lugar de aceitação dos povos. Discordamos do autor, pois, nos parece que os produtores dOs *Simpsons* procuram destacar a problemática da intolerância que permeia a relação de imigrantes e americanos, já que Homer, neste episódio, nos parece muito mais preocupado com o amigo do que com a tolerância em relação aos imigrantes.

Keilowitz cita, também, alguns discursos de Lisa, no episódio “Lisa a vegetariana” (1996), quando ela afirma: “Aprendi há muito tempo a tolerar os outros em vez de impor minhas crenças. Você pode influenciar as pessoas sem atormentá-las insistentemente”¹¹⁶. Porém, a quase aplicabilidade do intelectualismo americano apresentado pela personagem, na maioria dos episódios, não funciona. Não cremos na generalização da intolerância contra os imigrantes nos Estados Unidos, porém, o discurso intelectualizado de Lisa, ou a relação de amizade entre Homer e Apu não

¹¹⁶ KESLOWITZ, Steven. *A sabedoria dos Simpsons: o que a nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e o donuts perfeito*. Rio de Janeiro: Prestígio Editorial, 2007. p. 123.

confirmam a ideia de que “A América é um lugar excepcional, exatamente por sua aceitação de povos de diferentes culturas”.¹¹⁷ Observemos a imagem de Apu, no episódio “Muito Apu por quase nada” (1996), da sétima temporada:



Figura 23: Apu amigo indiano de Homer Simpson

Fonte: Episódio “Muito Apu por quase nada” (1996).

A imagem acima contraria, frontalmente, a perspectiva de uma América receptiva aos imigrantes: Apu triste, como um trabalhador comum dos Estados Unidos, frente a uma máquina registradora, e pressionado pela imagem clássica do imperialismo americano ao fundo. Tal cena não nos parece uma condição muito agradável de imigrante.

Na Argentina, *Os Simpsons* também causaram incômodos, e, pela primeira vez, a FOX proibiu a veiculação de um episódio intitulado *E Pluribus Wiggum*. Essa crítica amarelada de *Os Simpsons* está focada no processo eleitoral americano de 2008, em que sagrou-se presidente Barack Obama e no nível da recepção foi o maior problema em escala global. O jornal *La Nacion* anunciou que “*Ante [sic] a*

¹¹⁷ KESLOWITZ, Steven. *A sabedoria dos Simpsons: o que a nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e o donuts perfeito*. Rio de Janeiro: Prestígio Editorial, 2007. p. 123.

possibilidade de emissão do episódio de Os Simpsons E. Pluribus Wiggum [sic] contribua para reabrir feridas muito dolorosas para a Argentina, a Fox tomou a decisão de não exibí-lo.”¹¹⁸ A polêmica foi causada por causa do diálogo dos personagens Carl e Lenny sobre os males da democracia. No “bar do Moe”, Carl, defendendo uma “ditadura militar como a de Juan Perón”, diz:



Figura 24: Dialogo no Bar do Moe criticando o peronismo

Fonte: Disponível em: <<http://teleseries.uol.com.br/fox-nao-vai-exibir-episodio-de-os-simpsons-que-satiriza-governo-peron/>>. Acesso em: 08 jul. 2010.

Lenny retruca:

¹¹⁸ Disponível em: <<http://teleseries.uol.com.br/fox-nao-vai-exibir-episodio-de-os-simpsons-que-satiriza-governo-peron/>>. Acesso em: 08 jul. 2010.



Figura 25: Crítica a Evita Peron

Fonte: Disponível em: < <http://teleseries.uol.com.br/fox-nao-vai-exibir-episodio-de-os-simpsons-que-satiriza-governo-peron/>>. Acesso em: 08 jul. 2010.

O ex-deputado peronista Lorenzo Pepe chegou a pedir a proibição da exibição do episódio ao Comitê Federal de Radiodifusão e Televisão, por considerar a piada lesiva à memória do ex-presidente Juan Perón. Apesar da pressão, a denúncia não foi adiante. Segundo informações da BBC, o órgão alegou que não exerce censura; apenas faz um controle posterior das exibições, se houver alguma requisição. A decisão de não exibir o episódio foi mesmo da FOX, justificando que o assunto dos desaparecidos era sensível para os argentinos e não deveria servir como temática de piadas. Historicamente, é conveniente destacar que aproximadamente dois anos após a morte de Perón (1974), “os desaparecidos” já diziam respeito a argentinos assassinados pela ditadura militar. A associação de Perón, eleito três vezes para o cargo executivo na Argentina, aos abusos e à violência da ditadura militar na Argentina, compõe a crítica simpsoniana a democracias que abusam do autoritarismo e da arbitrariedade. Ressaltamos que, em 2008, época da divulgação do episódio, o presidente republicano George Walter Bush (2000-2008), terminava seu segundo mandato nos Estados Unidos e, apesar de presidente de uma nação republicana e democrática, o perfil autoritário de Bush e as arbitrariedades marcaram seus mandatos. A resposta de Lenny: “*E ele ainda era casado com a Madonna*”, estabelece uma crítica à utilização da imagem das

mulheres de Perón, através de Evita Perón, interpretada por Madonna no filme *Evita*, e Isabelita Perón. Ambas as atrizes contribuíram para a ascensão política de Perón na Argentina, principalmente por trabalharem em telenovelas. Portanto, as mulheres argentinas também se sentiriam sensibilizadas e o “simples” diálogo de Carl e Lenny poderia trazer transtornos.

2.2. A visita dos *Simpsons* ao Brasil: (re)significações do Brasil e dos brasileiros produzidas a partir do episódio “o feitiço de lisa”.

A viagem da família *Simpson* ao Brasil, em 2002, causou estragos. Fernando Henrique Cardoso (FHC) (então presidente do Brasil) e empresas de turismo buscaram censurar o episódio para a televisão aberta. Paradoxalmente, a globalização e as políticas neoliberais defendidas pelo presidente brasileiro, e por muitas empresas, agravaram os problemas sociais brasileiros e tornaram-se alvo fácil para a crítica simpsoniana. O caótico cenário do início do século XXI no Brasil transformou-se em palco para “Ronaldinho”, personagem que dependia das doações da jovem Lisa Simpson, para tentar ter sucesso no carnaval brasileiro.

A partir dessa relação de dependência, o personagem simpsoniano Ronaldinho, amedrontado com os macacos que ameaçavam o orfanato em que vivia, sensibilizou a família *Simpson* que, para o incômodo do presidente FHC e de muitas empresas, desembarcou no Rio de Janeiro. Como é característico da série, sequestros, favelas, carnaval e sexualidade, principalmente em programas infantis, foram frisados pelos produtores simpsonianos. Com ênfase no episódio “O feitiço de Lisa” e seus chistes referentes a personalidades brasileiras como Ronaldinho (jogador), Pelé e Xuxa é que desenvolvemos nossa análise nesta parte do capítulo.

De maneira invertida, a Rede Globo de Televisão já havia protagonizado o “Cala a boca Simpson”, em 2002, com a censura ao episódio “Feitiço de Lisa”, no qual a família Simpson viajava para o Brasil. O episódio foi proibido pela emissora para a veiculação na televisão aberta. Em uma reportagem da *Revista Veja*, em 17 de abril de 2002, é destacada a indignação de representantes da cidade do Rio de Janeiro, frente ao polêmico episódio. Após uma construção imagética extremamente depreciativa do

Brasil, na qual era o país era apresentado como selvagem, atolado em problemas sociais graves, a revista assim se manifesta:

O humor politicamente incorreto do desenho animado americano Os Simpsons desembarcou no Brasil e fez estrago. Em um episódio que acaba de ser exibido nos Estados Unidos, a família decide visitar o Rio de Janeiro e se mete em uma série de confusões. Aparecem ruas cheias de ratos e trombadinhas. Um táxi clandestino seqüestra o patriarca, Homer. Macacos e sucuris andam pela cidade. O pestinha Bart se dedica a aprender espanhol antes da viagem e a trilha sonora é de ritmos caribenhos. A Riotur, empresa de turismo do Rio, anunciou que vai processar a Fox, produtora do desenho animado. O episódio deve ser exibido no Brasil apenas em outubro. Outros países já foram alvo desse tipo de gozação, sem maiores consequências.¹¹⁹

O que chama a atenção nOs *Simpsons* é realmente “o humor politicamente incorreto do desenho americano”. Nesse sentido, Matt Groening representa de forma irônica e caricaturada as aventuras de uma família de classe média americana e suas relações cotidianas marcadas por problemáticas presentes na realidade neoliberal e globalizante. Por meio do humor e da animação, características de seus desenhos, o autor “brinca” com questões interessantes como as crises políticas norte-americanas, a banalização da violência, as problemáticas que circundam os avanços tecnológicos, as rivalidades religiosas e étnicas presentes nos Estados Unidos e outras questões interessantes para pensarmos a atualidade histórica. Portanto, o uso de estereótipos é uma estratégia recorrente na busca por melhores índices de audiência. Porém, a maneira como repercutiram os episódios que retrataram o Brasil e os brasileiros e as atitudes tomadas por representantes do Estado, empresas e internautas apontam para especificidades simpsonianas que merecem análise detalhada criteriosa.

Como a ridicularização do Brasil incomodou “a Riotur, empresa de turismo do Rio”, o presidente Fernando Henrique Cardoso (1994-2002) e a própria Rede Globo de televisão proibiram a veiculação do episódio em sua programação, sendo este restrito a canais de televisão por assinatura, como a FOX. Esse foi o fator inicial que motivou, neste trabalho, colocar como alvo principal de análise os episódios em que o desenho se refere ao Brasil, focando em especial o capítulo intitulado “O feitiço de Lisa”, que retrata, reiteramos, a visita da família ao Brasil. Demonstrando sua inquietude diante da representação do Brasil mostrada no episódio, o líder do executivo brasileiro FHC

¹¹⁹ Revista *Veja*, 2002. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/170402/datas.html>. Acesso em mai 2011.

exigiu desculpas dos produtores do programa. No dia 13 de abril de 2002, o jornal *Folha de São Paulo* destacou que:

[...] a produção do desenho animado "Os Simpsons" pediu desculpas ontem pelo episódio "Blame it on Lisa", que escarnecia do Rio, mas aproveitou para provocar o presidente Fernando Henrique Cardoso. "Pedimos desculpas à amável cidade do Rio de Janeiro", disse o produtor James L. Brooks. "Se isso não resolver a questão, Homer Simpson se oferece para lutar com o presidente do Brasil no 'Celebrity Boxing'."

Ele se referia ao novo programa da Fox, emissora de "Os Simpsons", que reúne duas celebridades já em decadência para uma luta de boxe.¹²⁰

A associação da figura do presidente Fernando Henrique Cardoso às “celebridades já em decadência” é interessante para pensarmos a importância política do episódio “O Feitiço de Lisa”. Em 2002, os brasileiros viviam um momento de grave crise social, decorrente, entre outros fatores, da crise do Plano Real, do “efeito dominó” da globalização que assolou vários países, após sucessivas crises econômicas na Rússia e nos tigres asiáticos, no fim da última década do século XX. Nesse sentido, a confiança dos brasileiros no governo federal encontrava-se gravemente abalada com a imagem do, então, presidente brasileiro em decadência. Uma particularidade interessante é que FHC, ao facilitar as privatizações das empresas de telecomunicação e apoiar a entrada de investimentos estrangeiros no Brasil, potencializou o contato progressivo dos brasileiros com as tecnologias vendidas pelas indústrias culturais globais, e, nesse sentido, a crítica simpsoniana ao Brasil e aos brasileiros causaria estrago, principalmente por ser propagada pelo poder das progressivas políticas de inclusão digital. Por isso, a proibição de veiculação do episódio na televisão aberta teve pouca eficácia no sentido de impedir a associação dos problemas de seu governo com as ridicularizações propostas pelos Simpsons ao representarem o Brasil. Sobretudo, por meio da Internet, as críticas ao seu governo, associadas às imagens simpsonianas do Brasil, se viram constantemente proliferadas por meio da facilitação dos acessos. Paradoxalmente, a tentativa de censurar o episódio, impeliu Homer e seus familiares a causarem mais estragos.

Como a inclusão digital ainda estava em curso em 2002, percebia-se, no Brasil, um distanciamento claro entre as práticas governamentais do governo Fernando

¹²⁰ *Folha de São Paulo*, 2002. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/foha/brasil/ult96u31334.shtml>. Acesso em abr. 2011.

Henrique Cardoso e as comunidades locais brasileiras que, em sua maioria, viam-se desamparadas diante da fragilidade do Estado brasileiro, sobretudo no que concerne aos apoios a causas sociais.

Atentando-nos para essa questão, enfatizamos, conforme Paul A. Cantor, que a política presente no desenho d*Os Simpsons* é pautada, desde seu primeiro episódio, pela “*falta de confiança no poder e, principalmente, no poder distante das pessoas comuns*”. Perseguindo uma outra perspectiva de análise, Pierre Ansart afirma que se a crença é marcada por dimensões afetivas, muitos políticos com suas atitudes contribuem para o fazer descrever. Assim, o recurso ao humor, explorando esse campo, passa a ser uma arma essencial para a gestão das descrenças. Destaca ainda que:

As anedotas em relação aos detentores do poder são uma excelente arma no trabalho de desvinculação política; permitem a expressão da agressividade face às autoridades, suscitam uma cumplicidade amigável para com o humorista, restabelecem uma situação de superioridade ao colocar o homem político ou a decisão política visada em uma posição grotesca.¹²¹

Por isso, é possível deduzir que *Os Simpsons*, explorando a falta de confiança no poder e ridicularizando personalidades políticas, como foi o caso de Fernando Henrique Cardoso, passa a exercer um papel para além do entretenimento, adentrando a esfera do poder. Nessa perspectiva, a ridicularização de personagens políticas e da própria sociedade brasileira, coloca o desenho em um lugar de destaque, mesmo que faça uso de caracterizações sobre o Brasil e os brasileiros já utilizados por outros desenhos animados. Aliás, nesse aspecto, sobretudo, em função de sua longevidade, os *Simpsons* promoveram avanços na comunicação anteriormente não disponíveis. Isso ajuda a explicar, porque foi possível a criação de uma linguagem simpsonizada que povoa o mercado de bens simbólicos, como a língua e a cultura, por exemplo, referendando o sucesso alcançado.

Por isso, a discussão sobre o episódio o “Feitiço de Lisa”, que retrata o Brasil e os brasileiros, possibilita refletir para além da censura imposta ao desenho. Tal episódio e suas repercussões ilustram o argumento de que vivemos em um mundo em que as atitudes ficcionais de Homer e da sociedade de Springfield podem ser bem mais

¹²¹ ANSART, Pierre. Mal-estar ou fim dos amores políticos? In: *História & Perspectivas*. Uberlândia: Editora da Universidade Federal de Uberlândia, jun. 2002. p. 61.

reais do que parecem. Pierre Ansart chega a afirmar que, com o recurso do humor e da ironia, o campo do político passa a ser objeto de uma industrialização e comercialização de bens simbólicos. “*Jornais cotidianos ou semanários especializam-se na produção e venda de caricaturas, artigos humorísticos, na busca de escândalos menores ou maiores, relativos à vida política e seus personagens essenciais.*”¹²² De maneira similar, Os Simpsons, assim como os jornais de informação, utilizam a dimensão da cultura política para oferecer formas renovadas de riso a seus leitores ou telespectadores. Por isso, no desenho, objetos de culto, heróis, massacres, guerras, racismo e problemas sociais são ridicularizados e transformados em lugares do risível. Essa característica, além de alimentar a descrença política, pode, por isso mesmo, afetar a credibilidade de supostas lideranças ou “heróis” da cena política, prejudicando suas pretensões de ascensão ou de continuidade no poder. Segundo Pierre, ainda, esse contexto apresenta grandes dificuldades para se descobrirem expressões e reações afetivas, posto que, o humor cumpre seu papel de alimentar o ceticismo, identificando, no político, o lugar da descrença. Por isso, o humor provocado pelo *Os Simpsons* pode causar repercussões que acarretem alterações nas vidas das pessoas, e aqui se incluem ações de internautas, atingindo personalidades e marcando, de alguma maneira, a cultura política brasileira. Buscaremos apontar e discutir esses fatores, principalmente, no capítulo 3.

2.2.1. Da Austrália para o Brasil

Como exposto anteriormente, comumente, a família Simpsons aventura-se em outros países em alguns episódios, ou faz menções críticas a personalidades nacionais, com vistas a incomodar e ganhar espaço midiático. Ao analisar os episódios da série, percebemos que, principalmente, na viagem d*Os Simpsons* para a Austrália, em “Bart vs Austrália”, no início do episódio e nas menções a aspectos da globalização, sobretudo em seu viés tecnológico, havia muitas semelhanças com o episódio “O Feitiço de Lisa”, no qual o Brasil é retratado. Cabe aqui, portanto, uma “viagem” “Da

¹²² ANSART, Pierre. Mal-estar ou fim dos amores políticos? In: *História & Perspectivas*. Uberlândia: Editora da Universidade Federal de Uberlândia, jun. 2002. p. 62.

Austrália para o Brasil”, destacando algumas similitudes entre os episódios supra citados.

Pensando na organização dos episódios, antes das respectivas viagens da família Simpson para um ou outro país, em “Bart vs. Austrália”, episódio da 7ª. Temporada, apresentado em 1995, de maneira similar ao que ocorre na viagem da família Simpson ao Brasil, Bart Simpson faz ligações para a Austrália, e suas brincadeiras dificultam a relação entre os Estados Unidos e aquele país. A curiosidade de Bart pelo hemisfério Sul nasce, quando Lisa afirma que nestes países as “coisas acontecem ao contrário”, referindo-se, criticamente, à divisão Norte (países ricos) e Sul (países pobres). Em “O feitiço de Lisa”, a jovem também faz ligações para o Brasil, que deixam a família endividada. Homer, acusando Bart pela despesa, inicia um processo de estrangulamento, interrompido, quando Lisa confessa que ela fizera as ligações. Procurando acalmar o marido, Marge diz:

_ Homer, calma; é só a gente ir até a companhia telefônica e resolver isso.

_ Tem um montão delas. E elas ficam mudando de nome. (Homer desespera-se e chora)

Esse diálogo e a coincidência das ligações apresentam-nos duas questões importantes. Como o episódio da Austrália é de 1995, a crítica simpsoniana destaca as peripécias de Bart como motivadoras de uma instabilidade política entre Estados Unidos e Austrália. Enquanto que em “O feitiço de Lisa”, episódio apresentado no século XXI, as ligações suscitam o problema das companhias telefônicas, que, principalmente após as crises internacionais, tendem a ser compradas por grandes empresários das indústrias culturais globais, como Murdoch, por exemplo. Como destacado no capítulo 1, Murdoch passou a investir na compra de companhias telefônicas e produtoras de televisão, para, a partir dessas novas mediações, expandir seu capital por meio do sucesso de produções de entretenimento. Assim, dominou a FOX TV, a própria SKY¹²³ e investiu na produção dos *Simpsons*. Ao visitar as empresas de telefonia, cujas funcionárias já eram robotizadas, Marge Simpson, em “O feitiço de Lisa”, afirma: “_ *Olha só, isto é tão moderno*”.

¹²³ DUARTE, Rodrigo. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

Em relação às “coisas que acontecem ao contrário”, no episódio que se refere ao Brasil, para apresentar a ideia de oposição, que também foi utilizada para justificar explicações sobre a Austrália, Lisa, lendo o livro “Quem quer ser um milionário?”, esclarece a seu pai que os brasileiros têm um inverno durante o verão americano, pela diferença geográfica entre os hemisférios norte e sul. Homer, então, indaga:

- _ Então é frio em agosto?
- _ Isto mesmo. (responde Lisa Simpson).
- _ E em fevereiro é quente?
- _ Hum, hum. (responde a filha).
- _ Então é a terra do contrário. Ladrão corre atrás da polícia. O gato tem cão.
- _ Não pai, é só o tempo.

Em “Bart vs. Austrália”, o garoto Simpson faz ligações para o hemisfério sul para saber “*para que lado a água do vaso gira*”, pois as explicações de Lisa, de que as águas no hemisfério norte tomam o curso anti-horário e no hemisfério sul o contrário, não o convenceram. Irritada com a ignorância do irmão, Lisa brinca com ele dizendo que no hemisfério sul “*os hambúrgueres comem gente*”. A partir dessa lógica do contrário em relação ao Brasil, Bart Simpson e Homer interessam-se em ligar para a Austrália para passar “trotos”. A ridicularização da Austrália e o destaque da interferência norte-americana sobre o país fizeram com que Mike Reiss, um dos produtores dos Simpsons, afirmasse que: “*Fomos condenados pelo parlamento australiano após o episódio*” e “*Sempre que os Simpsons visitam outro país isso gera fúria, inclusive no caso da Austrália*”.¹²⁴ Além dessa repercussão no parlamento australiano, e similarmente à atitude do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (1994-2002), o episódio em que *Os Simpsons* criticaram os australianos rendeu estudos na Universidade da Califórnia em Berkeley, Califórnia, nos Estados Unidos.

Sobre a censura e o incômodo gerado por produções audiovisuais, o historiador Robert Darnton, ao analisar o filme “Danton” destacou que François Mitterrand¹²⁵, ao assistir ao filme em janeiro de 1983, não o aprovou. O filme, do polonês, Andrzej Wajda criticava a heroicização da revolução francesa e do próprio Robespierre. A respeito das implicações desta película, Robert Darnton elucida que só

¹²⁴ Disponível em: <<http://www.theage.com.au/news/tv--radio/laughter-through-the-ages/2007/02/26/1172338545039.html>>. Acesso em: 08 de jul. de 2010.

¹²⁵ Presidente Francês, em 1983, participante do Partido Socialista, atuante estadista das décadas de 1980 e 1990.

passou a escrever sobre o filme, após ele ter atravessado o oceano; além disso, enfatizou que a produção audiovisual possibilitaria discutir sobre o mundo simbólico da esquerda européia.

Ao versar sobre o duplo sentido de *Danton*, afirmou que em franca crise do socialismo na Europa, a crítica à ditadura e ao autoritarismo fizeram com que o filme tivesse boa repercussão na Polônia. Porém, na França, ele não foi bem recebido, principalmente pelas autoridades políticas que, além da censura, resolveram fortalecer o ideário simbólico da Revolução Francesa nas escolas primárias e secundaristas. A fragilidade da Revolução Francesa, no que tange às questões de ordem social apresentadas em *Danton* poderiam, simbolicamente, atingir os interesses do Partido Socialista de Mitterrand, já que em 1983, a França vivia grave crise econômica.¹²⁶ No episódio “O feitiço de Lisa”, em 2002, a apresentação simpsonizada dos problemas sociais brasileiros foi um dos fatores para a censura e a não veiculação do desenho em canais abertos.

A restrição ao público, assim como no caso do filme *Danton*, poderia impedir reações indesejadas em relação ao presidente da República brasileira, Fernando Henrique Cardoso (1994-2002). Sem essa restrição, tanto a imagem do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) quanto a liderança e a popularidade de FHC, que estavam sendo questionadas, poderiam se desgastar ainda mais. Além disso, assim como no caso de *Danton*, as imagens simbólicas de Brasil, ridicularizadas e caricaturadas, foram apresentadas com sucesso em outros países. O problema envolvendo Fernando Henrique Cardoso e a empresa de turismo RioTur renderam outras críticas simpsonianas. No episódio “Os Monólogos da Rainha”, da 15ª. Temporada, transmitido em 2003, Homer diz que gostaria de voltar ao Brasil, mas “o problema dos macacos ficou pior”.¹²⁷ No mesmo ano de 2003, foi apresentado o episódio “Krusty vai para Washington”, da 14ª. Temporada, no qual o macaco Mr. Teeny, veio do Brasil. O palhaço Krusty enfatiza ainda que o tio do personagem brasileiro era macaco-chefe da Secretaria de Turismo do Rio de Janeiro. A repercussão do episódio “O feitiço de Lisa” e sua censura não impediram que os produtores do desenho continuassem apresentando críticas aos brasileiros, porém, inserindo a

¹²⁶ DANTON, Robert. Cinema: *Danton* e o duplo sentido. In: *O Beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. p. 51-63.

¹²⁷ Disponível em: <http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Os_Mon%C3%B3logos_da_Rainha>. Acesso em: 12 de mar. de 2011.

Secretaria de Turismo e o próprio estadista Fernando Henrique nas temáticas simpsonianas. Evidente que outros filmes, ou desenhos, podem ter apresentado depreciativamente o Brasil, ao representar o país e seus cidadãos como selvagens. Porém, a censura e a propagação das apresentações não suscitaram tantos alardes e reações como ocorreu com o “feitiço de Lisa”. Justifica-se, portanto, uma análise mais detalhista do episódio e das intenções dos produtores dos Simpsons sobre o Brasil e das inferências que eles almejavam que os telespectadores concluíssem.

2.2.2. “Ronaldinho” e a ascensão social: ridicularização da pobreza ou metáfora da superioridade norte-americana?

O episódio “O feitiço de Lisa”, apresentado em 2002, é dirigido por Steven Dean Moore e escrito por Bob Bendetson. Apesar da direção e escrita serem diferentes de “Bart vs Austrália”, sua narrativa é semelhante à dos episódios em que *Os Simpsons* viajam para outros países. A motivação original é decorrente de uma conta telefônica com ligações feitas por Lisa Simpson para falar com o garoto carente Ronaldinho no Brasil. Essas ligações dão impulso à viagem de *Os Simpsons* ao país. Por considerarmos central o episódio “O feitiço de Lisa” para discutirmos sobre as produções imagéticas do Brasil e suas repercussões reelaboradas por internautas brasileiros, optamos por debater as imagens do episódio cronologicamente, ou seja, iniciaremos com as imagens do personagem órfão brasileiro e a chegada dos Simpson ao Brasil até o momento final, em que Bart Simpson dança no carnaval, após ser engolido por uma enorme serpente no Rio de Janeiro. A seguir, a imagem da criança fluminense simpsonizada.



Figura 26: Ronaldinho criança órfão brasileira

Fonte: Episódio “O feitiço de Lisa” (2002).

O endividamento dos Simpsons em função das ligações telefônicas para Brasil, deixou Lisa em situação difícil com sua família. Para justificar as ligações, ela apresentou à família um vídeo do personagem brasileiro Ronaldinho. Após observar o pobre órfão brasileiro, menor carente residente no “Orfanato dos anjos sujos e imundos”, os Simpsons se sensibilizam e resolvem ajudar, visitando Ronaldinho no Brasil. A piedosa imagem acima é projetada na televisão d*Os Simpsons*, por intermédio de uma fita do antigo videocassete, e mesmo Homer, que havia dito que no Brasil moravam “*pequenos Hitleres*” sensibilizou-se, motivando-se para a viagem. O problema do menor abandonado e a incompetência do Estado em assistir às instituições de amparo revelam o descaso pelo social realmente vigente no Brasil, que agravou-se principalmente, após as crises internacionais que culminaram com a crise do real. O segundo mandato de Fernando Henrique e o caos social no Brasil transferiram-se do televisor da família Simpson para o mundo globalizado, motivação para a tentativa de censura, conforme esclarecemos anteriormente.

Ronaldinho, simpsonizado na figura acima, destaca que, por causa da generosidade de Lisa, comprou sapatos para dançar o carnaval, mas, em seguida, é atacado por macacos e se esconde no orfanato. A antiga e preconceituosa imagem do Brasil selvagem, os problemas sociais, a dependência econômica, o carnaval e o futebol, representado pelo próprio nome do personagem simpsoniano “Ronaldinho”, são apresentados como símbolos brasileiros pel*Os Simpsons*.

Dois aspectos chamam a atenção sobre a representação do personagem brasileiro: no primeiro ele aparece como um personagem simpsoniano que sugere uma representação da relação Brasil e Estados Unidos, marcante no século XX. No segundo, e para a nossa análise o mais relevante, atém-se ao fato de que o personagem masculino utiliza artifícios similares aos de Bart e Homer, como a esperteza, o individualismo e o desapego aos valores familiares, mas obtém êxitos pessoais ao final do episódio. Além disso, talvez resida neste aspecto a afinidade de Ronaldinho com Lisa: ele toma atitudes inteligentes para seduzir os Simpsons, objetivando conquistar ascensão social, ainda que os produtores d*Os Simpsons* apresentem o carnaval como caminho possível para essa ascensão. É indiscutível que no episódio os papéis principais são divididos entre as personagens Lisa e Ronaldinho, pois toda a trama é proveniente da tentativa da família

Simpson de encontrar o personagem brasileiro. Sob este ponto de vista, contrariando o pressuposto da inferioridade do gênero masculino presente na maioria dos personagens simpsonianos, Ronaldinho se mostra como um agente de sua própria mobilidade social. Convém inclusive, ressaltar que o jovem personagem brasileiro torna-se artista de um programa infantil, participa dos desfiles carnavalescos e ganha muito dinheiro, ao ponto de emprestar parte de seus lucros para os Simpsons pagarem o sequestro de Homer, ao final do episódio.

Em relação ao nome do personagem, é conveniente destacar que Edson Arantes do Nascimento, o Pelé, e “Ronaldinho”, posteriormente apelidado de “Ronaldo Fenômeno”, fizeram uma participação especial breve em alguns episódios dOs *Simpsons*. Pelé é apresentado como um ex-jogador, fazendo propaganda para o rolo de papel de cozinha e banheiro “Crestfield Max Paper”. O jogador aparece em um jogo, recebe o dinheiro e se retira. Ao posar para fotos exibindo o montante de dinheiro que ganhara, Pelé é associado à imagem de um mercenário. Observe, na ilustração seguir, Pelé fazendo propaganda de um produto em um jogo de futebol:



Figura 27: Pelé representado em *Os Simpsons*

Fonte: Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/ESP/Noticia/Arquivo/0,AA1318450-4482,00.html>>. Acesso em: mar. 2011.

É notório que, ao final de sua carreira futebolística, Pelé passou a desenvolver atividades profissionais na publicidade vinculadas a organismos internacionais, como a Organização das Nações Unidas e, principalmente, a UNICEF, e também/ou a comerciais de empresas e produtores variados. Ou seja, apesar de sua habilidade com o futebol, grande parte de sua riqueza foi proveniente das propagandas, do seu estreito vínculo com a propagação do futebol nos Estados Unidos e das campanhas em defesa das crianças brasileiras. Porém, assim como aconteceu no episódio simpsoniano, Pelé se envolveu em um escândalo vinculado ao desvio de verba de um evento da UNICEF, conforme exposto a seguir:

Conforme a Folha revelou domingo, em 1995 Pelé e uma empresa ligada a ele, a PS&M Inc. (Pelé Sports & Marketing Inc.), prometeram realizar de graça um evento beneficente para o Unicef-Argentina. Num contrato paralelo, passaram a cobrar pelo trabalho, a ser pago por uma empresa dos EUA (Sports Vision) com dinheiro de um banco argentino.

No final, o evento não foi realizado, a PS&M Inc. ficou com US\$ 700 mil e não entregou nenhum tostão ao órgão da ONU. Pelé assinou pessoalmente, sem intermediários, o convênio com o Unicef, o contrato com a Sports Vision e o pacto de 1996. O pacto foi redigido na saída de Seabra da PS&M Ltda. Ele diz que era funcionário da empresa. Segundo Pelé e Hélio Viana, era sócio. O documento define a remuneração de Seabra em quatro negócios vigentes, inclusive o projeto para o Unicef -iniciativa na qual os três estavam juntos.

Como não recebeu o que considera seu direito, Seabra foi à Justiça trabalhista em 1997. Ainda não há sentença. No processo, a Folha descobriu o pacto que trata o evento filantrópico como empreendimento comercial com direito a partilha de lucros. O trecho sobre pagamento a Pelé até como pessoa física conta que a PS&M (não informa se a Ltda., brasileira, ou a Inc., das Ilhas Virgens) tomou no Brasil um empréstimo bancário de R\$ 1,45 milhão. Não diz se foi por conta do evento do Unicef e o que foi feito com o dinheiro.¹²⁸

As altas cifras que envolveram a questão de Pelé com o evento foram inspiradoras para os produtores dos *Simpsons*, que logo o projetaram como mercenário em um episódio apresentado em 1997. Consequentemente, a imagem do brasileiro Edson Arantes do Nascimento, que havia jogado futebol profissional pelo Cosmos,

¹²⁸ Disponível em: <<http://listas.cev.org.br/cevmkt/2001-11/msg00144.html>>. Acesso em: 12 de mar. de 2011.

entre os anos de 1975 e 1977, e cujo talento fora reconhecido mundialmente como o atleta do século XX, se viu simpsonizado, veiculando uma imagem depreciativa do brasileiro. Porém, a invenção ficcional proposta no desenho, refere-se a uma situação legitimada pelo próprio Pelé. A comichidade dos Simpsons e sua criação do personagem ficcional brasileiro, caricatura o fato para torná-lo risível e problemático. Se Pelé representou o futebol brasileiro e o Brasil, nos Estados Unidos, o desenho cumpriu o papel de colocar uma interrogação sobre as construções míticas e, por vezes ficcionais, do “rei do futebol”, não apenas nos Estados Unidos, mas nos diversos países em que o episódio foi veiculado. Pelé disse em 1977, nos Estados Unidos, que “*sem o amor das crianças o futebol morrerá*”¹²⁹; parece que sua imagem simpsonizada e seus vínculos com a UNICEF não condizem com uma relação tão harmônica assim. A relação de Pelé mercenário com crianças e com representação do Brasil foi marcante para a representação simpsoniana do personagem Ronaldinho de “O feitiço de Lisa”. Nessa perspectiva, foi a realidade das vivências de Pelé relacionadas à sua imagem nos Estados Unidos que, de alguma maneira, contribui, ou serviu de inspiração, para a produção do episódio no qual os Simpsons viajam para o Brasil.

Outro ícone do futebol brasileiro e, por conseguinte do Brasil no estrangeiro, foi Ronaldo Nazário de Lima, o Ronaldinho, apelido também atribuído ao personagem simpsoniano em “O feitiço de Lisa”. O sociólogo Ronaldo Helal, especialista em Teoria da Comunicação e Sociologia do Esporte, analisou a mitificação midiática e a idolatria referente a Ronaldinho. Para isso, recorreu aos cadernos de esporte do Jornal do Brasil e de o O Globo que versavam sobre Ronaldo Nazário, entre os anos de 1998 e 2002.

Para nortear sua escrita, citando Umberto Eco, o filósofo, linguista e semiólogo, comparou a humanização do mito gerada pelos problemas físicos de Ronaldo na Copa de 1998 na França e suas dificuldades, e posterior glória, na Copa de 2002, com a humanização da figura de Clark Kent e sua transformação no *Superman*. Nesse viés, enfatizou:

A narrativa clássica do herói fala da superação de obstáculos, redenção e glória. Até a Copa de 1998, a narrativa impressa em torno da figura de Ronaldinho não falava de superação, provações obstáculos, nem tão pouco de redenção e glória. Sua trajetória tinha sido iniciada curiosamente como mito. Ronaldinho não era o

¹²⁹ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/colunas/regra10/ult3255u487952.shtml>>. Acesso em: 12 mar.2011.

‘fenômeno’ somente devido às suas qualidades excepcionais para a prática do futebol. Jovem, rico, eleito por duas vezes consecutivas o melhor do planeta ele era o atleta mais festejado da mídia internacional. Até então não tínhamos presenciado fenômeno semelhante de narrativa mítica, iniciada de forma tão meteórica e espetacular, sem que o ídolo esportivo tivesse superado obstáculos e provas no caminho e nem ao menos tivesse conquistado um triunfo para dividir com a comunidade.¹³⁰

Após a fatídica partida final da Copa de 1998, Ronaldo conviveu com contusões, incertezas e demais dramas pessoais que somente o título da Copa de 2002, no Japão e na Coreia, poderia corrigir, segundo afirmações do próprio Ronaldinho. Transformar o humano em “fenômeno”, ou herói, significava transformar as dúvidas, após a Copa de 1998, em certezas, em 2002. Nessa saga pela redenção, às vésperas da final do Brasil contra a Alemanha em 2002, o Jornal *O Globo*, de 28 de junho, publicou a reportagem “Pelé compara sua história à de Ronaldo”, em que Pelé afirmou: “*Contei-lhe o drama vivido por mim após a Copa de 1966, na Inglaterra, quando me contundi e o Brasil acabou desclassificado. Disse a ele que não desisti e acabei sendo destaque na Copa seguinte.*” Ronaldo Helal destaca, ainda, que alguns jornais comparavam a saga de Ronaldinho, também, à de Romário, na Copa de 1994 nos Estados Unidos. Dessa maneira, as comparações com os feitos heróicos contribuíam para fortalecer a imagem de Ronaldinho, cuja volta, como Ronaldo Fenômeno, dependia da vitória e da conquista do pentacampeonato de futebol na Copa de 2002, esperança que se concretizou com os dois gols de Ronaldo na partida final. A respeito da eficácia da construção mítica da figura de Ronaldinho, cabe ainda lembrar:

E a eficácia da construção comprova-se até no próprio discurso do atleta em questão, já que Ronaldinho também é consumidor da mídia e, como sujeito psicológico, incorpora ‘realidades’ ali ‘construídas’ e passa a fazer declarações inseridas no contexto criado que, por sua vez, tem que estar relacionado com o contexto existente na sociedade. A narrativa midiática da trajetória mítica em torno da figura de Ronaldinho nos mostra que estamos diante de uma relação dialética e dinâmica entre as ações do ‘objeto mitificado’ – Ronaldinho – o

¹³⁰ HELAL, Ronaldo. Mídia e idolatria: o caso Ronaldinho. In: *Mídia, cultura e comunicação* 2. Antonio Adami, Barbara Heller e Haudée Dourado de Faria Cardoso (org.). São Paulo: Art & Ciência, 2003. p. 108.

contexto social e o discurso do noticiário impresso – por sua vez gerador de contextos.¹³¹

Sob outro prisma, o personagem simpsoniano Ronaldinho também é descrito como alguém que supera os problemas sociais. Assim como muitos jogadores brasileiros que são de origem humilde, suas carências deveriam ser superadas pelo sucesso na mídia e no carnaval. Tal como Pelé, nas representações presentes nos Simpsons, o personagem Ronaldinho busca dinheiro desesperadamente, e, como o próprio Ronaldo Nazário, o Ronaldinho simpsonizado consegue o sucesso e até ajuda a família Simpson. Da mesma forma que Ronaldo Fenômeno, o Ronaldinho do episódio “Feitiço de Lisa” tem uma carreira meteórica no programa infantil “Telemelões” e no carnaval. Os sapatos oferecidos por Lisa no início do episódio, para que ele dançasse carnaval servem apenas como instrumento motivador para o sucesso do personagem que, conforme já exposto, ganha o papel principal no desenho. Se Pelé e Ronaldo Fenômeno ganharam fama e dinheiro via futebol, o personagem brasileiro, Ronaldinho, ficou rico devido ao carnaval. Um personagem se constrói a partir do contexto social vivido por alguns poucos jogadores de futebol, embora, no caso do desenho, a sugestão é que mesmo pessoas pobres das periferias de uma metrópole, como a cidade do Rio de Janeiro, podem valer-se do carnaval e da mídia para obterem mobilidade social, prestígio e, em alguns casos, muito dinheiro.

Os *Simpsons*, também, são consumidores da mídia e, nos desenhos, conforme estamos apresentando, é comum a aparição de figuras midiáticas internacionais para que se ampliem as vendas no mercado e a longevidade da série no ar e na mídia. A relação dinâmica do desenho com os contextos sociais apresentados, como no caso do Brasil, e os discursos midiáticos recriados pelos meios de comunicação impressos ou eletrônicos são geradores de contextos e, no caso simpsoniano, de provações que marcam o desenho animado. Esses pressupostos se evidenciam em “O feitiço de Lisa”, veiculado 2002, época da ascensão midiática de Ronaldo, noticiada como “a volta do Fenômeno”, e marcam a estreita relação entre o Fenômeno e o personagem simpsoniano “Ronaldinho” apresentado como um garoto pobre, dependente do apoio de Lisa que o presenteia com um par de tênis para dançar o carnaval. O episódio apresenta a saga do jovem que por meio da habilidade na dança e

¹³¹ Ibidem. p. 122.

da projeção na mídia como assistente de programa infantil, consegue muito dinheiro e até ajuda Homer Simpson, que havia sido seqüestrado, a pagar a quantia exigida pelos bandidos. Obviamente que, em tom satírico e irônico, os “Ronaldinhos” compartilham algumas semelhanças.

No episódio intitulado *Marge Gamer*, da 18ª. temporada, apresentado no início de 2007, nos Estados Unidos, Ronaldo Nazário de Lima passa a ser o segundo Ronaldinho a participar da série animada *Os Simpsons*. A missão de Ronaldo era ensinar futebol a Lisa Simpson, instruindo Homer para não aceitar fingimentos. Os comentários de “Ronaldo Fenômeno” fazem com que Homer puna Lisa Simpson em uma partida de futebol. O tom de ensinamento e as peculiares trapanças tentadas por Lisa Simpson no jogo parecem soar como uma contraposição à imagem do Brasil que é apresentada em “O feitiço de Lisa”. Ao contrário da representação de Pelé como mercenário, Ronaldo é elogiado por Homer que lembra suas conquistas, e a voz do personagem é interpretada pelo próprio brasileiro. Porém, sob uma análise crítica, é sempre interessante lembrar que Ronaldo é um grande amigo de Homer, portanto, sua popularidade pode se comparar também a uma certa dose de ignorância atribuída a Homer nos episódios da série.

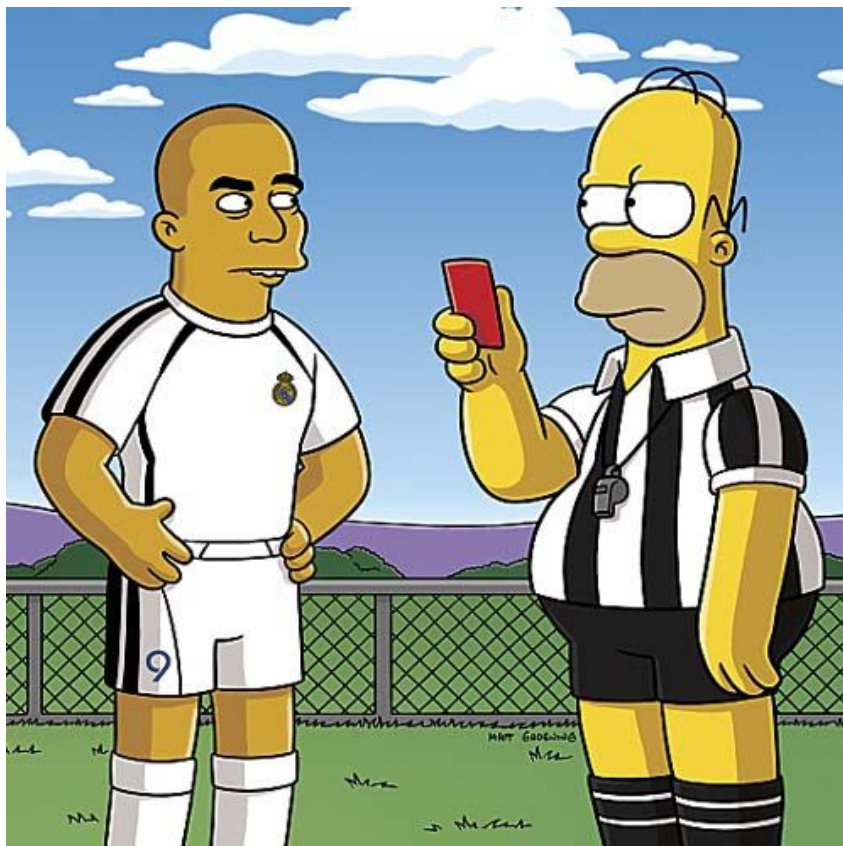


Figura 28: Ronaldo “fenômeno” e Homer Simpson

Fonte: Disponível em:

<http://www.interney.net/blogs/rolleiflex/2007/09/14/ronaldo_fenomeno_em_os_simpsons/>. Acesso em: mar. 2011.

Quando os Simpsons desembarcam no Brasil, os funcionários do hotel, em outra menção ao futebol, utilizam suas bagagens como se fora uma bola de futebol, fazendo uma tabela e chegando a comemorar um gol. Convém lembrar que, tempos antes da Copa de 2002, a empresa Nike, patrocinadora da seleção brasileira, havia feito uma propaganda com alguns atletas jogando futebol em pleno aeroporto para demonstrar suas habilidades. Entre “as estrelas”, estavam Romário e Ronaldo Fenômeno, ou seja, o comercial, também compunha o arcabouço midiático que passou a fazer parte do então jovem Ronaldinho em sua vida de celebridade, do mesmo modo como o jovem Ronaldinho, na ficção representada dos Simpsons em “o feitiço de Lisa”, destacou-se no programa infantil e no carnaval.

2.2.3. Xuxa simpsonizada e a sexualidade nos programas infantis brasileiros

Outro incômodo importante apresentado pelos produtores simpsonianos diz respeito à exploração da sexualidade nos programas infantis brasileiros. Sobre esse assunto o professor Marcio Ruiz Shiavo, doutor em comunicação e sexualidade, pesquisou sobre *Sexualidade e Relações de Gênero nos Programas Infantis de TV*, nos períodos de 25 de maio a 24 de junho de 1997, monitorando 152 horas de programação infantil das emissoras Bandeirantes, Educativa (TVE), Globo, Manchete, Record e Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Em seus resultados, enfatizou que a preocupação de pais e educadores sobre a erotização precoce de crianças e adolescentes procede, pois, a sexualidade na TV aparece reduzida a aspectos físicos e os estímulos eróticos são frequentes nas programações infantis. A esse respeito destacou:

a)É marcante a presença de estímulos eróticos e referências de gênero nos programas infantis. Em 152 horas de programação monitorada, registraram-se nada menos que **308** incidências: 03, na TVE; 22, na

Bandeirantes; 28, na Record; 62, na Manchete; 90, no SBT; 103, na Globo;

b) Em média, a cada 29 minutos, as crianças e pré-adolescentes recebem um estímulo erótico e/ou referência de gênero. Na Rede Manchete, esse tempo é de 23 minutos; na Globo, ainda menor: 15 minutos;

c) Em geral, a referência erótica é machista e preconceituosa; os estereótipos sexuais ou de gênero são usados para “fazer rir”;

d) Há programas com conteúdos educativos. Seus desenhos-animados, porém, abusam dos estereótipos sexuais e/ou de gênero;

e) As produções nacionais são mais criteriosas na abordagem das questões de sexualidade e gênero que as estrangeiras (americanas, mexicanas e japonesas, em sua maioria). O mesmo se aplica aos programas nacionais mais recentes em relação às produções de cinco ou dez anos atrás;

f) As crianças e pré-adolescentes percebem e compreendem (embora, nos limites do seu nível de informação sobre sexualidade e gênero) os estímulos eróticos e referências de gênero que ocorrem nos programas;

g) O gênero é um diferencial importante na percepção e reação aos estímulos eróticos e relações homem-mulher. Com efeito, além de se mostrarem mais “ligados” nessas questões, os meninos - bem mais que as meninas - tendem a introjetar e reproduzir os mitos, os estereótipos e preconceitos sexuais ou de gênero difundidos nos programas infantis de TV;

h) Muito embora os programas infantis de TV não se constituam no único fator de disseminação de estereótipos e preconceitos sexuais ou de gênero, eles cumprem um papel muito importante na transmissão de crenças, mitos e tabus às novas gerações, uma vez que constituem um referencial poderoso, nessa faixa de idade (entre os oito e os onze anos).¹³²

Interessante notar como essa realidade apresentada pela pesquisa é explorada pelos produtores dOs *Simpsons*, que não perdem a oportunidade para “zombar da situação”. Reforçando o machismo recorrente no desenho, os jovens personagens Bart Simpson e Ronaldinho (os dois na faixa de idade entre os oito e onze anos) se vêem atraídos pelos apelos sexuais presentes na programação infantil brasileira. Assim, “os estereótipos sexuais ou de gênero são usados para ‘fazer rir’”, características tanto da programação infantil brasileira como das criadores do desenho. No caso da

¹³² SHIAVO, Marcio Ruiz. *Erotismo infantil nos programas de TV*. Disponível em: <[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.seed.pr.gov.br/portals/routeiropedagogico/recursometod/2017 Erotismo infantil nos programas de TV.pdf](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.seed.pr.gov.br/portals/routeiropedagogico/recursometod/2017%20Erotismo%20infantil%20nos%20programas%20de%20TV.pdf)>. Acesso em: 23 de abr. de 2011.

personagem brasileira simpsoniana, Ronaldinho, o programa infantil de sucesso é colocado como sua possibilidade de utilizar os tênis doados pela personagem Lisa Simpson para dançar no programa infantil e no carnaval. Dessa maneira, a exposição sexual das personagens femininas é útil para que ele se projete socialmente e, até contribua para pagar o sequestro do personagem Homer Simpson no final do episódio “O feitiço de Lisa”, como já mencionamos.

Em relação a Bart Simpson, sua atração pela apresentadora do programa infantil brasileiro deu-se imediatamente, fazendo com que ele esquecesse o programa “Comichão e coçadinha” e mesmo o sequestro de seu pai, Homer Simpson. Identificado como um receptor de tais apelos sexuais, Bart, que já era caracterizado como um personagem machista, simpatizou-se com o desenho. Como era de se esperar, devido à política sexual simpsoniana, o programa causou espanto nas personagens femininas Lisa e Marge Simpson.

Nesse contexto de programas infantis, com apelos sexuais e o uso de estereótipos para fazer rir, os produtores do desenho não pouparam inferências a Maria da Graça Meneghel, conhecida nacionalmente como Xuxa e popularizada de forma propagandística como a “rainha dos baixinhos”. Celebridade midiática, Xuxa se tornou alvo fácil dessas ironias, seja em função dos apelos sexuais presentes em seus programas infantis, seja até mesmo por conta de sua trajetória artística e pessoal, na medida em que torna públicos seus relacionamentos afetivos com outras personalidades, como os esportistas Pelé e Ayrton Senna e o mágico e ilusionista americano David Copperfield, romances amplamente explorados pelas mídias.

Além disso, algumas experiências do passado “perseguem” a apresentadora, dentre elas, a participação em filmes de pornochanchada, como “Amor estranho amor”, produzido em 1979 e lançado em 1982, em que Xuxa, ainda jovem, desempenha o papel de uma personagem que tem relações sexuais com um garoto de apenas 12 anos. A própria apresentadora, ao tornar-se mais famosa com o programa infantil “Xou da Xuxa”, tentou impedir judicialmente a divulgação do filme. Porém, com o avanço dos meios de comunicação, internautas, principalmente via Google e You Tube, disponibilizaram livremente cenas do filme pela Internet, fato indicativo de que este veículo de comunicação pode incomodar as personalidades, ou celebridades midiáticas, conforme discutido anteriormente.

Com problemas no ciberespaço, em 1990, Xuxa, entrevistada pelo apresentador Amauri Jr., afirma que não se arrepende de ter feito o filme. Entretanto,

incomodava-se com o fato de “Amor estranho amor (1979)” estar sendo colocado no mercado de videocassete de forma ilegal, e transformando-a de personagem secundária, Tarcisio Meira e Vera Fischer eram os principais personagens, a principal, passando já que estampava a propaganda do filme como figura central.¹³³

Esses são aspectos importantes para se compreender, porque a simpsonização também atingiu a chamada “rainha dos baixinhos”, como pode ser notado na figura a seguir:



Figura 29: Representações de Xuxa em *Os Simpsons*

Fonte: Disponível em: <<http://fosforocultural.com.br/pablokossa/?p=121>>. Acesso em: 09 de jul. 2010.

À direita, Xuxa aparece no programa “infantil” do palhaço Krusty, intitulado “É o natal todo do Krusty”. Nesse episódio, chamado de “Marge não se orgulhe”, a famosa apresentadora sul-americana é ridicularizada, pois está à porta de sua casa, cantando de forma enfadonha um “Feliz Natal”, e é apresentada pelo palhaço que não consegue pronunciar seu nome corretamente. A mulher com asas, à esquerda, é a apresentadora do programa infantil “Telemelões”, visto pelos Simpsons no Brasil. O nome do programa sugere o tom da maior parte das críticas que dizem respeito ao apelo sexual das apresentadoras infantis e de suas assistentes. Nesse sentido, em “O feitiço de Lisa”, as críticas simpsonianas à Xuxa e aos programas infantis brasileiros são mais incisivas.

¹³³ Entrevista concedida ao jornalista Amauri Junior cuja temática era o filme “Amor estranho amor” e o respeito à imagem de Xuxa. Ver em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Cwc0J-193U0>>. Acesso em: 09 de jul. de 2010.

Entre os anos de 1986 e 1992, com reprises em 1993, a Rede Globo de Televisão transmitiu o “Xou da Xuxa”. O programa, dirigido por Marlene Matos, misturava brincadeiras, atrações musicais, desenhos animados, quadros especiais, e, diariamente, em sua abertura às 8h, a apresentadora dava *dicas* de boa alimentação para as crianças em sua primeira refeição, o café da manhã. O show era dividido em nove blocos de segunda a sexta-feira, e sete blocos aos sábados, os quais Xuxa apresentava para comandar as atrações e criar um ambiente de parque de diversões para aproximadamente 200 crianças presentes no estúdio e para os milhares de telespectadores¹³⁴. Com o sucesso do programa, a imagem de Xuxa projetou-se pela América Latina e pelo mundo, tornando-a um dos maiores fenômenos da televisão brasileira do fim dos anos de 1980 e início dos anos de 1990, período que coincide com o sucesso d*Os Simpsons*.

O apresentador preferido de Lisa e Bart Simpson é o palhaço Krusty. Assim, é explicável porque, ao desembarcarem no Brasil, eles tivessem tomado a iniciativa de manter contato com a programação infantil, descobrindo, então, o programa “Telemelões”. Este era pautado pela sexualidade, e durante o qual a apresentadora, representação da Maria da Graça Xuxa Meneghel, utiliza os seios para indicar os sentidos horário e anti-horário. Por isso, acreditamos, Bart Simpson afirma ter gostado mais da programação infantil brasileira do que da americana.

Como se pode notar, a perda do controle da apresentadora Xuxa sobre a divulgação de imagens denegridoras à sua imagem, envolvendo sua trajetória artística ou pessoal, torna-se patente, seja nas representações sobre ela no desenho seja nas que, em formato de vídeos, ganharam o ciberespaço, este entendido como a totalidade dos dados produzidos e disseminados por meio eletrônico. Trata-se, portanto, de um espaço criado a partir das desterritorializações e dos avanços comunicativos massivos, principalmente os consolidados com o advento do computador e da Internet. Ou seja, as revoluções da tecnologia de informação afetaram significativamente o cenário mundial, a partir do final do século XX, criando situações incontroláveis e deixando em apuros até mesmo personalidades com grande poder aquisitivo, como a referida apresentadora brasileira de programas infantis.

¹³⁴ Ver em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-253260,00.html>>. Acesso em: 09 de jul. de 2010.

Versando sobre os gêneros e identidades no ciberespaço, Viviane M. Heberle entende que as discussões na Internet, via Orkut e fotolog, podem ser entendidas em duas vias. Por um lado, apresenta um fórum democrático e sem barreiras socioculturais de gênero, classe e etnia para a troca de serviços e informações. Porém, por outro lado, pode reforçar os estereótipos preconceituosos e a opressão, intolerância e o silêncio de diferentes grupos sociais.¹³⁵ No caso de Xuxa, o ciberespaço foi o lugar, ou o não lugar, em que as imagens reais, ou ficcionais de seu passado serviram de suporte inspirador para que os julgamentos, ironias e zombarias simpsonianas tivessem suporte para (re)construir a imagem de uma personagem brasileira, para além do padrão global de uma receita de sucesso. Ou seja, apesar dos altos índices de audiência de seus programas, nos anos 1990, o passado da filmografia (pornô) de Xuxa foi e é muitas vezes retomado, ainda que a contragosto da apresentadora. Exposta a sátira simpsoniana, a retomada ao seu passado se torna instrumento para a vinculação de sua imagem à sexualidade, tanto na apresentação de programas infantis, quanto na exposição de sua figura associada a celebridades americanas, como a de David Copperfield, ridicularizada no programa do palhaço Krust. É importante, ressaltar ainda que, ao ser representada num programa infantil americano, Xuxa simpsonizada não foi bem recebida, embora, na representação dos *Simpsons* no Brasil, seu programa seja um sucesso. Tal constatação aponta para os limites do sucesso de Xuxa no estrangeiro, além da visão machista peculiar dos produtores simpsonianos.

Outro ponto importante para reflexão refere-se ao fato de que, embora as personagens femininas simpsonianas sejam apresentadas, na maioria das vezes, como inteligentes e repletas de valores morais, no caso, da apresentadora brasileira, ocorre o contrário. Mais do que isso, nesse mesmo episódio, outras personagens femininas que, também, dançam de forma erótica e incitam seus filhos a roubar, sugerem possibilidades de leituras ou de imagens negativas sobre a mulher brasileira. Assim, o machismo, presente no desenho, quando vinculado às estrangeiras, no caso as brasileiras, apresenta-se de forma ainda mais extremada do que a normalidade que caracteriza a série.

Rosa Maria Bueno Fischer, procurando tratar os modos de enunciar o feminino na televisão brasileira, elucida que existem algumas “leis” que regulamentam

¹³⁵ HEBERLE, Viviane M. Gêneros e identidades no ciberespaço. In: *Gêneros em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005.

a matéria. Ao analisar o *talk show* da apresentadora Marília Gabriela, destaca que comumente existe uma tentativa de “dissecar” a vida de mulheres simples – assim como acontece no programa de Amauri Junior –, que se tornam famosas na mídia brasileira, como Carla Perez, Gretchen ou Suzana Alves, a “Tiazinha”. O sucesso deste tipo de programa é buscado por meio das perguntas sobre vida particular dos “erros” cometidos no passado, confissões de arrependimento, dinheiro ganho e dificuldades da fama. No entanto, é importante observar, assim como aconteceu com Xuxa na entrevista supracitada com Amauri Junior, que as diferenças de classe, nível social e informação também são abordadas. Dessa maneira, a autora destaca que:

Assim é que temos na televisão algumas ‘leis’ como esta: das mulheres que mesmo famosas, um dia foram pobres e detêm um capital cultural e social baixo (conforme nos ensina Bourdieu), pode-se impiedosamente cobrar, como Marília Gabriela o faz (ao entrevistar, por exemplo, a ‘Tiazinha’), todas as confissões sobre a vida amorosa, sobre os eventuais expedientes utilizados para ‘subir na vida’ e assim por diante, ficando claro, para o telespectador, que se trata de uma mulher das camadas populares que ali está.¹³⁶

A autora destaca ainda que as entrevistadas são pressionadas pelo caráter irônico e agressivo dos entrevistadores inquiridores, que detêm o controle e o poder do discurso e do lugar de onde falam, a TV. As entrevistadas são ironicamente colocadas como objetos de desejo sexual e, paradoxalmente, apresentam a trajetória ou modelo de vida indesejado pela classe média. Assim, o sucesso individual é atribuído à beleza e à sensualidade do corpo feminino. O pressuposto irônico apresentado pela autora é o mesmo ao qual Xuxa é exposta no programa Amauri Junior, quando perguntada sobre seu filme “Amor, estranho amor”. Esta é, também, a premissa irônica apresentada no desenho “O feitiço de Lisa”, na medida em que a apresentadora do programa infantil “Telemelões” e suas ajudantes dependem da exposição do corpo e do erotismo para concretizarem suas carreiras profissionais e adquirirem sucesso na mídia. Além disso, a imagem simpsoniana, ao projetar-se, por grande parte dos países do mundo, veiculada pela Internet, apresenta figuras femininas e programas infantis que sustentam-se na exposição da sexualidade e na busca incessante dos personagens de capital cultural e

¹³⁶ FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e educação da mulher: modos de enunciar o feminino na TV. In: *Gêneros em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005. p. 265.

social baixos que se valem da dança ou dos atributos físicos para conseguirem se projetar. As histórias pessoais de Xuxa, de sua personagem simpsoniana e do personagem Ronaldinho se aproximam neste sentido.

De forma bem sarcástica, os produtores dOs *Simpsons* apresentaram, no episódio “O feitiço de Lisa”, Bart Simpson como um admirador do programa “Telemelões”, com seus olhos arregalados e não mais se importando sequer em assistir o seu favorito “palhaço Krusty” ou, até mesmo, “Comichão e coçadinha”. O jovem Simpson agora prefere o programa infantil brasileiro durante o qual, as assistentes, para educar as crianças e chamar sua atenção, fazem uso dos apelos sexuais, como se pode ver na figura a seguir:



Figura 30: Apelos sexuais no Programa infantil brasileiro “Telemelões”

Fonte: Episódio “O Feitiço de Lisa” (2002).

Trata-se, sem dúvida, de um método bastante inusitado de estimular a atenção ou facilitar o “aprendizado” das crianças, como Bart Simpson que, feliz com o programa, convida Lisa e Marge para assisti-lo. O tom sugestivo à sexualidade apresentado na televisão é revelado com o susto da família *Simpsons*. Como alerta Fischer,

através dessas figuras (atrizes, personagens, jornalistas mulheres, apresentadoras e entrevistadas), das cenas enunciativas em que mulheres falam e são faladas na mídia, pode-se descrever um pouco dos discursos que nos produzem e produzimos sobre gênero na sociedade brasileira.¹³⁷

Ao analisar o programa *Erótica*, da MTV¹³⁸, Rosa Maria Bueno Fischer destaca vários aspectos da materialidade enunciativa do jogo: o cenário de tom vermelho, o figurino, ao mesmo tempo despojado e sexy da apresentadora, as imagens, os rituais do programa e o modo como os jovens falam de sua privacidade, comentada pelo médico Jairo Bauer. A autora argumenta que o homem é identificado como o especialista, o médico, o lugar do saber científico, enquanto a mulher é apresentada como sexy, despertadora de desejo e bela. Na apresentação de *Erótica*, as vinte e duas horas, a apresentadora – Babi em 1999 –, ao chegar ao set de gravação tirava as sandálias e sentava-se em uma cama redonda cheia de almofadas de cetim, num ritual de convite pleno à intimidade entre TV, platéia e telespectadores.¹³⁹ Na representação simpsoniana de programa infantil, as personagens femininas se utilizam da sensualidade sexualidade e do erotismo para seduzir a platéia que, principalmente marcada pelo olhar atento do personagem masculino, Bart Simpson, acaba seduzida pela apresentadora e por suas assistentes. Por outro lado, os personagens masculinos trabalham como animadores de palco e, vestindo-se de abacaxi ou animais, procuram divertir os telespectadores. No programa *Xou da Xuxa*, os ajudantes de palco, eram homens que se vestiam de tartaruga e de mosquito repleto de braços. Estes eram, respectivamente, Praga (interpretado pelo anão Armando Moraes) e Dengue (Palhaço Muriçoca).¹⁴⁰ Na ficção simpsoniana, Ronaldinho faria às vezes de dengue e ganhava dinheiro sendo ajudante de palco da apresentadora. De toda maneira, os homens procuravam revestir-se do humor e da fantasia. Entretanto as paquitas, como Andréia Veiga e Andréia Faria, eram belas jovens que se vestiam de soldadinhos de chumbo, mas na interpretação e

¹³⁷ FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Mídia e educação da mulher: modos de enunciar o feminino na TV*. In: *Gêneros em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005. p. 264.

¹³⁸ Programa veiculado as quartas-feiras, às 22h, de 1998 até 2002, sempre com a presença do médico Jairo Bouer e de uma apresentadora de TV, selecionada basicamente por sua capacidade de comunicação com adolescentes e jovens, por sua sensualidade, beleza e ‘naturalidade’ no trato dos assuntos de sexualidade.

¹³⁹ FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Mídia e educação da mulher: modos de enunciar o feminino na TV*. In: *Gêneros em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005. p. 260.

¹⁴⁰ Para ter informações sobre o programa *Xou da Xuxa*, acessar: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-253260,00.htm>>. Acesso em: 23 de abr. de 2010.

visão de adultos e de muitos adolescentes, estabeleciam um padrão de beleza e incitavam à sexualidade. A própria apresentadora Xuxa já era admirada sexualmente por muitos “pais” que já haviam assistido aos seus filmes eróticos. O tradicional bordão “beijinho, beijinho, tchau, tchau”, influenciava a vestimenta e o comportamento de jovens pelo Brasil, propagando-se, e podendo ser interpretado de forma diferente, conforme os conhecimentos e as intenções do telespectador. Diferentemente do que ocorre com Ronaldinho, que ganha muito dinheiro e notoriedade no Brasil ficcional dos *Simpsons*, o palhaço Muriçoca – Dengue – e Armando Moraes – Praga destacaram-se pouco, se comparados à projeção de algumas paquitas como atrizes e celebridades midiáticas, como a própria Xuxa. Em 1989, foram criados os “Paquitos”¹⁴¹, versão masculina das paquitas. Eles chegaram a lançar discos e alcançar um sucesso maior do que Dengue e Praga, aproximando-se, em termos de sucesso, a Ronaldinho, personagem dos *Simpsons*. O programa Xou da Xuxa, no seu bloco “Papo sério”, iniciou uma série de entrevistas com personalidades políticas, esportivas e artistas que, posteriormente, marcariam os demais trabalhos de Xuxa na Rede Globo. Ressaltamos ainda que, após o fim do Xou da Xuxa em 1992, a “rainha dos baixinhos” enveredou em programas como Xuxa Park e Planeta Xuxa nos quais entrevistava personalidades, tratando de temáticas de foro íntimo e, por vezes, até mesmo vinculadas à vida sexual dos entrevistados.

Em 1993, a *British Broadcasting Corporation* (BBC) lançou um documentário censurado no Brasil, chamado “Muito além do Cidadão Kane”. Assim como o episódio “o feitiço de Lisa (2002)” e o filme “Amor estranho amor (1979)”, os avanços dos meios de comunicação e a pirataria, sobretudo, por meio da Internet, permitem que o vídeo seja facilmente acessado. As críticas à Rede Globo de Televisão se iniciam com a imagem de Roberto Marinho e a vinheta dos então 25 anos da TV Globo. Em seguida, o narrador destaca que: “*a globo acorda o Brasil, todas as manhãs, com um divertido programa infantil, apresentado pela amiga e sexy Xuxa*”¹⁴², e apresenta dados que destacam: que 80% das crianças 54% dos adultos de São Paulo assistem ao programa regularmente e que Xuxa estaria entre os 40 apresentadores mais bem pagos do mundo. Ridicularizando as mensagens otimistas de Xuxa e sua música

¹⁴¹ Muitas meninas que foram paquitas entraram para o elenco das telenovelas da Rede Globo. Letícia Spiller interpretou papéis de destaque em novelas como *Quatro por quatro* (1994), *Esplendor* (2000) e *Duas Caras* (2007). Entre os paquitos, Marcelo Faustini e Claudio Heinrich também despontaram como atores da TV Globo.

¹⁴² Ver documentário “Muito além do Cidadão Kane” em: <<http://www.youtube.com/watch?v=JA9bPyd1RKQ>>. Acesso em: 09 de jul. de 2010.

que diz que “*Todo mundo está feliz*”, o documentário apresenta dados de miséria e desigualdade social.

Mesmo considerando a rivalidade das várias indústrias culturais globais com a hegemonia da Rede Globo sobre os meios de comunicação do Brasil e seus intentos internacionais, o documentário da “rival” BBC é útil para apresentar a imagem dessacralizada da apresentadora Xuxa Meneghel. Em *Os Simpsons*, essa ideia de “Todo mundo está feliz”, com tons eróticos, seria uma ótima justificativa para o fanatismo imediato de Bart Simpson que, sem dúvida, iria gostar de assistir a “Amor estranho amor (1979)”, ainda que fosse via *You Tube*.

Com o crescimento de um mercado voltado diretamente para o público infantil, seja nos Estados Unidos, principalmente a partir dos desenhos Disney e da Barbie, desde 1950, seja no Brasil, sobretudo a partir dos anos 1980, a programação infantil passou a ser ditada pelo próprio público e não, necessariamente, vinculada às escolhas dos pais. Destarte,

Nos programas infantis da década de 1980 tudo é uma grande festa, mas a dança perde o caráter lúdico original para dar lugar ao corpo, ao sexual, como ocorreu nos programas destinados à garotada, como Xuxa e Sérgio Malandro, na Globo, ou Mara Maravilha e Eliana no SBT.¹⁴³

A esse respeito, versando sobre a revolução cultural e a juvenilização da sociedade, a partir dos anos de 1990, Hobsbawm elucida que a melhor abordagem para tal revolução é por meio da família nuclear e da estrutura de relações entre sexos e gerações. Enfatiza, ainda, que as movimentações culturais para tornarem-se reconhecidas, precisavam de pelo menos cinco minutos de apresentação na televisão. Destaca ainda que:

A crise da família estava relacionada com mudanças bastante dramáticas nos padrões públicos que governavam a conduta sexual, a parceria a procriação. Eram tanto oficiais como não oficiais, e a grande mudança em ambas esta datada, coincidindo com as décadas de 1960 e 1970. Oficialmente, essa foi uma era de extraordinária liberalização tanto para heterossexuais (isto é, sobretudo para as mulheres que gozam de muito menos liberdade do que os homens)

¹⁴³ CASTRO, Cossete. Globo e educação: um casamento que deu certo. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 251.

quanto para os homossexuais, além de outras formas de dissidências cultural-sexual.¹⁴⁴

Além da liberdade sexual latente, Hobsbawm argumenta que essa gente jovem rejeitava o status de criança e de adolescente (ou seja, eram adultos imaturos), negando, ao mesmo tempo, a humanidade e a geração acima dos trinta anos de idade, com exceção do guru ocasional. Tais colocações são fundamentais para pensarmos os personagens Homer e Bart Simpson. Ambos adoram apelos sexuais, costumam não respeitar os mais velhos e são extremamente imaturos. Por sua vez, o vovô Simpson é colocado em um asilo e constantemente desprezado pelo filho e pelo neto. Todas essas manifestações provenientes da revolução cultural dos anos de 1960 são vistas e apresentadas pelos personagens simpsonianos em seus episódios. Fundamenta-se neste ponto o apreço do personagem Bart Simpson pelos programas infantis brasileiros que mesclam sexualidade e “ensinamentos educativos para crianças”. Nesse viés, alerta ainda que:

O surgimento do adolescente como ator consciente de si mesmo era cada vez mais reconhecido, entusiasticamente, pelos fabricantes de bens de consumo, as vezes com menos boa vontade pelos mais velhos, à medida que viam expandir-se o espaço entre os que estavam dispostos a aceitar o rótulo de ‘criança’ e os que insistiam no de ‘adulto’.¹⁴⁵

No intuito da busca do público para lucros, tanto os financiadores de *Os Simpsons*, quanto os investidores na carreira de apresentadoras de programas infatis brasileiros têm um objetivo comum alcançado, nos anos de 1990. No Brasil, ambos contribuíram para aumentar os índices de audiência, principalmente da Rede Globo de Televisão e também de outras redes comunicativas, como o Sistema Brasileiro de Televisão. O fato é que tais programas marcaram época e estilos de programação infantil (adulta) no Brasil contemporâneo.

A respeito da história social da criança e da família, o historiador Philippe Ariès também enfatiza a questão sexual como uma problemática que marcou a

¹⁴⁴ HOBBSAWM, Eric. *A Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Cia das Letras. 1995. p. 316.

¹⁴⁵ HOBBSAWM, Eric. *A Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Cia das Letras. 1995. p. 318.

historicidade dessas temáticas. Enfatiza que, diferente dos paradigmas contemporâneos, Luis XIII, com menos de um ano, para dormir, dava gargalhadas quando seu pênis era sacudido por sua ama com a ponta dos dedos. Além disso, geralmente, os visitantes do reino beijavam o pênis da criança para que ele desse gargalhadas. A educação sexual mais rigorosa no século XVII só era enfatizada a partir dos sete anos. Comparando tal contexto, com o do século XX, Ariès esclarece:

Essa ausência de reserva diante das crianças, esse hábito de associá-las a brincadeiras em torno de temas sexuais para nós é surpreendente: é fácil imaginar o que diria um psicanalista moderno sobre essa liberdade de linguagem, e mais ainda, essa audácia de gestos e de contatos físicos. Esse psicanalista, porém, estaria errado. A atitude diante da sexualidade, e sem dúvida a própria sexualidade, variam de acordo com o meio, e, por conseguinte, segundo as épocas e as mentalidades. Hoje, os contatos físicos descritos por Horoard nos pareciam beirar a anomalia sexual e ninguém ousaria prática-los publicamente. Ainda não era assim no início do século XVII.¹⁴⁶

Por meio dos recursos simpsonizados e da aparelhagem técnica comunicativa vinculada à televisão e a Internet, os produtores de *Os Simpsons* tornam pública a sexualidade. Marcando época, a família Simpson é apresentada como afeita à liberdade sexual da segunda metade do século XX. Dessa maneira, além da compulsão sexual de Homer e Bart, a própria Marge Simpson, apesar de ser uma personagem de ficção animada já foi capa da revista Playboy.

Sobre a história social da família, Phillipe Àries argumenta ocorreram grandes variações nas noções sobre família no ocidente, enfocando, sobretudo, o papel das crianças. No mundo medievo, por exemplo, as crianças eram educadas pelo trabalho e moravam com outras famílias, ou seja, praticamente não tinham infância e conviviam com o labor dos adultos, longe de seus pais. No século XVII, a ampliação do número de escolas fez com que os investimentos nos filhos aumentassem e sua proximidade com os pais também. Inicia o desejo dos pais de deixarem as crianças o mais perto possível, mas ainda existia um grande privilégio ao primogênito, como o potencializador dos interesses da família.

A partir do século XVIII, devido à igualdade do código de civilidade, passou a existir um respeito maior à igualdade entre os filhos, movimento a família-

¹⁴⁶ ARIÈS, P. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: LTC, 1981, p. 78.

casa, gradualmente a família-sentimental moderna. Assim o sentimento de infância começou a fazer parte do cotidiano das famílias. Versando sobre as premissas individualistas e a família moderna, o autor destaca:

Toda a evolução de nossos costumes contemporâneos tornou-se incompreensível se desprezarmos esse prodigioso crescimento do sentimento de família. Não foi o individualismo que triunfou, foi a família.

Mas essa família estendeu-se à medida que a sociabilidade se retraiu. É como se a família moderna tivesse substituído as antigas relações sociais desaparecidas para permitir ao homem escapar a uma insustentável solidão moral.¹⁴⁷

A metáfora da família apresentada em *Os Simpsons* é fruto das premissas expressas acima, sobre o triunfo da família em tempos de individualismo e a dicotomia da solidão moral, mediante as relações sociais cada vez mais afeitas ao consumo e individualismo. Apesar de os pressupostos racionalistas, individualistas e consumistas marcarem os personagens simpsonianos, seus dilemas morais iniciados a partir do cotidiano são amenizados pelos tradicionais finais em que o amor familiar mantém a família unida. Com esta tônica, a “família triunfa sobre o individualismo” e problemáticas aludidas na série. A rotina do trabalho cotidiano a escola, a violência e a sexualidade retomam premissas históricas sobre a variação dos padrões de família. Em relação à alusão a exploração do trabalho infantil, esta prática é recorrente nos episódios em que *Os Simpsons* viajam a países estrangeiros.

Sobre a escola, Bart Simpson é apresentado como um crítico das normatizações escolares e, mesmo Lisa Simpson, com seu racionalismo excessivo, tem problemas de relacionamentos no ambiente escolar que, é mais caracterizado pela desorganização e pela incompetência. Assim, a criança Lisa vê-se diante da responsabilidade de ser a intelectual e a bem sucedida, trauma que marca seus sofrimentos em vários episódios.

Em *os Simpsons*, a aproximação entre os membros da família se dá por meio da televisão. Nesse viés, diferente da Idade Média, em que a deturpação do sentimento de infância se dava pelo trabalho que educava as crianças, no desenho a educação esta vinculada a televisão, principalmente com apelos a violência e a sexualidade. Os programas televisivos, ao produzirem imagens consumistas, violentas e repletas de

¹⁴⁷ ARIÈS, P. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: LTC, 1981, P. 191.

apelos sexuais, aspectos comuns que desafiam a noção de infância, estabelece uma relação de proximidade comportamental entre crianças e adultos. Na maioria das vezes, o bebê Maggie Simpson tem comportamento de adulto, enquanto o personagem Homer comporta-se como criança. A respeito da relação da televisão com o consumo, cabe destacar o seguinte diálogo:

Homer: _ Vamos comprar esse aparelho de sinal de TV.

Marge: _ Mas Homer, esses aparelhos são muito caros.

Homer: _ Não podemos economizar um centavo nos aparelhos que vão criar nossos filhos¹⁴⁸

Phillipe Àries atenta para o fato de que o século XX foi o “século da adolescência”, mas este foi também o período dos avanços dos meios de comunicação massivos, sobretudo, a televisão e, no final do século, a Internet. Neste contexto, as crianças adquirem atitudes e práticas consumistas as quais, teoricamente, não são condizentes com essa faixa etária. Por outro lado, a vinculação de brincadeiras com exposição de sexualidade nos programas “infantis” brasileiros parece fazer com que pessoas de maior idade também tenham uma “recaída” adolescente, prolongando ou diminuindo o período da adolescência. Em *Os Simpsons*, é interessante notar que Bart e Homer têm gostos muito parecidos, sobretudo por apresentações de TV que exploram o sexo feminino. Embora criança e adulto, respectivamente, ambos têm desejos, gostos e sentimentos os quais, teoricamente, cabiam a um adolescente. O estímulo à sexualidade, principalmente no que se refere às crianças, parece ter mudado o conceito e as referências das mesmas em relação a essa questão. Quanto maior é o avanço dos meios de comunicação e da sociedade do consumo e da imagem, mais os tempos de criança parecem diminuir ou se desintegrar, transformando-se de forma acelerada. Bart Simpson, com 10 anos de idade, dificilmente, toma atitudes de criança. Lisa Simpson, com 8 anos, tem atitudes intelectuais e faz severas críticas ao Brasil, considerado por ela o lugar mais nojento visitado pelos Simpsons.¹⁴⁹ Com apenas 1 ano, Maggie Simpson, apesar de às vezes precisar de ajuda, em inúmeros momentos mostra-se independente. Em “o feitiço de Lisa”, por exemplo, ela fica com as irmãs de Marge nos Estados Unidos e faz tudo sozinha. Criança de fato, apenas o Sr. Homer Simpson, que apesar de

¹⁴⁸ Disponível em: <http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/Frases_de_Homer_Simpson>. Acesso em: 27 de mai. de 2011.

¹⁴⁹ Ver episódio “A esposa aquática”, da 18ª. temporada, apresentado em 2007 e também censurado no Brasil, conforme analisaremos a seguir.

38 anos, sempre se mete em confusões e se mostra um eterno adolescente. A única com atitudes condizentes com a idade é Marge Simpson que consegue manter o equilíbrio da família com tantos comportamentos imaturos, sobretudo, dos membros do sexo masculino.

2.2.4. O Sequestro de Homer e os ratinhos coloridos das favelas: pobreza e violência como espetáculos midiáticos

A pobreza e a violência urbana no Rio de Janeiro são apresentadas em *Os Simpsons* como representação da selvageria no Brasil. Com o caso “Ronaldinho”, órfão carente, segue-se a narrativa. Entretanto, o sequestro de Homer no Brasil cria um novo eixo narrativo, pois a família Simpson, seguindo a lógica investigativa de filmes policiais, tem de encontrar Ronaldinho e Homer Simpson. Com Ronaldinho, o encontro se deu no carnaval, durante o qual ele, disfarçado, era um dos ajudantes da Xuxa, ou melhor, da apresentadora do programa “Telemelões”.

O sequestro de Homer ocorreu quando *Os Simpsons* saem à procura de Ronaldinho. No caminho, percorrem as favelas do Rio de Janeiro em busca do orfanato dos “Anjos sujos e imundos”, conforme imagem abaixo:



Figura 31: Favelas cariocas e a família Simpson

Fonte: Episódio “O feitiço de Lisa” (2002).

Homer se espanta com o caos da sociedade ficcional brasileira, a partir da representação das casas na favela. E, após Marge Simpson elogiar a vizinhança encantadora, Lisa esclarece: “*Mãe estas são as favelas. O governo pinta elas com cores vivas só para que os turistas não fiquem ofendidos*”. Após caminharem pela favela, novamente os produtores dos Simpsons destacam os ratos, como símbolo das mazelas urbanas brasileiras e dos problemas sociais, assim como fizeram nas visitas aos países asiáticos, principalmente a Coreia do Sul. Porém, no caso brasileiro, a tentativa do governo de camuflar as mazelas é expressa pelo fato de os ratos e as casas serem coloridas. De forma perspicaz, a personagem Lisa Simpson enfatiza que as favelas foram pintadas para agradar aos turistas que visitam o Brasil. As críticas às artimanhas do governo e à dependência do turismo para o Rio de Janeiro deixaram, conforme já exposto, governantes e a Riotur ofendidos.

Na sequência da cena, Bart Simpson se encanta com os ratinhos, que também foram coloridos para agradar aos turistas. Ressaltamos que, a partir de 2002, diante da impossibilidade de dar um fim a elas, as favelas foram readequadas, inclusive passando a fazer parte da agenda de alguns visitantes do Rio de Janeiro. Em meio ao caos social, em uma espécie de política de sustentabilidade, “o movimento favela” passou a fazer parte das rotas turísticas do Rio de Janeiro. A ideia era tentar transformar o medo e a incerteza em atração. As casas e os ratos coloridos revelam, criticamente, este intento dos aparelhos de estado e de algumas empresas privadas do Rio de Janeiro; e também foi a motivação central para a censura do episódio na TV aberta. Em entrevista cedida à *Revista Veja*, a antropóloga Bianca Freire-Medeiros destaca que a pobreza e a violência tornaram-se, nos últimos anos, atrativos para os turistas de várias partes do mundo que visitam, principalmente, o Rio de Janeiro. Quando questionada sobre a transformação da miséria em atração, a pesquisadora deu uma resposta que ajuda a compreender a visão simpsoniana, traduzida em uma incômoda imagem do Brasil projetada ao estrangeiro. Segundo ela,

Todo turista sabe que pode ser acusado de fazer algo de mau gosto, de participar de um "zoológico de pobre". Mas, entre aqueles que entrevistei, não houve um que tenha saído insatisfeito do passeio. Para todo mundo, é uma experiência forte, capaz de revelar a cidade e de

tornar inteligível o país. É isso que causa mal-estar aos brasileiros, críticos da prática, é essa ideia de que explicar o Brasil passa pela favela. A imagem internacional do país hoje está colada a futebol, a carnaval e a favela. Existe no imaginário internacional, uma associação direta entre cultura brasileira e favela.¹⁵⁰

O tripé futebol, carnaval e favela apresentado como identificadores do Brasil, percorre as imagens projetadas pela construção ficcional simpsoniana sobre o Brasil. No caso do futebol e do carnaval, muitos brasileiros podem já estar acostumados com tais construções, porém, conforme a antropóloga, um dos grandes problemas reside na apresentação do Brasil e de seus pressupostos de identidade nacional associada às favelas. Desfilando livremente pelas favelas do Rio de Janeiro, Homer Simpson entrou em um táxi não licenciado e foi sequestrado.



Figura 32: Sequestrador carioca dirigindo taxi e apontando arma para Homer Simpson

Fonte: Episódio “O feitiço de Lisa” (2002).

O bandido, empunhando um grande revólver, aborda Homer, que, com a arma apontada para o rosto, pergunta pelo filho. Bart Simpson, porém, conseguiu fugir e não se importa muito com o ocorrido. Ao chegar ao hotel, ele assiste, tranquilamente, ao programa “Telemelões” e, só após ser interpelado pela mãe, Marge Simpson, sobre o

¹⁵⁰ Entrevista com Bianca Freire-Medeiros intitulada: “*Turismo de favela*”: violência atrai visitantes. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/turismo-favela-violencia-atrai-visitantes>>. Acesso em: 09 de jul. de 2010.

paradeiro do pai, comunica o sequestro. O risco de morte de Homer Simpson retratado no episódio também revela a mesma angústia de inúmeros brasileiros, principalmente, nos grandes centros urbanos, como o Rio de Janeiro. Nas últimas duas décadas, o número de assassinatos no Brasil cresceu 237%, e a ONU revelou que 11% da mortalidade do planeta diz respeito a pessoas que perdem as vidas, vítimas de violência no Brasil.¹⁵¹ Segundo dados da Organização Mundial de Saúde (OMS),

(...) o Brasil registra a segunda maior taxa de mortalidade por agressão do mundo, estando atrás apenas da Colômbia, nação mergulhada numa guerra civil há mais de 30 anos. Apesar desses números assustadores o Brasil possui em média um policial para cada 304 habitantes, índice comparável ao de democracias européias e ao dos Estados Unidos, nosso efetivo é de 535.244 policiais compreendendo as polícias estaduais (militar, civil e corpo de bombeiros) e federais (rodoviária e federal). Entretanto, a polícia brasileira não está distribuída de maneira uniforme pelo território nacional, cinco estados concentram 55% do efetivo total, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia e Rio Grande do Sul.¹⁵²

A iniciativa de Marge Simpson, ao procurar a polícia do Rio de Janeiro para resolver o caso do sequestro de seu marido, é reveladora sobre as representações contidas no desenho, também, nessa área: ao ser abordado sobre o paradeiro de Homer e de Ronaldinho, a resposta do delegado é bastante sintomática: *“Eu estou achando que não existe nem marido nem garotinho eu acho que você está é a fim de mim”*.¹⁵³

A polícia brasileira, representada no desenho pelo delegado do Rio de Janeiro, além de desinteressada ou ineficaz, apresenta desvios de natureza ética ou moral. Assim, a crítica simpsoniana destaca, ao mesmo tempo, a fragilidade do Estado, com seus falhos mecanismos de segurança, e a conduta inadequada dos profissionais da áreas quais se utilizam do cargo e da autoridade para a prática de aliciamento. Esse tipo de crítica no desenho não fica solta no ar, como pura peça de ficção e não pode, simplesmente, ser creditada a uma ação desqualificadora do imperialismo

¹⁵¹ CAMPOS, Wlamir Leandro Motta . *Os números da violência urbana no Brasil no século XXI*. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1663/Os-numeros-da-violencia-urbana-no-Brasil-no-seculo-XXI>>. Acesso em: 10 de jul. de 2010.

¹⁵² CAMPOS, Wlamir Leandro Motta. *Os números da violência urbana no Brasil no século XXI*. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1663/Os-numeros-da-violencia-urbana-no-Brasil-no-seculo-XXI>>. Acesso em: 10 de jul. de 2010.

¹⁵³ Episódio “O feitiço de Lisa”, da 13ª. temporada da série animada *Os Simpsons*, apresentada a partir de 2002 no Brasil. Episódio censurado para a TV aberta.

norteamericano. Evidente que o público brasileiro do desenho, em sua maioria, senão na totalidade, tem informações sobre a violência que assola o país, sobre a ineficácia do Estado na resolução do problema e sobre molestações ou abusos praticados por policiais inescrupulosos, incluindo, nesse quadro, a cidade do Rio de Janeiro retratada no episódio.¹⁵⁴ Alguns desses representantes da “ordem” costumam, inclusive, ter vínculos lucrativos com a prostituição, com registros criminais, com a prática de abusos e molestação, amplamente difundidos pela mídia.

Na sequência do episódio, como ilustração da falta de compromisso da polícia, um sujeito baleado invade a delegacia, enquanto o delegado, preocupado em se insinuar sexualmente para Marge Simpson, não se importa com o indivíduo que sangrava. A respeito da insegurança causada pela violência urbana no Brasil, convém, ainda, frisar que isso

acabou incentivando o surgimento de milhares de novas empresas de segurança privada: em 2000, os registros da Polícia Federal apontavam a existência de 1.368; já em 2002, esses números chegaram à 2.920. Nessas empresas, trabalhavam 833.361 vigilantes, ou seja, havia 60% mais vigilantes particulares do que policiais em nosso país, isso sem contarmos os quadros das empresas clandestinas.¹⁵⁵

Nessa mesma linha, a insegurança envolvendo figuras midiáticas, como o personagem ficcional Homer Simpson, tem sido frequente, como os casos do apresentador Sílvio Santos, em São Paulo (2001), e da mãe do jogador Robinho, também em São Paulo, entre tantos outros. Ainda no que diz respeito à insegurança a que está exposta a população e à utilização dessa ausência de proteção do Estado pela mídia em busca de audiência, o sequestro do “Ônibus 174”, no Rio de Janeiro, em 2000, é emblemático. Neste último caso, a violência exibida vivo pela televisão foi impressionante. No bairro Jardim Botânico, o ônibus 174 ficou detido pelo sequestrador Sandro Barbosa do Nascimento, jovem sobrevivente de um dos episódios mais

¹⁵⁴

Disponível

em:

<<http://www.embaixadaamericana.org.br/index.php?action=materia&id=2458&submenu=padrao.inc.php&itemmenu=21>>. Acesso em: 23 de abr. de 2011.

¹⁵⁵ CAMPOS, Wlamir Leandro Motta. *Os números da violência urbana no Brasil no século XXI*. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1663/Os-numeros-da-violencia-urbana-no-Brasil-no-seculo-XXI>>. Acesso em: 10 de jul. de 2010.

violentos do Rio de Janeiro, a “Chacina da Candelária (1993)”¹⁵⁶. Fruto da violência urbana e da impunidade no Rio de Janeiro, Sandro Barbosa, por cinco horas, manteve os passageiros do ônibus como reféns. O motorista, trocador e alguns passageiros conseguiram fugir. Com a polícia no local, o pânico foi instaurado. A mídia buscava uma transmissão com violência para uma audiência “violenta”, que, diante da televisão, assim como costumava ficar a família Simpsons, chorou, protestou, falou mal e “caiu em depressão”.

A professora Geisa Firmo Gonçalves, com apenas 20 anos, foi baleada pelo soldado Marcelo de Oliveira dos Santos, do grupo de elite da Polícia Militar do Rio de Janeiro, devido a um erro durante a tentativa de atingir o sequestrador. Em seguida, Geisa foi atingida por três tiros. Crueldade do sequestrador, incompetência da polícia e impotência da sociedade eram constatações que embaralhavam os sentimentos da população, diante da triste imagem exibida na tela de milhares de televisões pelo país, assegurando altos índices de audiência. Para piorar a tragédia,

Na mesma tarde em que Sandro era estrela na tevê, outro assalto a ônibus na desprotegida avenida Brasil, no Rio, resultou na morte de um sargento da PM. Três bandidos fugiram. Na terça-feira, em Goiânia, uma bala perdida matou Lariza Oliveira, 11 anos, num bairro de classe média. Em Brasília, na Asa Sul, uma troca de tiros entre bandidos e policiais matou Carla Nascimento, de apenas um ano e dois meses de idade. Em Diadema (SP), a decoradora Lilian Miaguti, 41 anos, foi assassinada com três tiros num cruzamento.¹⁵⁷

As audiências das emissoras de televisão explodiram. Entre as 17h20min e 19h20min, a Rede Record fez, ao vivo, com narração do apresentador José Luiz Datena e trilha sonora dramática, uma cobertura que atingiu 24 pontos de IBOPE. A Rede Globo, ao tomar a decisão de interromper frequentemente a programação normal, para

¹⁵⁶ No dia 23 de julho de 1993 mais de 70 crianças e adolescentes dormiam nas proximidades da Igreja da Candelária, no Rio de Janeiro, quando foram surpreendidas por uma ação de extermínio da polícia carioca (militar e civil). O resultado desse episódio ficou conhecido, internacionalmente, como a Chacina da Candelária e entrou, em definitivo, para o calendário como um dos piores crimes cometidos contra os Direitos Humanos e o Estatuto da Criança e do Adolescente. Oito crianças morreram fuziladas, sem ter a menor chance de defesa, e outras dezenas saíram feridas. O motivo certo não se sabe, mas existem sérias indicações de acerto de contas, de eliminação pura e simples, ou uma represália após assalto que teria sofrido a mãe de um policial. Disponível em: <<http://www.redecontraviolencia.org/Casos/1993/240.html>> Acesso em: 10 de jul. de 2010.

¹⁵⁷ FILHO, Aziz. Sem Saída. *ISTO É*. Disponível em: <http://www.isto.com.br/reportagens/37203_SEM+SAIDA+?pathImagens=&path=&actualArea=internaIPage>. Acesso em: 10 de jul. 2010.

transmitir flashes do episódio, assegurou uma média de 26 pontos de audiência. No dia seguinte, os jornais impressos, especialmente os do Rio de Janeiro, tiveram um significativo assunto para alavancar as vendas.¹⁵⁸

Essa temática da violência urbana, explorada em *Os Simpsons*, também foi alvo de cineastas, gerando uma “onda” de filmes e documentários. Um documentário de grande repercussão, lançado em 2002 e dirigido por José Padilha, denominou-se, não por acaso, “Ônibus 174”. Em 2007, o mesmo diretor, aproveitando-se da documentação recolhida no documentário sobre o “Ônibus 174”, lançou o longa metragem “Tropa de Elite”, sucesso de vendagem e de público do cinema nacional, que aborda o trabalho do Batalhão de Operações Policiais Especiais do Rio de Janeiro, conhecido como BOPE. O filme explora o papel ambíguo da polícia que, age para conter o crime no Rio de Janeiro, mas, por vezes, contribui para ampliá-lo. Nessa mesma linha, em 2008, o diretor Bruno Barreto lançou o filme intitulado “Última Parada 174”.

Entre os dias 23 e 25 de abril de 2008, a Rede Globo de televisão, por meio da transmissão da telenovela “Duas Caras”, teve sua audiência concentrada nas armações políticas do personagem “Juvenal Antena” (representado por Antônio Fagundes). Paradoxalmente, o telespectador, no decorrer dos capítulos, conviveu com o heroísmo desse mesmo personagem que salvou sua filha de um sequestro conduzido pelo personagem “Ronildo” (Rodrigo Hilbert). A trama construída buscou estabelecer uma espécie de fusão entre ficção e realidade, de tal forma que

o vilão apela para a violência para conseguir fugir da Portelinha com o dinheiro que roubou de Juvenal (Antônio Fagundes). Assim que pega Solange, sobe em um ônibus 174 e faz todos os passageiros de refém. A passagem é uma alusão a um seqüestro ocorrido na capital carioca em junho de 2001, que terminou com a morte de um passageiro e de Sandro Barbosa do Nascimento, o seqüestrador. O caso foi transformado em documentário por José Padilha, o mesmo diretor de *Tropa de Elite*, dois anos depois.¹⁵⁹

Para os interesses da rede Globo de televisão, a opção adotada parece acertada, posto que, o episódio, novamente, rendeu bons índices de audiência nas pesquisas do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE). Talvez, esses

¹⁵⁸ Idem.

¹⁵⁹ Disponível em: <http://estrelando.uol.com.br/interna/interna_27585.htm>. Acesso em: 27 de abr. de 2008.

exemplos ajudem a compreender porque, na primeira década do século XXI, a violência urbana, real ou fictícia, tomou conta dos noticiários e programas de entretenimentos, assim como das telenovelas.

Além de vincular a violência à ineficiência do Estado e suas instituições e ao comportamento inadequado da polícia, no Brasil, os produtores *dOs Simpsons* exploraram uma outra instigante dimensão dessa problemática, qual seja, a interação do contraventor com outros agentes sociais. No desenho, ganhou destaque o sucesso dos sequestradores de Homer, os quais, além de não serem presos e ficarem com o dinheiro roubado, tornaram-se amigos de Homer Simpson, que chegou a fazer um álbum retratando sua relação com eles. Para além da ficção, essa complicada relação do criminoso com outros agentes sociais rendeu comentários no caso “Eloá”, ocorrido em Santo André, São Paulo, no ano de 2008. O sequestro de uma jovem por seu namorado, também resultou em tragédia com a morte da sequestrada, expondo a falta de preparo da polícia, no Brasil, para lidar com situações dessa natureza. Mas, o que chama a atenção, para essa parte da análise, é que o sequestrador Lindemberg passou a ser alvo de disputa entre emissoras de televisão, em busca de audiência. O sequestrador chegou a ser entrevistado por programas de entretenimento, como o de Sônia Abrão, intitulado “A tarde é sua” da Rede TV, emissora que investe muito em programas que tratam do cotidiano de celebridades. A tentativa da apresentadora de sensibilizar o sequestrador poderia ser comparada às ironias simpsonianas, caso não fosse aquele sequestro um acontecimento trágico da realidade brasileira.

Cabe lembrar, também, que a questão não se limitou ao comportamento adotado por Sônia Abrão. A *Agenda Setting*, método avaliativo do cenário público criado ou influenciado pela mídia, avaliou as demais emissoras que também intervieram no sequestro que gerou Ibope e lucros. José Luiz Datena, apresentador do programa “Brasil Urgente”, da Rede Bandeirantes, apesar de criticar Sônia Abrão, pediu para que Lindemberg ascendesse e apagasse a luz do apartamento como resposta aos posicionamentos do apresentador. Ana Hickmann e Brito Junior, apresentadores da Rede Record, no programa “Hoje em Dia”, também procuraram interagir com Lindemberg. Na lógica do mercado e na busca por audiência, a Rede Globo não ficou à

margem do acontecimento, e, no Jornal Nacional, também apresentou entrevista com Lindembreg.¹⁶⁰

Especialistas afirmam que essas novas tendências das coberturas midiáticas, que apresentam a criminalidade como espetáculo e os bandidos como atores principais, muitas vezes, favorecem o criminoso, reforçando sua coragem e poder de liderança.¹⁶¹ Esse fortalecimento de Lindemberg, enquanto sujeito central do espetáculo midiático, contribuiu para a longevidade do caso, aumentando os índices de audiência aferidos pelo Ibope e a lucratividade das emissoras, além de, segundo alguns analistas, dificultarem o trabalho policial no desenrolar do caso, que culminou com a morte da jovem Eloá. Por isso, para além das risíveis ironias simpsonianas, que ridicularizam situações como essa, por meio de uma inusitada relação de amizade entre sequestradores e sequestrado, as representações contidas no desenho, transpostas para a realidade, sugerem, no mínimo, algumas indagações: No caso “Eloá”, além do próprio sequestrador, por que ninguém mais foi responsabilizado pelo drástico desfecho? Em que medida são admissíveis interferências de agentes externos, como a dos programas televisivos e radiofônicos, independente das “boas” intenções dos seus apresentadores, para se negociar o fim de um seqüestro? Caberia, aplicar aqui, aquilo que o Programa Nacional de Direitos Humanos – PNDH-3 definiu, em dezembro de 2009, sugerindo o acompanhamento, por parte da população, dos conteúdos difundidos pelos veículos de comunicação e informação? Ou, agir assim, seria simplesmente trazer de volta a censura, como alardearam os representantes da grande mídia? Talvez, as dificuldades e complexidades que envolvem a questão expliquem porque, o governo Lula recuou em sua proposta, antes mesmo que a matéria tramitasse no Congresso Nacional¹⁶².

Essa violência apresentada em reportagens, muitas vezes com transmissão ao vivo, ou que se transforma em temática central para filmes ou telenovelas, destacando, ora contraventores, ora, atores, e fundindo ficção com os dramas da vida real, provocando a heroicização ou a midialização dos transgressores, foi sempre uma das características recorrentes do personagem Bart Simpson. Cabe lembrar que, no “táxi

¹⁶⁰ SAMPAIO, Tede. *Jornalismo e ética na cobertura de seqüestros: deslizes éticos cometidos pela mídia na cobertura do caso Eloá*. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0717-1.pdf>>. Acesso em: 6 de set. de 2010.

¹⁶¹ RAMOS, Silva; PAIVA, Anabela. *Mídia e Violência: novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil*, Rio de Janeiro. IUPERJ. 2007.

¹⁶² Ver: Decreto nº 7.037, de 21 de dezembro de 2009 e Decreto nº. 7.177, de 2010

não licenciado”, no qual ocorreu o sequestro de seu pai, Homer Simpson, Bart fugiu lentamente, sem se preocupar com as dificuldades do pai no cativeiro. Transgredir e agredir pessoas da família e de sua escola é uma das características centrais de Bart Simpson que, com apenas dez anos, foi considerado nos Estados Unidos, no início dos anos 1990, um dos principais ícones ficcionais de rebeldia e símbolo de uma geração que se auto-intitulava obcecada por se comportar de modo detestável. A esse respeito Steven Keslowitz, esclarece:

Camisas ostentando seu rosto foram banidas de alguns colégios dos Estados Unidos no início da década de 1990. Slogans como ‘Incompetente com todo orgulho’, ‘Eu sou Bart Simpson – Quem diabos é você?’ e ‘Não esquenta, cara’ em bonés e camisas foram vestidos por fãs que procuravam criar uma imagem rebelde para si próprios. O início dos anos 90, marcado pela Guerra do Golfo, pela presidência de George H. W. Bush, pelo fim da Guerra-fria, pela desintegração da União Soviética e pela unificação da Alemanha, entre outros acontecimento mundiais, também foi marcado pela bartmania.¹⁶³

Revelando uma visão positiva da “bartmania”, Keslowitz chega a afirmar que a característica transgressora de Bart Simpson faz com que o personagem não atue de forma complacente, mas sim, de forma ativa, diferente de Homer Simpson que é facilmente influenciado pela televisão e pelos meios de comunicação massivos. Porém, por outro lado, essa suposta rebeldia de Bart pode revelar, também, seus efeitos negativos. Partindo-se do suposto de que não há como deixar de reconhecer a influência da mídia sobre os expectadores, as atitudes violentas de Bart Simpson e, mesmo, seu descaso em relação ao sequestro do pai no episódio que representa o Brasil, pode direcionar o espectador, principalmente no caso das crianças, para uma aceitação e naturalização dessas atitudes.

A respeito da importância da TV para o cotidiano das crianças, Regina Zappa afirma que:

A TV é a maior fonte de informação e entretenimento da maioria das crianças, que passa uma média de três horas diárias diante da telinha. Ela domina a vida das crianças em áreas urbanas e rurais eletrificadas,

¹⁶³ KESLOWITZ, Steven. *A sabedoria dos Simpsons: o que nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e a busca do donut perfeito*. Rio de Janeiro: Prestígio Editorial, 2007. p. 51-52.

promove a cultura da agressividade e ajuda a criar a imagem de que a violência é normal, divertida e recompensável.¹⁶⁴

As premissas da diversão e da recompensa marcam o fim do episódio “O feitiço de Lisa”, no qual os sequestrados recebem o dinheiro e Bart Simpson, mesmo não se importando com o sequestro do pai, e sendo engolido por uma cobra, dança carnaval ao final do episódio e toda a família Simpson se vê harmoniosamente feliz. Mesmo que consideremos a autenticidade de Bart ao transgredir as ordens e oferecer resistência às manipulações como fator positivo, é inegável que a mensagem transmitida pela personagem, ao externar um perfil de maldade e insensibilidade, pode caminhar numa outra direção, ambiguidade que também pode estar presente em algumas produções ou reportagens midiáticas que exploram a violência no dia-a-dia da população, contribuindo para certas construções de imagens sobre o Brasil. Ou seja, do mesmo modo como Bart foi considerado por muitos como símbolo ficcional do Bad Boy da América, talvez, por seu espírito transgressor da ordem, não há porque desconsiderar que a mesma personagem possa ser reverenciada, também, por seus outros traços de caráter pouco recomendáveis.

Ainda a respeito do personagem Bart Simpson, Mauricio Barth afirma que:

O jovem Simpson não tem virtudes (ou tem poucas), não tem espírito criativo, aceitou o caos da existência, mas de uma maneira que possa criar algo belo desse caos. Ele aceita e lida com isso com uma espécie de espírito resignado. Bart rejeita, rebate e critica duramente, não para destruir ídolos velhos, infames, vazios, que negam a vida, mas por causa de sua falta de identidade sólida, da falta de um eu completo. Entretanto, Bart atinge um incrível brilhantismo, costuma ser excelente, no melhor sentido grego da palavra. E, geralmente, alcança essa excelência juntando os elementos díspares de sua caótica vida, dando forma, estilo e forjando em algo significativo e, às vezes, até belo.¹⁶⁵

Apesar de acharmos exagerada a idolatria do autor a Bart Simpson, é conveniente frisarmos que a predisposição do personagem para lançar questionamentos contra padrões morais, históricos e sociais do mundo globalizado é interessante.

¹⁶⁴ ZAPPA, Regina. *A Violência na Sala de Estar*. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 31/05. Caderno B, p.6-7. 1998.

¹⁶⁵ BARTH, Maurício. O bad boy da América: Bart Simpson um ícone inquieto. *Travessias*. p. 172-182.

Representante do isolamento e da não preocupação com os outros, o filho primogênito da família Simpson representa o rebelde desprovido de causa. Porém, transformá-lo em um ícone aceitando sua identificação como Bady Boy propagada pela imprensa pode, ao invés de crítica a tais atitudes, pode significar que estaríamos corroborando a solidificação de tal (des)valor. Aceitar o caos da existência, não é uma hipótese interessante, e não acreditamos que os ensinamentos do personagem sejam tão positivos, podendo inclusive estar contribuindo para o aumento da violência.

Marcondes Filho, ao discutir a violência nos meios de comunicação, retrata-a a partir de dois traços distintivos: uma fantasia-clichê e uma sígnica. Na primeira, as emoções ficam a flor-da- pele, o espetáculo parece muito real, pois nada é poupado nas cenas de violência. Na sígnica a violência é tratada de forma aparente, o telespectador não se sente ameaçado por ela. Contudo a banalização da violência é comum nos dois casos que povoam as mídias nacionais e internacionais. Os *mass media* e seus produtores utilizam a violência como produto estético vendável, tornando-a uma prática enraizada nas mídias.¹⁶⁶ Em OS Simpsons, este é um dos recursos principais e recorrentemente utilizado; por isso, ao se retratar o Brasil, a ênfase é dada aos perigos das favelas, associados a atos de selvageria, incluindo o sequestro de Homer Simpson.

A união entre prazer e violência detectada no gosto dos telespectadores por tal recurso estético, é expressa pela relação amistosa de Homer que segundo seus próprios sequestradores sofre a “síndrome de Estocolmo”, ou seja, o distúrbio emocional caracterizado pela simpatia e a empatia entre sequestrador e sequestrado independente da tortura sofrida.

Além desse suposto sadomasoquismo, Marcondes destaca a importância de outras características humanas associadas a fantasias de natureza sexuais e estéticas, ou, a emoções limitadas e de ócio, dentre outras. Essas “*fantasias existem porque o psiquismo é marcado por complexos diversos, que resultam em processos de repressão, recalque, proibições*”.¹⁶⁷ Com isso, é possível deduzir que os meios de comunicação de massa, assim como os responsáveis por outros produtos midiáticos, como é o caso do desenho, Os Simpsons, exploram essas carências humanas, em busca de audiência e/ou

¹⁶⁶ FILHO, Marcondes ; Ciro (Coletivo, org, NTC). *Pensar Pulsar: Cultura Comunicacional, Tecnologias, Velocidade*. São Paulo: Edições NTC, 1996.

¹⁶⁷ FILHO, Marcondes ; Ciro (Coletivo, org, NTC). *Pensar Pulsar: Cultura Comunicacional, Tecnologias, Velocidade*. São Paulo: Edições NTC, 1996. p. 323.

lucro,. ainda que, como visto acima, umas das consequências possa ser a banalização da própria violência.

Se o sequestro fictício de Homer Simpson, no Rio de Janeiro, gerou reação de autoridades governamentais e até censura, proibindo a veiculação do desenho em canais abertos, o mesmo não pode ser dito em relação a outras produções midiáticas, relacionadas a temáticas correlatas. Isto é, ao mesmo tempo em que o Estado brasileiro, órgãos privados da área do turismo e até mesmo a mídia se posicionaram contra as representações contidas num “sequestro fictício”, por outro lado, cenas do cotidiano que revelam situações bastante semelhantes são transformadas em roteiros ou pautas de programas que se propõem retratar a “vida real”, explicitando contradições tão à gosto das “piadas simpsonianas”. Não por acaso, o tom jocoso recorrente nas produções dos *Simpsons* é tão somente um processo de apropriações da “agenda midiática”, em sintonia com demandas temáticas exigidas pelo público receptivo, ingredientes que parecem certos como sedutores de audiência.

No desenho, após sequestrado, Homer Simpson é levado para a Amazônia e mantido em cativeiro, e os sequestradores exigem o pagamento do resgate. Apesar dos apelos feitos à família, ao Sr. Burns, a Moe e até ao vizinho Flanders, quem acabou arcando com as despesas do resgate foi o carnavalesco e assistente de palco da apresentadora do programa infantil “Telemelões”, Ronaldinho. A atitude de Homer, simpatizando-se com os sequestradores e até organizando um álbum de recordações sobre o acontecido, para levar para os Estados Unidos (conforme figura abaixo), sugere várias leituras e interpretações:



Figura 33: Album de fotografias do seqüestro de Homer Simpson no Rio de Janeiro

Fonte: Episódio “O feitiço de Lisa” (2002).

Por um lado, é notório que a atitude do personagem simpsoniano reforça a exploração da violência como espetáculo midiático, banalizando ou naturalizando esse estado de coisas. Por outro lado, entretanto, considerando que se trata de um personagem cujos conhecimentos, formação e informação estão basicamente restritos ao conteúdo televisivo, como exigir dele um outro tipo de comportamento? Ao pensarmos nos muitos telespectadores brasileiros, que foram bombardeados pelos noticiários anteriormente descritos e explorados exaustivamente pelos programas televisivos e radiofônicos, transformando contraventores em “celebridades” midiáticas, talvez, pudéssemos compreender melhor as intenções de Homer, ao querer registrar em seu álbum o ocorrido. Além do mais, não está descartada a hipótese de que o assunto volte a ser tema de um próximo episódio, incluindo a possibilidade de que as “memórias” de Homer sobre seu passeio ao Brasil assumam o formato de uma publicação, quem sabe nos Estados Unidos. Afinal, não seria esse um ótimo ingrediente, também, para um determinado mercado editorial?

2.2.5 Do carnaval à Cobra Grande: aproximações e distanciamentos em torno do lúdico e da selvageria

As bases do riso e do humor representados nas festas dos “loucos”, ou dos “asnos” em tempos medievos, repousavam, ou agitavam o ambiente não oficial. O grotesco, o escárnio e o riso marcavam o ambiente profano e, por vezes, desafiavam a ordem estabelecida pelo Estado e pela Igreja, na Europa Ocidental. Enquanto festa popular o folclore e o carnaval poderiam ser entendidos como festas que desafiavam as ordens vigentes, porque os “diabos” tinham o direito de correr “livremente” pelas ruas. Gradativamente, porém, este aspecto do carnaval foi apropriado pela legalização, numa clara tentativa de controle por parte do poder estabelecido. O homem medieval sentia no riso uma vitória sobre o medo natural, sobrenatural e principalmente moral que o acorrentava e o riso apresentava-se como uma sensação universal, em boa parte desse

período.¹⁶⁸ Essas premissas de Mikail Bakhtin foram aqui buscadas para se pensar o carnaval na sua relação com *Os Simpsons*.

A personagem Marge Simpson, ao dançar no carnaval brasileiro, vê-se em uma situação de descontrole e afirma que a música intoxicante, controlava seus movimentos. Apesar das fortes críticas ao Brasil, os produtores do desenho, por meio das personagens, admitem o fascínio dessa festa popular do país, que ainda preserva seu misterioso poder. Porém, em “O feitiço de Lisa”, o argumento mercadológico é enfatizado, sobretudo, no que diz respeito à comercialização da festa, como fator de venda ou de estímulo ao turismo no Brasil

Ao referir-se a essa festa popular brasileira, Roberto da Matta afirma que, o carnaval foi inventado a partir do “entrudo”, vindo de Portugal, tratando-se, geralmente, de comemorações no âmbito da família e restrita aos bairros. No Brasil, não tardou para ganhar as ruas e os clubes, chegando a constar do calendário brasileiro como festa do povo. Juntamente com a Semana Santa, e o feriado da Independência do Brasil, respectivamente, festa religiosa e feriado nacional, o carnaval, mesmo com as amarras dos patrocínios, camarotes e dias específicos do calendário civil, não deixou de se particularizar como uma festa popular, em que, por vezes, o descontrole e a malandragem fazem-se presentes.¹⁶⁹

Na ficção simpsoniana, Marge, Lisa e Bart, ainda à procura de Homer e Ronaldinho, encontraram o garoto no Carnaval carioca dançando e usando os sapatos que havia comprado, após as doações de Lisa para o órfão brasileiro. Observe, a seguir, o momento em que Ronaldinho, camuflado pela fantasia de carnaval, revela-se para a família Simpson, e a primeira trama do episódio é resolvida.

¹⁶⁸ BAKHTIN, Mikail. *A cultura popular na idade média e no renascimento*: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1999.

¹⁶⁹ DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Zahar editora, 1983.



Figura 34: Ronaldinho no carnaval se apresenta para a família Simpson

Fonte: Episódio “O feitço de Lisa” (2002).

O presente de Lisa Simpson, sapatos para dançar o carnaval, justifica a mobilidade social de Ronaldinho e sua felicidade, pois, como assistente da apresentadora Xuxa (que aparece dançando de costas na imagem), do programa infantil “Telemelões”, ele consegue participar das festividades carnavalescas cariocas e se tornar uma estrela da televisão. Ao tentar se ambientar com o carnaval, ainda à procura de Ronaldinho e de seu pai, Lisa Simpson, culpando-se pela “aventura” diz: *_ O que é este barulho? Uma música irritante, intoxicante, com uma batida que acaba com todas as suas inibições?*

Bart responde:

_ É o carnaval!

Em tom pejorativo sobre o carnaval, Marge Simpson afirma que Homer (ainda no cativeiro) adoraria estar presente, pois vários de seus valores estavam presentes, como a bebedeira e a sexualidade ambígua. Impedida de fugir do ambiente por um folião que afirmava que a fuga também era uma forma de dança, Marge Simpson, ao mesmo tempo em que se preocupa com Homer, dança. Antes da busca pelos desaparecidos, Ronaldinho e Homer, ela havia visitado um ambiente de dança

onde as pessoas treinavam uma música sensual chamada “Rebolada”, sobre a qual o professor de dança afirma que, devido ao seu teor sexual, a “Lambada”¹⁷⁰ se assemelhava a uma ciranda de roda.

A ascensão social do personagem brasileiro simpsoniano Ronaldinho e o envolvimento de Marge, ainda que a contragosto, com o carnaval, podem ser melhor explicados, a partir de um diálogo com Roberto da Matta que entende o carnaval como um dos dilemas brasileiros. Versando sobre este assunto, o autor enfatiza que, no carnaval, sobretudo o do Rio de Janeiro, os desfiles são levados a efeito por organizações privadas (como escolas ou blocos), que reúnem, em geral, como corpo permanente pessoas das camadas mais baixas e marginalizadas da sociedade local. Assim, as organizações voluntárias geralmente são centralizadas em bairros, região de origem dos fundadores, e a escolha dos integrantes leva em conta as simpatias ou proximidades pessoais. Porém, o desfile conta com a participação de figuras célebres da sociedade e das artes; assim, as escolas reúnem pobres e milionários, astros do futebol, rádio, televisão, cinema e, em alguns casos, até candidatos políticos. Tais desigualdades foram fundamentais para a incorporação e felicidade do personagem Ronaldinho que projetou-se na televisão como apoiador do programa infantil e vislumbrava, na dança, principalmente na festa do carnaval, um lugar de identificação e busca de ascensão social.

Continuando a caracterização do carnaval e discutindo a questão das desigualdades, Roberto da Matta, elucida, ainda, que a teatralização dos dramas tem como tema personagens, ambientes e ações de um período aristocrático e mítico, tal como estes são percebidos pela classe “dominada”. Assim destaca que *“essa teatralização salienta o caráter domesticado da transmutação de pobre em nobre, quando essa transmutação é realizada em momentos programados, tal como ocorre no*

¹⁷⁰ Conforme Bernardo Farias (2009), a Lambada é um ritmo musical originário da música caribenha constituída pelo merengue associado ao carimbó e ao síria, que se propagou entre os ribeirinhos da Amazônia. A partir de 1930, o ritmo se propagou pela Amazônia por meio do rádio. Com o apoio de investidores franceses, a partir dos anos de 1980 e 1990, a novidade se espalhou com a música boliviana do grupo Kaoma, “Lhorando Se Fue”. A radiodifusão e as televisões brasileiras se aproveitaram do sucesso da música e da sensualidade da dança e a lambada se difundiu. FARIAS, Bernardo. “Desvendando o Caribe no Pará”. *Brega Pop*, Belém. 2009. Disponível em: <http://www.bregapop.com/home/index.php?option=com_content&task=view&id=4956&Itemid=835>. Acesso em: 8 ago.2009.

Carnaval”¹⁷¹, condição que traria um ambiente de trégua entre dominantes e dominados, e, acrescentamos, mais do que isso, devido aos vultosos investimentos das empresas e a proximidade de celebridades com populares, além das atuais transmissões midiáticas, pobres como o personagem simpsoniano “Ronaldinho” podem perceber a festa como um lugar de projeção sócio-econômica.

A musicalidade brasileira e as imagens de Brasil já haviam sido apresentadas por Walt Disney, no cinema, com a apresentação de desenhos musicais característicos das produções Disney, como “Saludos Amigos” (Alô Amigos), em 1942, no qual Zé Carioca recepcionava o Pato Donald ao som da Aquarela do Brasil, de Ari Barroso¹⁷², conforme podemos observar na imagem a seguir:



Figura 35: Pato Donald e Zé Carioca

Fonte: Episódio “Alô Amigos” (1942).

Em um clima de confraternização, Pato Donald e Zé Carioca vão se divertir no Rio de Janeiro ao som de “Tico-tico no fubá”, no desenho intitulado “Aquarela do Brasil”.¹⁷³ A musicalidade é utilizada como instrumento atrativo para a recepção brasileira e, no intuito de promover a política de “Boa Vizinhança”, a Disney utilizou-se de clássicos carnavalescos e de outras formas nacionais de expressão musical. A combinação entre desenho, espaço (Rio de Janeiro), música e a construção de um personagem brasileiro constituem um curta de animação impactante para as finalidades da política americana. O início do desenho musical “Alô amigos” (1942) cria um tom

¹⁷¹ DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar editora, 1983. p. 46.

¹⁷² SCARABELOTTI, André Luís. Música brasileira e Jazz: o outro lado da história. In: *Revista Digital Art&*. Disponível em: <<http://www.revista.art.br/site-numero-03/trabalhos/07.htm>>. Acesso em: 02 de mai. de 2010.

¹⁷³ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xa1v5jBz8e8>>. Acesso em: 23 abr. 2011.

otimista quando, ao som de “*o Brasil, samba que dá...*”, um refrão de “Aquarela do Brasil, uma mão de desenhista insere cores e parece dar vida à natureza que compõe a representação das paisagens das florestas brasileiras. A ambiência de alegria e fantasia inicia a construção de Walt Disney que, é bom frisar, pintou as penas do rabo do personagem brasileiro com as cores vermelha e azul, simbolizando a bandeira americana.

No caso da visita dOs *Simpsons* ao Rio de Janeiro, a idéia de confraternização é trocada pela ridicularização aos brasileiros. Assim, ao contrário do Pato Donald dançando alegremente com Zé Carioca, mesmo antes de experimentar a cachaça, Lisa Simpson se irrita com o carnaval.

Refletindo sobre o papel do malandro, Roberto da Matta argumenta que seus instrumentais básicos para a vingança são a astúcia e o ridículo. Ao invés da destruição física e da violência utilizada pelo bandido social, o popular malandro vale-se do jocoso e as vezes da música para seduzir e se vingar do detentor da ordem estabelecida. Visto dessa maneira, o “Zé Carioca” pode ser mais perigoso do que o jagunço. Como afirma o autor, o malandro e o renunciador podem re-entrar no mundo social como um personagem do próprio sistema e por meio de sua individualidade e dos atributos de astúcia, ridicularização e tom jocoso, ele poderá desafiar a ordem estabelecida. Mesmo sem contato com a Internet, nos tempos de produção do livro, Roberto Da Matta sugere que:

Formas agudas de individualização, portanto, surgem também em sistemas aparentemente modernos, como um modo e caminho de fazer face às profundas desigualdades colocadas pelo dilema de uma sociedade que, nunca é demais repetir, tem dois ideais: o da igualdade e o da hierarquia.¹⁷⁴

O duelo entre reações e produções é profícuo no século XX e, assim, as produções de Walt Disney para o cinema despertaram o interesse e a curiosidade de muitos intelectuais brasileiros. Ao escrever “Fantasia”, em 1941, Mário de Andrade afirmou:

¹⁷⁴ DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar editora, 1983. p. 259.

Talvez a força de comoção artística do desenho animado não derive exatamente da banalidade do traço e da concepção *enquanto desenho*, mas enquanto possibilidade de animação e movimento... Não sei. Outro lado, por onde o problema se complica, nasce da própria essência do desenho animado, a sua ‘falsificação’ essencial da realidade; enfim: o arrombamento do limite existencial das coisas.¹⁷⁵

A potencialidade do desenho animado destacada por Mário de Andrade, é um depoimento importante de um receptor crítico que percebeu, no desenho de Walt Disney, uma capacidade de sedução animada pelo movimento, capaz de falsificar a realidade. Essa “Fantasia” (1941) e as sensações discutidas por Mário de Andrade, associadas a símbolos brasileiros, podem criar efeitos políticos satisfatórios aos intuítos americanos em plena ditadura nacionalista de Getúlio Vargas (1937-1945).

Ao representar a malandragem carioca, marcada pela valorização do samba e do carnaval, Zé Carioca simboliza o brasileiro e convida o Pato Donald para tomar um copo de “cachaça”, ao som de “Tico-tico no fubá”. No próprio desenho, o narrador afirma que a escolha do papagaio para simbolizar o Rio de Janeiro e o Brasil se dá pelo fato de que várias anedotas do Rio de Janeiro se referem a este animal. De forma similar, outros animais, como cobras também, compunham o arcabouço de antigas representações nacionais provenientes da mitificação construída a partir de lendas indígenas da Amazônia. Após tomar cachaça, o Pato Donald, embriagado, dança com uma personagem que representaria Carmem Miranda,¹⁷⁶ conforme imagem a seguir:

¹⁷⁵ ANDRADE, Mario de. “Fantasia” de Walt Disney. In: *Baile das quatro artes*. São Paulo: Livraria Martins, 1943. p. 81.

¹⁷⁶ Em maio de 1939, a carnavalesca, símbolo da música brasileira e do samba, fez grande sucesso nos Estados Unidos. A véspera de sua viagem, chegou a afirmar: “coube-me a grande oportunidade e a grande honra de ser a intérprete das coisas brasileiras. Essa será a primeira chance importante do samba. Vou, por isso, empregar todos os meus esforços para que tudo dê certo, para que a música popular do Brasil conquiste a América do Norte, o que seria um caminho para sua consagração em todo o mundo.” Disponível em: <http://carmen.miranda.nom.br/cm_bio.htm>. Acesso em: 12 de mai. de 2010.



Figura 36: Pato Donald dançando com Carmem Miranda

Fonte: Episódio “Alô Amigos” (1942).

Em *Os Simpsons*, no “Feitiço de Lisa”, a representação e vinculação do Brasil à imagem de Carmem Miranda foi retomada. Assim que os personagens chegaram ao hotel, Homer e Bart Simpson encontraram um chapéu parecido com o da famosa cantora. Bart, rapidamente, “puxou” uma música enquanto Homer dançava e comia um chocolate, afirmando que não iria pagar pelo mesmo. O tom de deboche e a tentativa de usufruir do Brasil, como é característico nOs *Simpsons*, é explícito. Mesmo considerando que Walt Disney estava em uma missão político-comercial, apoiada pelo governo americano, sua viagem pela América do Sul e suas representações do Brasil demonstram que a relação entre os dois países, a partir de 1941, tendia a se estreitar, principalmente no que diz respeito às mediações criadas pelas produções audiovisuais.

Pensado de outra forma, mesmo considerando que as duas produções são americanas, há nuances de diferenciação que cabem ser observadas: no primeiro caso, Disney apresenta um Pato Donald completamente seduzido e dominado pelos efeitos da cachaça, pela dança carnavalesca e pela sedutora representação de Carmem Miranda. No episódio de *Os Simpsons*, com tom mais agressivo, o chapéu de Carmem Miranda é ridicularizado por Bart e Homer no hotel brasileiro. Porém, nesse segundo caso, a exposição direta da ridicularização e da sátira à personagem feminina, portuguesa de nascimento, mas brasileira de coração, que simboliza o carnaval, suscita reações do telespectador que por meio da Internet pode se manifestar contra ou a favor das construções simpsonianas. Esse fato, na primeira metade do século XX, estaria restrito a

um pequeno grupo da elite que poderia ter acesso ou emitir opinião por meio da imprensa, como o fez Mario de Andrade.

André Luís Scarabelot, versando acerca da influência da Música Popular Brasileira no Jazz americano, destaca que os Estados Unidos usavam o cinema, o rádio e, a partir da década de 1950, a televisão, para conquistar o mercado latino-americano. Porém, tal condição fez com que o Rio de Janeiro se tornasse um dos palcos de apresentação de Jazz da época, influenciando a música brasileira, e fazendo, também, com que a música brasileira influenciasse várias produções americanas, como esclareceu o músico de Jazz entrevistado por ele. Convém comentarmos que os produtores dos *Simpsons*, ao destacarem a viagem da família ao Brasil, centralizaram o episódio na personagem Lisa, cuja música favorita é o Jazz. Em “o feitiço de Lisa”, é a jovem Simpson que se preocupa em ajudar o menor carente Ronaldinho, sensibilizando a família para uma viagem ao Brasil. Apesar de o desenho simpsoniano não apresentar a mesma cordialidade da relação do “Pato Donald” com “Zé Carioca” demonstrada no desenho-musical de Walt Disney em “Alô amigos”, no cinema, o pressuposto da relação Brasil e Estados Unidos e as implicações políticas e sociais da apresentação de um desenho com vistas à conquista do mercado continuam aguçando, e, às vezes, incomodando, muitos brasileiros.

“Encantado” com o audiovisual representado pelo desenho no cinema, Mário de Andrade, em 1941, enfatizou que o cinema é uma arte que impõe “aquelas mesmas manifestações religiosas ou cultivadoras de demiurgos míticos”, ou seja, o autor dimensiona a importância histórica do desenho e das produções audiovisuais que marcariam o século XX. Sobre o desenho animado “Fantasia” de Walt Disney, esclarece:

‘Fantasia’ é tão funcional como os desenhos de Altamira, ou brônzeo carro solar de suevos inimagináveis. A diferença é apenas histórica. E desesperador talvez... Aqueles me conduziam à construção de napoleões, os vários mitos... ‘Fantasia’ me impõe a destruição desses ideais. ‘Fantasia’ tem a lição da guerra científica atual: onde ficou a validade do homem? (...) Ou acaso vamos para a mistificação de novos napoleões? ... ‘Fantasia’ não diz. Ou diz a seu modo, rindo com a maior vaia que nunca o homem sofreu: tudo se resume e se resumirá, pelos séculos, a uma estratificada e convencional briguinha entre o Mal e o Bem.¹⁷⁷

¹⁷⁷ ANDRADE, Mario de. “Fantasia” de Walt Disney. In: *Baile das quatro artes*. São Paulo: Livraria Martins, 1943. p. 79.

Sensível “à guerra científica” que se seguia concomitantemente à 2ª. Guerra Mundial (1939-1945), Mário de Andrade apresentava novas “armas”, o cinema e os desenhos animados. Comparando “Fantasia” e as imagens com movimento animadas e produzidas por Walt Disney com os conjuntos pictóricos de Altamira, o autor dimensiona a importância histórica da criação do cinema e dos desenhos animados para a sedução e construção ou desconstrução de mitos que desafiavam o homem no século XX. A indagação: “*Ou acaso vamos para mistificação de novos napoleões?*” sugere que, a partir de “Fantasia” e do avanço progressivo dos meios de comunicação, a experiência como telespectador do filme-desenho de Disney demonstrou-lhe a possibilidade do surgimento de novos “mitos” históricos. Além disso, a pressuposição de que “Fantasia” destrói os antigos ideais míticos da história e pode construir, a seu modo, “novos napoleões”, induz-nos a pensar na função de criar fantasias que facilitem a política de boa vizinhança, conferida pelo governo americano a Walt Disney.

Theodor Adorno, estudando as indústrias culturais da década de 1940, caracteriza a sedução produzida pelo cinema holywoodiano como “metafísica dopadora”, premissa importante para pensarmos sobre os desenhos animados, visto que a dita “escola de Frankfurt”, da qual Adorno é um expoente, colocou em evidência o estudo crítico da comunicação a partir dos anos de 1930, combinando economia política dos meios de comunicação, análise cultural dos textos e estudos de recepção pelo público dos efeitos sociais e ideológicos da cultura e das comunicações de massa. Apesar de apresentar problemas, como a consideração de que a massa de consumidores é passiva ou o da existência de uma cultura superior e um modelo de cultura de massa monolítico, os estudiosos da escola de Frankfurt trouxeram perspectivas importantes para a época e para os estudos midiáticos, como as

(...) perspectivas de mercadorização, reificação, ideologia e dominação, que constitui um modelo útil para corrigir as abordagens mais populistas e acríticas à cultura da mídia, que tendem a subjugar os pontos de vista críticos. Embora parcial e unilateral, a abordagem de Frankfurt fornece instrumental para criticar as formas ideológicas e avultadas da cultura da mídia e indica os modos como elas reforçam as ideologias que legitimam as formas de opressão.¹⁷⁸

Os Simpsons, enquanto mercadoria lucrativa, um desenho que integra o que Douglas Kellner sugere ser a cultura da mídia, definida como fenômeno histórico

¹⁷⁸ DOUGLAS, Kellner. *A cultura da mídia*. Estudos culturais; identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. São Paulo: EDUSC, 2001.p. 45-46.

recente, apesar dos estudos sobre a indústria cultural acima referidos terem sido desenvolvidos nos anos de 1940, provenientes das novas tecnologias da mídia e da informação constituída por cinema, rádio, revistas, histórias em quadrinhos, propaganda e imprensa, que começaram a colonizar o lazer e a ocupar o centro do sistema de comunicação e cultura nos Estados Unidos e em outras democracias capitalistas. A partir do advento da televisão no pós-guerra, a mídia se transformou em força fundamental na cultura, na socialização, na política e na vida social.¹⁷⁹

Em face dessa realidade, lembramos que, em todos os episódios d*Os Simpsons*, não por acaso, a família se reúne em frente à televisão. No caso do “Feitiço de Lisa”, é com uma fita de videocassete e uma conta de telefone de alto valor que a família inicia seu primeiro contato com Ronaldinho e resolve viajar ao Brasil para literalmente, fazer um carnaval.

Uma curiosidade interessante no mesmo episódio da estada d*Os Simpsons* em nosso país é a presença de cobras caracterizando o Brasil selvagem. Essa relação entre selvageria e sexualidade, proposta no desenho, também permite estabelecer diálogos entrelaçando costumes amazônicos e problemas urbanos do Rio de Janeiro associados às imagens de Brasil apresentadas em “O feitiço de Lisa”.

De acordo com as explicações bíblicas acerca da origem do homem, a serpente é a principal personagem a quem se atribui a culpa pelo pecado original do homem, e, em diversas narrativas, religiosas ou não, serpentes representam um papel significativo. Portanto, o poder simbólico da representação desse animal pode nos ajudar a explicar construções narrativas audiovisuais contemporâneas, principalmente em relação ao Brasil representado em *Os Simpsons*, em que as imagens de uma pequena coral e de duas grandes cobras são caracterizadas como símbolo identitário do país.

Logo no início de seu passeio pelo Brasil, Marge Simpson deparou-se com uma pequena cobra coral:

¹⁷⁹ Ibidem. p. 26.



Figura 37: Bracelete que transformasse em cobra

Fonte: Episódio “O feitiço de Lisa” (2002).

A imagem exibe a mão de Marge Simpson sendo atacada por um “bracelete” exótico, uma cobra coral, que ela tentava comprar para o bebê Maggie. A antiga ideia de um Brasil exótico que serve para a satisfação mercadológica de turistas, principalmente americanos, é expressa. Na busca por Ronaldinho, Homer fica bêbado após ingerir bebidas alcólicas excêntricas, enquanto uma das vendedoras distrai a família para que seus filhos assaltem os Simpson. A cobra, neste caso, visto que aparenta ser o que não é, simbolizaria os perigos que cercam os setores comerciais urbanos do Rio de Janeiro. A agressão dos animais é logo substituída pelos roubos, com a transposição do desejo do outro, de levar lembranças de um Brasil exótico, para a imagem, rapidamente transformada de um Brasil agressivo, repleto de ladrões.

Vítima da violência urbana, Homer, após sequestrado é levado para a Amazônia. Aqui é apresentada a primeira imagem da Cobra Grande que, assim como a Lambada, é uma construção ribeirinha. O mito da Cobra Grande conta que a boiúna, mãe de todas as cobras, vigia a Amazônia de um extremo a outro. Com um uivo horripilante, tem o poder de paralisar a energia dos animais e, através de olhos luminosos, ela alaga as embarcações miúdas, cretiniza os curumins desavisados e sorve, vampiricamente, a vida dos velhos. O desmedido ofídio tem a capacidade de se metamorfosear, transformando-se em um macabro navio revestido e enfeitado com os restos mortais de suas vítimas.

Em *Os Simpsons*, a Cobra Grande compõe o cenário amazônico que representa o Brasil (Amazônia), quando ocorre o sequestro de Homer Simpson. A premissa mítica da boiuna, como representação de perigo e como uma espécie de vigia dos problemas amazônicos, ambienta o cenário do cativado do pai da família Simpson, conforme ilustrado na imagem a seguir:



Figura 38: Representação de cobra na Amazônia

Fonte: Episódio “O feitiço de Lisa” (2002).

Na figura, a enorme serpente (à direita), adentrando o rio, vigia e ameaça os arredores do cativado de Homer. Conforme a lenda, a cobra-vigia tem o poder de paralisar possíveis adversários para proteger a Amazônia. Ao contrário desse ambiente de selvageria e perigo, Walt Disney apresentava, nos anos de 1940, as florestas brasileiras, com o tradicional crescimento das plantas e dos animais, enfocando, assim, uma visão mais positiva do Brasil, com o intuito de contribuir para a política de “Boa Vizinhança” criada pelo governo americano para a modernização dos países latino-americanos.

A perspectiva do uso de animais, e frequentemente de ambientes de florestas, de Walt Disney tem o intuito de naturalizar seus personagens e criações, a fim de propagar suas criações pelo mundo. O mundo animalizado de Disney e sua invasão de natureza, “coloniza as ações sociais, animalizando-as e pintando-as (manchando-as)

de inocência.”¹⁸⁰ Segundo Ariel Dorfman, o uso dos animais serviria para prender as crianças ao mundo Disney e não para libertá-los. As crianças teriam contato com seres dóceis e irresponsáveis através dos quais elas se identificariam com o mundo real dos homens que seriam repletos de problemas e perversidades. Assim, os “heróis” Disney ganhariam a simpatia do público e contribuiriam para a super vendagem que marcou a trajetória de sucesso mercadológica dos produtos Disney. Apesar dessa constatação, é importante lembrar que, diferente de outras viagens apresentadas nos quadrinhos em que o Pato Donald era sempre cortejado, em “Alô Amigos” (1942), apesar da manutenção da cordialidade do selvagem, representado no Brasil pelo Zé Carioca, a premissa da malandragem deixou o Pato Donald feliz e fragilizado.

Outra questão relevante é que Disney utiliza a selvageria, ou a natureza, não apenas para identificar países subdesenvolvidos, mas também para tentar um clima de “naturalidade colonizadora”, como diria Ariel Dorfman. Em *Os Simpsons*, a exposição clara da selvageria substitui a máscara risonha e inocente dos personagens Disney, criadas para cativar, pela sátira e pelo sarcasmo, instrumentos que também podem gerar simpatia dos receptores, mas, por outro lado, podem inspirar telespectadores e internautas a se valerem dos mesmos atributos para não só criticarem o próprio desenho, mas também se posicionarem em relação aos problemas cotidianos. O sucesso de vendagem que, também é uma realidade para os produtos derivados do desenho, não podem encobrir outras reações provocadas em seus receptores. Dito de outra forma, o sucesso das produções de Disney ou de *Os Simpsons* não pode ser traduzido como meras respostas de povos subdesenvolvidos ou de crianças/colonizadas, que, facilmente, aceitaram as imposições e estratégias sugeridas pelo poder imagístico de suas produções. A maior acessibilidade aos meios de comunicação massivos e mesmo o desenvolvimento econômico e intelectual dos povos dos países entendidos como pertencentes ao terceiro mundo, apresentam uma nova realidade para a análise das produções audiovisuais. Talvez, uma realidade mais antropofágica.

Sob essa premissa antropofágica, Aroldo de Campos elucida que o poema oswaldiano deflagra, por meio de seu paisagismo, “*um elemento crítico, capta um registro satírico dos costumes nacionais estratificados, detona uma cápsula de humor*

¹⁸⁰ DORFMAN, Ariel. *Para ler o Pato Donald: comunicação de massa e colonialismo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

desagralizante, que não encontramos nos turísticos poemas brasileiros de Cendrars, recolhidos em Feuilles de Route.”¹⁸¹ Além do humor desacralizante e da sátira, a antropofagia também se caracterizava pela desierarquização também presente em *Os Simpsons* e que marcaram o movimento modernista do início do século XX, no Brasil. Segundo, Aroldo de Campos, “*o canibal era um ‘polemista’ (do grego pólemos = luta, combate), mas também um ‘antologista’: só devora os inimigos que considera bravos, para deles tirar proteínas e tutano para o rebustecimento e a renovação de suas próprias forças naturais...*”¹⁸² No Brasil, “os canibais” entendidos como os brasileiros, já absorveram “proteínas” (recursos técnicos e características simpsonianas) suficientes para polemizarem, ou reconstruírem imagens e situações, conforme suas conveniências. Associada às nossas “forças naturais”, constantemente, os pressupostos antropofágicos são importantes para pensarmos o receptor como ativo e o próprio fato dos produtores dos *Simpsons* rememorarem o carnaval, a malandragem e a cobra grande como símbolos identitários brasileiros. Muito antes da existência dos *Simpsons*, Oswald Andrade construía o movimento da antropofagia marcado pela sátira, humor desacralizante e a desierarquização dos costumes. Ainda sobre essa questão é importante destacar que

a ‘Antropofagia’ oswaldiana – já mencionei em outro lugar – é o pensamento da devoração crítica do legado cultural universal, elaborado não a partir da perspectiva sumissa e reconciliada do ‘bom selvagem’ (idealizado sob o modelo das virtudes européias no Romantismo brasileiro de tipo nativista, em Gonçalves Dias e José de Alencar, por exemplo), mas segundo o ponto de vista desabusado do ‘mau selvagem’, devorador de brancos, antropófago. Ela não envolve uma submissão (uma catequese), mas uma transculturação; melhor ainda, uma ‘transvaloração’: uma visão crítica da história como função negativa (no sentido de Nietzsche), capaz tanto de apropriação como de expropriação, desierarquização, desconstrução.¹⁸³

Atendo-nos ainda à primeira metade do século XX, é sabido que o mito da Cobra Grande foi nacionalizado pela imprensa brasileira, sobretudo, a partir da *Semana de Arte Moderna*, de 1922. A utopia antropofágica, defendida por Oswald de Andrade é

¹⁸¹ CAMPOS, Aroldo de. Da razão antropofágica: diálogo e diferença na cultura brasileira. In: *Metalinguagem e outras metas*. São Paulo: Perspectiva, 1992. p. 235.

¹⁸² Idem. p. 235.

¹⁸³ Idem. p. 234-235.

fundamental para pensarmos as vinculações do Brasil com a selvageria: o mito da Cobra Grande da Amazônia é apresentado, na poesia oswaldiana, como representação regional que se transformava em símbolo nacional. Nesse mesmo viés, ele afirma: *Filhos do sol, mãe dos vivos. Encontrados e amados ferozmente, com toda hipocrisia da saudade, pelos emigrados, pelos traficados e pelos turistas. No país da cobra grande.*¹⁸⁴

No trecho acima, o mito amazônico, fundamentado na busca do primitivismo e no pressuposto de resgate à selvageria, Oswald de Andrade apresenta a cobra grande como símbolo do Brasil. Trata-se de um reconhecido mito, em que uma enorme sucuri ou jiboia saía dos rios para proteger ou punir pessoas da Amazônia. A lenda diz que muitos igarapés ou furos amazônicos são formados pela Cobra Grande, e que:

Na região amazônica, mais precisamente entre os povos ribeirinhos, ela representa uma figura lendária e fascinante, assumindo diversas denominações: Boiúna, Mãe d'Água, Cobra Norato ou Boitatá. A Boiúna é considerada a rainha dos rios amazônicos e pode ter tido origem no medo provocado pela serpente d'água, que ataca o gado e animais de estatura média, perto de rios e igarapés. Os índios não registram culto à cobra, mas ela não deixa de existir como personagem em suas narrativas lendárias.¹⁸⁵

As narrativas indígenas que fundamentaram a construção da mitificação da grande serpente foram fundamentais para a construção das lendas caboclas e influenciaram os intelectuais do modernismo da primeira metade do século XX. A respeito de tal lenda, Luis da Câmara Cascudo, em *Lendas Brasileiras*, enfatiza que:

No paranã do Cachoeiri, entre o Amazonas e o Trombetas, nasceram Honorato e sua irmã Maria, Maria Caninana. A mãe sentiu-se grávida quando se banhava no rio Claro. Os filhos eram gêmeos, e vieram ao mundo na forma de duas serpentes escuras.¹⁸⁶

A ideia bíblica de filhos gêmeos, ou irmãos que são opostos, é apresentada como nas narrativas de Caim e Abel e Esaú e Jacó, pois, a figura feminina Maria

¹⁸⁴ ANDRADE, Oswald de. O Manifesto Antropofago. In: *A utopia antropofágica*. São Paulo: Globo, 1995. p. 47

¹⁸⁵ Disponível em: <<http://www.abrasoffa.org.br/folclore/lendas/cobragande.htm>>. Acesso em: 01 mai. 2010.

¹⁸⁶ CASCUDO, Luis da Câmara. Informação etnográfica no romance Marajó. *Diário de Natal*. Natal, 3 de maio de 1948. Coluna Acta Diurna. p. 27.

Caninana é a representação do mal, enquanto o homem, cobra Honorato é a representação do bem. Da mesma maneira que, no livro do Gênesis, a cobra, conjuntamente com a figura feminina de Eva, é punida por Deus por sua culpa pelo pecado original.

Apropriando-se da representação masculina da Cobra Grande, ou seja, da cobra Honorato, Raul Bopp, participante da Semana da Arte Moderna (1922), produziu a obra “Cobra Norato (1931)”, na qual é narrada a história do personagem Cobra Norato, claramente fazendo alusão à lenda da Cobra Honorato e Maria Caninana. Os gêmeos são retratados como o bem (representado por Honorato) e o mal (Maria Caninana). Visivelmente influenciado por mitificações bíblicas, o autor procura valer-se do mito amazonense da Cobra Honorato para destacar valores modernistas como o nacionalismo. Integrante importante do movimento antropofágico, autor e obra se destacam, à medida que procuram criar uma identidade nacional, não desprezando a cultura estrangeira. O personagem principal mata Cobra Norato e veste sua pele para percorrer melhor os caminhos amazônicos e, assim, casar-se com a filha da rainha Luzia, roubando a amada da Cobra Grande.¹⁸⁷

O início do século XX, marcado pelo movimento modernista e, principalmente, pela obra, “Cobra Norato” transformou o mito amazônico da “Cobra Grande”, representado também pelas personagens folclóricas “Cobra Honorato”, e sua irmã “Maria Caninana”, em símbolo nacional.

Como já exposto, a animalização como parte constitutiva da criação de personagens apresenta-se como característica de produções animadas americanas, principalmente das produções de Walt Disney, como por exemplo, seus personagens Mickey Mouse (um rato) e o Pato Donald. Em 1941, dez anos após a publicação de Cobra Norato, o Brasil, sob o julgo da política de boa vizinhança, estreitava suas relações com os Estados Unidos. A representação simbólica do Brasil materializada pela “Cobra” é (re)apresentada pelos produtores simpsonianos no século XXI. A ideia de dar vida aos animais é apresentada nos *Simpsons* como um fator secundário que, no episódio o “Feitiço de Lisa”, ganha sentido quando Marge procura comprar um presente para Maggie: animais empalhados a atacam, e a pequena cobra coral, conforme mencionado, é apresentada como um perigo. Para ressaltar a selvageria, os animais não se “humanizam”, diferentemente do que ocorre com Walt Disney, que, ao adotar aquele

¹⁸⁷ BOPP, Raul. *Cobra Norato*. Rio de Janeiro: José Olympio: 2009.

procedimetno, procura criar um mundo de fantasias para conduzir o espectador a uma espécie de “fuga dos problemas reais”. *Os Simpsons*, ao contrário, procuram superdimensionar traumas e problemas cotidianos existentes nas relações sociais, ou nos países que visitam.

A Cobra Grande reaparece, novamente, na última cena do episódio “Feitiço de Lisa”, no qual o personagem Bart Simpson é engolido por uma delas, conforme imagem abaixo:



Figura 39: Bart Simpson engolido pela “Cobra Grande” no Rio de Janeiro

Fonte: Episódio “O feitiço de Lisa” (2002).

Mesmo sendo Bart Simpson devorado pela serpente, o episódio simpsoniano chega ao fim com o garoto Bart dançando carnaval dentro da cobra. Embora apresentando um Brasil selvagem, o autor d*Os Simpsons*, Matt Groening, destaca, nessa última cena do desenho, uma inofensividade do animal, a ponto de Bart conseguir essa proeza. Seria uma forma de amenizar as muitas ironias e ridicularizações apresentadas ao longo do desenho?

No episódio referido, a Amazônia e Rio de Janeiro, sem muitas distinções, são, constantemente, apresentadas como cidades símbolos do Brasil. Ao ser engolido, no Rio de Janeiro, pela Cobra Grande, representação típica da Amazônia, Bart Simpson dança carnaval. Lembramos que, nos mitos amazônicos, a Cobra Grande é, geralmente, apresentada como símbolo da proteção, e, no caso da Cobra Norato, até como um símbolo bondoso e positivo; e é somente quando associada ao gênero feminino, que a

enorme serpente retratada como símbolo do mal, como quando guardava os arredores do cativeiro de Homer Simpson na Amazônia. O vínculo do personagem masculino com a cobra, porém, geralmente, também não oferece perigo, ao contrário da passividade da enorme serpente que engoliu Bart, e que tranquilamente dança em suas entranhas. A ameaça da pequena cobra, que assusta Marge e Lisa quando estas a confundem com um bracelete, apesar de aparentemente inofensiva, em comparação com a boiúna, coloca em risco exatamente as personagens femininas da série. A serpente como representação da avareza, é orgulhosa, egoísta, pecadora¹⁸⁸ e aproxima-se das características dos homens da família Simpson. Além disso, a simpatia de Bart pela maldade e pelas mulheres dos programas infantis e do carnaval brasileiro explicam a felicidade do jovem Simpson em ser engolido pela serpente. Além disso, no imaginário cristão, a serpente representa a esperteza, característica marcante do personagem Bart Simpson. Pensado dessa forma, encontramos uma sugestão explicativa para o ataque das cobras no episódio estarem direcionadas às personagens femininas, Lisa e Marge Simpson. Entretanto, a esperteza também se encontra presente na vendedora de braceletes, personagem feminina brasileira que vende as cobras, enquanto seus filhos saqueavam a família Simpson. Foram o racionalismo e o moralismo de Marge e Lisa Simpson que legitimaram a inimizade com as cobras, enquanto que, a personagem brasileira, imbuída de más intenções estabelece domínio e até vende os animais peçonhentos enganando os turistas.

O carnaval, para Oswald de Andrade, “*é o acontecimento religioso da raça.*”¹⁸⁹ Os pressupostos antropofágicos, buscando o primitivismo brasileiro, destacavam o gosto pelo ócio e prazer da dança como virtudes naturais e originais. Assim, em sentido de crítica ao colonialismo, ele poetisa: “*Nunca fomos catequizados. Fizemos foi Carnaval. O índio vestido de senador do Império, f Fingindo de Pitt. Ou figurando nas óperas de Alencar cheio de sentimentos portugueses.*”¹⁹⁰ Em *Os Simpsons*, porém, a dança de Bart, no final do episódio, ironiza o pressuposto de identidade do brasileiro, ao identificar a cultura carnavalesca e a cidade do Rio de Janeiro como símbolos de selvageria. Portanto, é retomada a idéia de um Brasil selvagem, assim como acontece em outras produções americanas.

¹⁸⁸ CHEVALIER, J. *Dicionário de símbolos: (mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números)* 24ª. Ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009. p. 824.

¹⁸⁹ ANDRADE, O. de. O Manifesto da poesia Pau-Brasil. In: *A utopia antropofágica*. São Paulo: Globo, 1995. p. 41.

¹⁹⁰ ANDRADE, O. de. O Manifesto Antropofago. In: *A utopia antropofágica*. São Paulo: Globo, 1995. p. 49.

A ideia oswaldiana de “fazer carnaval” com os portugueses, na atualidade, pode ser comparada à ameaça que os meios de comunicação alternativos, principalmente a Internet, oferecem às autoridades, celebridades e a muitas empresas. A linguagem simpsonizada serve de instrumental para diversas críticas. Assim, as atitudes e a pluralidade de recepções estão um pouco mais popularizadas; amplia-se, portanto, as possibilidades de utilizarmos as críticas às imagens de Brasil apresentadas em desenhos pelas telas de televisão ou computador pessoal. Considerando o inegável poder das aparelhagens técnicas de produção de som e imagem, é possível reconstruirmos, continuamente, imagens diferentes do Brasil, as quais poderão ser úteis para a transformação e melhoria da sociedade.

CAPÍTULO 3

3. Recepção com (re)significação: diálogos “simpsonizados” sobre a realidade política e social brasileira

Homer: _ Eu não estava mentindo! Estava escrevendo ficção com a boca. ¹⁹¹ (*Os Simpsons* – Homer Simpson)

Na televisão brasileira, o humor ganhou impulso a partir da segunda metade do século XX. Desde 1950, quando Assis Chateaubriand fundou o primeiro canal de televisão do Brasil e da América Latina, a Rede Tupi, programas humorísticos fizeram parte da preferência das programações de TV. Um dos maiores destaques foi a série de maior longevidade humorística e televisiva apresentada ao vivo, no Brasil e no mundo, *Os Trapalhões*.¹⁹² A partir de tal perspectiva, é conveniente constatar que *Os Simpsons*, ao desembarcarem no Brasil, como série animada, apresentada em 1990, pela TV Globo, inseria-se em uma histórica programação humorística da televisão brasileira, fato que contribuiu para os vinte e um anos da apresentação do desenho, completados em 2011.

Humoristas como Mazzaroppi, Tião Macalé (Augusto Temóstocles da Silva Costa), Didi (Renato Aragão), Jô Soares e diversos outros, compõem, devido ao sucesso dos programas televisivos dos quais participavam, parte do imaginário dos brasileiros. Não são poucos os telespectadores que se referem às programações televisivas, destacando a importância dos mesmos em termos de trazer divertimento, levantar problemáticas e fazer rir das atribulações da vida.

¹⁹¹ Frase clássica do personagem Homer Simpson utilizada pelo Jornal do Brasil, no dia 30 de março de 2009, para criticar o governo Lula (2002-2010). Disponível em: <http://www.brasilwiki.com.br/noticia.php?id_noticia=9771>. Acesso em: 14 de maio de 2011.

¹⁹² VERGUEIRO, Waldomiro; D'OLIVEIRA, Gêisa Fernandes. Humor na televisão brasileira: o interessante e inusitado caso do programa *Os Trapalhões*. *Revistausp: o humor na mídia*. São Paulo: USP, 2010-2011. p. 122-132.

Jô Soares, por exemplo, representou o mordomo Gordon da *Família Trapo*, ficção construída a partir do filme *A Noviça Rebelde* (*The Sound of Music*, musical de 1965, baseado na história de uma família alemã, os Von Trapp, daí o nome do programa da Rede Record, no início da Segunda Guerra Mundial e no período da invasão de Hitler a países europeus), que foi sucesso durante a década de 1960, e que trazia uma hilariante sátira sobre uma família de classe média alta.¹⁹³ A lógica do uso das famílias para a produção humorística televisiva, típica das produções americanas, chegava às telas brasileiras e caracterizaria também, *Os Simpsons*.

Neste capítulo optamos por nos ater à análise de *Os Trapalhões*, devido às similitudes existentes, em relação a formato e características, entre *Os Simpsons* e essa série brasileira, para enfatizar que a carnavalização, a inversão da ordem, o apelo à sexualidade e aos preconceitos raciais e de região para região aproximam as duas produções. A importância de tal aproximação, remonta, principalmente, ao fato de que *Os Trapalhões*, após passarem pela TV Excelsior, de São Paulo, em 1966, pela TV Record e pela TV Tupi, em 1977 se transferiram para a TV Globo, onde tiveram programação ininterrupta até 1990. A longevidade, a apresentação dessa série em horário nobre, a predominância do programa na Rede Globo faz com que, principalmente, *Os Trapalhões*, somado às demais programações humorísticas, criam um ambiente propício para o posterior sucesso d*Os Simpsons*, a partir de 1990. A coincidência das datas de finalização do programa *Os Trapalhões*, mesmo com a sequência de Renato Aragão (Didi) em outros programas da Rede Globo, com o início das apresentações d*Os Simpsons*, no Brasil, também, nos chamou a atenção.

Ao analisar “O Quartel Trapalhão”, Waldomiro Vergueiro afirma que a perspectiva de subversão humorística e apelo carnavalesco são tradições inventadas na televisão brasileira, via humor. Nesse viés, a fórmula de desafio e descrédito da autoridade comungava com o contexto de crítica humorística à ordem militar vigente na política brasileira, entre os anos de 1964 a 1985. Destaca, ainda, um ponto importantíssimo para pensarmos *Os Simpsons*, e sua proposição de uma política incorreta.

Nesse sentido, elucida que João Ubaldo Ribeiro (2005) fez críticas ferrenhas ao movimento do politicamente correto, enfatizando que tal movimentação eclodiu nos

¹⁹³VERGUEIRO, Waldomiro; D’OLIVEIRA, Gêisa Fernandes. Humor na televisão brasileira: o interessante e inusitado caso do programa *Os Trapalhões*. *Revistausp: o humor na mídia*. São Paulo: USP, 2010-2011.

anos 1980, a partir das universidades, como um código de conduta apoiado pela Secretaria dos Direitos Humanos, e caracterizado na sociedade como um conjunto de regras e posturas a serem aplicadas nos discursos escritos e orais, em relação ao tratamento de determinados atores e grupos sociais. Como exemplificação de tal política, cita o movimento negro que, por meio do termo politicamente correto afrodescendente, tentou retirar o peso da cor na construção histórica do racismo. Atentando às questões de linguagem, pela via escrita, oral ou imagética, tais premissas foram criticadas pelo humor televisivo e, nOs *Trapalhões*, os personagens, no caso do negro, principalmente Mussum, procuravam burlar a ordem linguística estabelecida. Tal noção é cara para nossa análise dOs *Simpsons*, porque a simpsonização, apresentada no primeiro capítulo, caracteriza-se pela apresentação humorística do “politicamente incorreto”.

Sobre essa tendência, Waldomiro Vergueiro, inspirado em Foucault, afirma que o politicamente incorreto é

(...) um movimento tão diversificado quanto anárquico, cuja única regra era a oposição ao modo contido típico do *politicamente correto*. O caráter imprevisível do humor esbarra na busca pela previsibilidade do movimento, na anulação do risco, na neutralização dos discursos e os derruba a todos de um só golpe.¹⁹⁴

A caracterização do humor politicamente incorreto é uma tendência, também utilizada nOs *Simpsons*, cuja incidência é, propositalmente, frequente na apresentação dos episódios. Assim, tal como *Os Trapalhões* apresentavam, humoristicamente, os preconceitos nacionais e as críticas à ordem estabelecida nos tempos da Ditadura Militar (1964-1985) no Brasil, os produtores dOs *Simpsons* procuram apresentar, de forma politicamente incorreta, as problemáticas da globalização, como o culto às celebridades, a dependência aos meios de comunicação massivos, as rivalidades e “tradições” nacionais e, mesmo, questões relacionadas à personalidades políticas. A esse respeito, Chantal Herskovic destaca que o desenho

(...) é típico do período ‘pós-modernista’ o ataque às instituições, tal como a série *Os Simpsons* faz em relação ao sistema de governo norte-americano, ao sistema de saúde público e privado e às grandes

¹⁹⁴ VERGUEIRO, Waldomiro; D’OLIVEIRA, Gêisa Fernandes. Humor na televisão brasileira: o interessante e inusitado caso do programa *Os Trapalhões*. *Revista USP: o humor na mídia*. São Paulo: USP, 2010-2011. p. 130.

corporações, como as companhias telefônicas e a indústria de energia nuclear, além das artes. Porém, com os rápidos avanços tecnológicos já não há exatamente um otimismo, como ocorria em produções anteriores a série, e sim um olhar crítico a respeito da globalização – consequência desse avanço –, e uma certa frustração em relação à rapidez com que equipamentos eletrônicos e digitais se tornaram obsoletos ou ao alto custo para aquisição dessa tecnologia.¹⁹⁵

Além de obsoletos e de alto custo, tais equipamentos podem ser desastrosos, como satirizados no episódio “No dia das bruxas XII”, quando os Simpsons se mudam para uma “Casa Robô”, título do capítulo. Nela, eles se veem controlados pela casa e a construção tecnológica, o robô, que se apaixona por Marge e tenta matar Homer Simpson. Na luta contra a máquina, a família consegue, ao fim do episódio, vencê-la. A casa tecnológica é uma referência satírica ao computador psicótico e sexualmente agressivo de “Uma Odisséia no Espaço”.¹⁹⁶

As inferências sobre as lutas da família e das problemáticas cotidianas provenientes dos avanços da tecnologia dos meios de comunicação massivos, também, fizeram com que Homer Simpson chegasse a criar um *site* polêmico sobre a vida dos habitantes de Springfield. Nesse viés, é apresentada, pelos autores dos Simpsons, a perspectiva do uso da Internet para suscitar problemáticas que alteram o cotidiano dos cidadãos. A cidade de Springfield serve como mimese do ambiente em que a maioria dos cidadãos globais vive, no que diz respeito ao uso da Internet e à facilidade de criação de *sites*, com frases e imagens que podem trazer transtornos e transformar sociedades. A própria Marge Simpson chegou a sentir-se seduzida por jogos de fantasia com avatares, ilustrando o que ocorre com inúmeras pessoas que se debruçam horas jogando, virtualmente, *games* que procuram criar uma identificação do personagem real com o ficcional, por meio dos recursos da computação. Interessante que nos casos supracitados, Homer, apesar de sua ignorância, ou, talvez, por isso mesmo, é quem consegue lutar contra os avanços dos meios de comunicação, ou se apropriar deles, para utilizá-los de forma provocadora contra os demais personagens de Springfield, enquanto Marge Simpson é apontada, na maioria das vezes, como seduzida e mais fragilizada diante das mudanças da comunicação, veiculadas pelas produções dos Simpsons de 1987 a 2011.

¹⁹⁵ HERSKOVIC, Chantal. Chegando a Springfield: humor e sátira na série Os Simpsons. In: *Revista USP: o humor na mídia*. São Paulo: USP, 2010-2011. p. 110

¹⁹⁶ Disponível em: <http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/No_Dia_das_Bruzas_XII>. Acesso em: 29 de abr. de 2011.

Com a chegada da Internet, os membros da família Simpson, principalmente Bart e Homer, ganham uma condição de atividade maior, pois de personagens passivos e seduzidos pela televisão, mostram-se ativos em relação às possibilidades que a Internet pode lhes proporcionar, principalmente, quando comparados a Marge Simpson. Comentando a respeito do envolvimento d*Os Simpsons* com as novas mídias, Herskovic ressalta que:

além da televisão, as outras formas de mídia estão presentes no programa: o rádio, a estação KBBL, da qual Bart Simpson ganha um elefante em certa ocasião, as animações de Comichão e Coçadinha, que estão presentes na televisão, no cinema e em *merchandise*, os diversos anúncios satíricos espalhados pelos ambientes que os personagens freqüentam e a Internet, em que Homer Simpson uma vez chegou a criar um *site* polêmico sobre a vida de certos habitantes de Springfield e em que Marge ficou viciada em um jogo de fantasia de avatares.¹⁹⁷

O site criado por Homer Simpson tinha o intuito de revelar os problemas e segredos das pessoas de Springfield, ou seja, os produtores de *Os Simpsons* sugerem o uso da Internet para abordar problemáticas sociais vivenciadas cotidianamente. Como característica da Simpsonização, a FOX criou o *site* preferido de Homer, transpondo-o do episódio para o ciberespaço da Internet, outra característica marcante da série. De forma semelhante a um “Mr. X”, Homer, meio que escondendo a sua identidade, se sente à vontade para fazer várias críticas; duas delas nos chamaram a atenção, conforme destacamos a seguir:

¹⁹⁷ HERSKOVIC, Chantal. Chegando a Springfield: humor e sátira na série *Os Simpsons*. In: *Revista USP: o humor na mídia*. São Paulo: USP, 2010-2011. p. 106.



Figura 40: Site “Mr. X” – Homer critica prefeito ficcional Quimby

Fonte: disponível em: <<http://www.mrxswebpage.com/dirtypool.htm>>

Na mensagem acima, Homer Simpson representa um internauta ativo que busca, por meio da Internet, criticar o prefeito Quimby, da cidade fictícia de Springfield, enfatizando que ele é corrupto, não cuida dos problemas urbanos da cidade e utiliza o dinheiro público para se divertir. Outra mensagem que nos chamou a atenção foi a crítica de Homer às rosquinhas vendidas pelo imigrante indiano, representado pelo personagem Apu. Homer afirma que o indiano vende rosquinhas velhas e emborrachadas.

Temos ainda no site “Mr. X” críticas à polícia da cidade, ao sensacionalismo e aos lucros do Sr. Burns. Ou seja, o site Mr. X ilustra a noção dos produtores dos Simpsons sobre a utilização da Internet como instrumento de crítica social, defende a ampliação de sua acessibilidade e sugere que a inspiração que as

críticas simpsonizadas tem nesse contexto serve de ajuda para seus espectadores que são provocados a se tornarem ativos, posto que, até mesmo um Homer Simpson conseguiu provocar transtornos e mostrar as mazelas da sociedade ficcional de Springfield. Porém, a denuncia de Homer Simpson, referente ao caso de Apu, pode ser interpretada como preconceituosa, e com um certo tom de “fofoca”, pois, mediante não comprovação, Homer expõe o personagem publicamente na Internet. Lembramos que, diferentemente do que faz com o prefeito Quimby, a imagem de Apu é apresentada no *site*, tornando a crítica ao personagem estrangeiro é mais agressiva, conforme percebemos a seguir:



Figura 41: Site “Mr. X” Crítica de Homer ao personagem indiano Apu

Fonte: disponível em: <<http://www.mrxswebpage.com/bagels.htm>>

A série satiriza, também, celebridades instantâneas. Bart Simpson chegou a conquistar um emprego na televisão como ajudante do palhaço Krust, depois de roubar um doce para o palhaço. Cabe lembrar que o personagem brasileiro simpsoniano

Ronaldinho, do episódio “O feitiço de Lisa” (2002), também conseguiu dinheiro de forma similar. Após a conquista de Bart, em um show de piadas, ele derruba todo o cenário e diz: “*Eu não fiz isso!*”. Como todos os personagens telespectadores da cidade de Springfield tinham assistido ao erro ao vivo, a frase de Bart tornou-se famosa e lugar comum entre os garotos da cidade ficcional simpsoniana.¹⁹⁸ Nota-se, com isso, como os produtores d*Os Simpsons*, além de satirizar o papel da mídia, ao mesmo tempo, adotando o estilo politicamente incorreto, faz com que personagens com desvios morais se projetem a partir da televisão. Assim, longe de ser retilínea, a ironia simpsoniana pode ser vista como um campo que comporta variadas possibilidades. Se, por um lado, ao adotar a televisão como veículo preferido das personagens, o desenho pode reforçar uma cultura predominante sobre a relevância desse meio de comunicação e, por outro, as críticas e ridicularizações contidas nas séries podem voltar-se contra os próprios mecanismos de sedução que têm funcionado como receita de sucesso para o desenho. Mais do que isso, como não há mecanismos que assegurem fidelidade ou sintonia fina entre produtor e receptor, tal postura pode suscitar no telespectador um caráter maior de criticidade que, somando-se à facilitação do acesso aos meios de comunicação massivos, sobretudo a Internet, podem servir de instrumento linguístico para crítica e para a participação política, ameaçando determinadas ordens estabelecidas. Para tanto, é prudente lembrar que em todas as temporadas do desenho existe uma menção à bruxaria que, no mundo medieval, atuava à deriva da ordem instituída e era entendida como ameaça. Portanto, mesmo sem perder de vista que *Os Simpsons* é um entretenimento lucrativo, gerador de capital para grandes empresários, é necessário reconhecer, também, esse paradoxo que possibilita torná-lo instrumento potencial de críticas ou de mudanças, especialmente quando apropriado de forma livre ou autônoma, seja pela via da Internet, seja por outras formas de manifestação social. Dito de outra forma, as mensagens conteudísticas do desenho, ressignificadas pelos telespectadores, ganham dimensões dificilmente imaginadas por seus idealizadores ou responsáveis, a partir da narrativa que eles produziram.

A exemplo do que ocorre na ficção simpsoniana, a influência das programações televisivas junto à opinião pública brasileira, e vice-versa, têm sido reconhecidas por diferentes agentes sociais, ganhando a atenção de variadas áreas do

¹⁹⁸ HERSKOVIC, Chantal. Chegando a Springfield: humor e sátira na série *Os Simpsons*. In: *Revistausp: o humor na mídia*. São Paulo: USP, 2010-2011. p. 107.

conhecimento. Com a retomada das eleições diretas no país, a partir de finais da década de 1980, ganhou destaque a importância da televisão para o sucesso eleitoral daqueles que disputaram os pleitos em diferentes lugares do país. Coincidentemente, entre os anos de 1989 a 2011, as vinte e uma temporadas da série *Os Simpsons* passaram a compor o cotidiano de muitos brasileiros. Com a progressiva popularização da televisão e, nos últimos anos, da Internet, a relação entre o desenho e seu público ficou mais intensa. Por uma ironia nada ficcional, no decorrer desses anos, as práticas amareladas politicamente incorretas ganharam relevo na política nacional, com destaque para os escândalos de corrupção, material fértil para as insinuações dos autores de *Os Simpsons*, as quais incomodaram políticos, como Fernando Henrique Cardoso, em 2002. Aliás, foi o próprio ex-presidente do Brasil quem afirmou que “*a Globo era uma das instituições de poder no Brasil e sempre houve certo sentido nisso, porque o poder da televisão é muito grande.*”¹⁹⁹

Em relação à influência da Rede Globo de Televisão na política brasileira, Venício A. de Lima argumenta que a emissora outorgada em 1958, no governo de Juscelino Kubstichek, e inaugurada em 1965, em tempos de ditadura militar (1964-85), projetou-se, aproveitando-se de concessões políticas, investimentos privados e associação com a empresa americana *Time Life*, passando a exercer uma grande influência em vários momentos da política brasileira nas últimas décadas. Sobre episódios políticos que marcam a influência da emissora, o autor enfatiza:

Uma relação preliminar poderia incluir desde o papel de legitimadora do regime militar, passando pela tentativa de interferência nas eleições para governador do Rio de Janeiro, em 1982; pela autocensura interna na cobertura da primeira greve de petroleiros, setor considerado de segurança nacional, 1983; pelo boicote à campanha para realização de eleições diretas, em 1984; pela campanha de difamação contra o ex-ministro da Justiça Ibrahim Abi-Ackel, em 1985; pela ação coordenada na Constituinte de 1987-1988; pela interferência direta na escolha do ministro da Fazenda do presidente José Sarney, em 1988; pelo apoio a Fernando Collor de Mello expresso, sobretudo na reedição do último debate entre os candidatos no segundo turno das eleições presidenciais de 1989 e, depois, pelo apoio tardio ao movimento do *impeachment*, em 1992; pela campanha de difamação do então ministro da Saúde, Alcení Guerra, em 1991-1992; pelo apoio

¹⁹⁹ Citado por Venício A. de Lima. Globo e política: “Tudo a ver”. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005. p. 103.

à eleição e à reeleição de Fernando Henrique Cardoso nas eleições presidenciais de 1994 e 1998, entre vários outros.²⁰⁰

Como fica perceptível, inúmeros episódios marcam a relação da Rede Globo com a política em períodos em que a emissora avançava em seus investimentos de modernização para construir o “império dos Marinho” e sua hegemonia nos meios de comunicação massivos.

A partir desse ponto, é importante para nossa investigação destacar o caso da interferência dessa emissora nas eleições para governador do Rio de Janeiro em 1982, denominado caso Proconsult, que era a empresa encarregada de processar a contagem de votos da referida eleição, cujo principal programador era um oficial da reserva do Exército, instituição política que tinha vínculo direto com a Rede Globo. Para esclarecimento, ressaltamos que “*a Proconsult havia desenvolvido um programa capaz de subtrair votos de Brizola e adicionar votos para Moreira Franco.*”²⁰¹ A Rede Globo, apoiadora de Moreira Franco, ao divulgar os resultados da apuração oficial, emprestaria credibilidade à fraude. Porém, os organizadores da fraude não contavam com os boletins emitidos pelo Tribunal Regional Eleitoral que utilizou o serviço e a organização do Jornal do Brasil, juntamente com suas duas prestigiadas emissoras de rádio AM e FM. Os resultados foram apresentados de forma extremamente diversa e, já alertado sobre a fraude, Leonel Brizola, também, desenvolveu uma contagem própria. Assim, Brizola denunciou a trama para vários outros órgãos de imprensa, impedindo a fraude e vencendo as eleições. Para tentar se desvencilhar da problemática, tempos depois, no livro *Jornal Nacional*, publicado pelo projeto Memória Globo, a responsabilidade do caso foi atribuída a problemas metodológicos do sistema de apuração do Jornal *O Globo*.

Chama-nos atenção também, o uso de outros recursos midiáticos, como o rádio, o Jornal do Brasil e o computador pessoal do próprio candidato os quais, associados, conseguiram combater e evitar a fraude, legitimando a vitória de Brizola. Esse episódio é significativo para ilustrar as posturas adotadas pela Rede Globo de Televisão (detentora dos direitos de apresentação dos *Simpsons* no Brasil, na maior parte do tempo em que o desenho esteve no ar), sobretudo, no que diz respeito ao uso

²⁰⁰ LIMA, Venício A. de. Globo e política: “Tudo a ver”. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005. p. 104.

²⁰¹ Idem. p. 105.

das tecnologias midiáticas para as disputas políticas, para além da visível propaganda eleitoral.

Convém ainda elucidar que o livro do Jornal Nacional, produzido pelo projeto Memória Globo, claramente procurou cumprir a tarefa de minimizar a problemática, estratégia utilizada muitas vezes, pelo próprio Jornal Nacional, cujos responsáveis têm-se omitido ou desconsiderado informações importantes da realidade nacional ou internacional²⁰². O autor Venício A. de Lima, citando Albérico de Souza Cruz, enfatiza que:

Tenho todos os motivos para acreditar que muitos profissionais da TV Globo com quem tive a honra de trabalhar (...) não tinham conhecimento da operação para coonestar a fraude. Porém, acima deles, ‘algumas pessoas’ (sic) das Organizações Globo se dispuseram a ter um papel mais importante para tirar a vitória de Brizola do que teve a Rede Fox de televisão para eleger George Bush presidente dos Estados Unidos em 2000.²⁰³

Ou seja, essa semelhança entre as redes Fox e Globo, esta, não por acaso detentora dos direitos de produção dos *Simpsons* e de veiculação do desenho no Brasil, seria mera coincidência?

Por tudo isso, aspectos anteriormente destacados, como a tradição de programações humorísticas no país, o poderio político da Rede Globo e do Jornal Nacional, as incongruências e os diferentes usos dos meios de comunicação massivos, inclusive, desafiando multinacionais e seus representantes, parecem compor pontos importantes para refletirmos sobre a relação dos *Simpsons* com a política brasileira. Para tanto, destacaremos, na sequência, algumas representações simpsonizadas sobre personalidades nacionais, com destaque para os ex-presidentes do Brasil Fernando Henrique Cardoso (1994-2002) e Luiz Inácio Lula da Silva (2002-2010) e os midiáticos “globais” Galvão Bueno e Willian Bonner.

²⁰² Exemplifica isso a atuação da Rede Globo na campanha das Diretas Já, tema abordado no livro: LIMA, Venício A. de. Globo e política: “Tudo a ver”. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005.

²⁰³ LIMA, Venício A. de. Globo e política: “Tudo a ver”. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005. p. 109.

3.1. Pensar o Brasil a partir de *Os Simpsons*

As (re)significações ocorridas após a apresentação no Brasil do episódio d*Os Simpsons* “O Feitiço de Lisa” e a veiculação de suas imagens e reportagens na Internet, tornaram-se referências fundamentais para a reflexão sobre as características simpsonianas, aqui “simpsonização”, conforme denominamos no primeiro capítulo. Abordar acerca das representações de Brasil, relativas aos governos de Fernando Henrique e Lula, é importante para relacionarmos os diálogos politicamente incorretos d*Os Simpsons* à sua recepção pelos telespectadores ou internautas, com ênfase em reflexões sobre o Brasil e os brasileiros nos últimos 21 anos.

Por seu lado, as referências às personagens midiáticas Galvão Bueno e Willian Bonner possibilitam discutir sobre a importância da Rede Globo de Televisão e os seus significados entre as mídias brasileiras nas últimas décadas, principalmente, a partir das projeções das imagens simpsonizadas.

Sob esse aspecto, cabe esclarecer que, para alguém motivar-se a “transformar-se”, ou criar uma imagem associando-a a um Simpson, é necessário, primeiramente, que o desenho tenha chamado sua atenção. Para isso, uma das principais maneiras de propagação dessas imagens simpsonianas é, sem dúvida, os investimentos do empresário Murdoch, conforme discutido anteriormente. Além das inferências ao passado americano, sobretudo o vinculado a guerras, nos anos de 1960, a personalidades políticas e celebridades, os produtores d*Os Simpsons* procuraram ironizar autoridades, celebridades, problemas e mitos de outros países procurando, por meio de tais ironias conseguir popularidade, mantendo o padrão da série. O distanciamento entre o desenho e a (re)produção, ou (re)significação, de imagens simpsonizadas de Brasil e dos brasileiros que procuraremos analisar nesta parte do trabalho. Entendendo tal estratégia como um recurso de divulgação e manutenção da série em escala global, durante mais de duas décadas, destacamos, a seguir, alguns desdobramentos da veiculação da série com repercussão inclusive em outros países, nos quais as ironias simpsonianas provocaram diversificadas reações. Para isso, partimos do suposto de que a simpsonização não deve ser traduzida como mero recurso de dominação, posto que, em contrapartida pode, também, servir como recurso linguístico-imagético para telespectadores e internautas externarem suas insatisfações.

3.1.1 “Cala a boca Galvão”



Figura 42: “Cala a boca Galvão”

Fonte: disponível em: <<http://fernandabarbosa.files.wordpress.com/2010/06/cala-boca-galvao.jpg?w=570&h=427>>

“Cala a boca Galvão”²⁰⁴, depois de ser veiculado no *New York Times* e no jornal *El País*, o episódio que envolvia críticas ao narrador esportivo da Rede Globo de Televisão, Galvão Bueno, foi “simpsonizado”. Como a campanha se propagou pelo “*Twitter*”, foi naturalmente veiculada na Internet. Conforme divulgado pelo jornal diário de São Paulo, Matt Groening poderia inserir Galvão Bueno em um dos próximos episódios dos *Simpsons*, notícia não confirmada pela FOX TV²⁰⁵. Antecipando-se a essa possibilidade, a imagem acima, produzida por internautas²⁰⁶ apresenta a sensação

²⁰⁴ Segundo a Revista Veja, principalmente no dia 15 de junho de 2010, mais de 9 milhões de brasileiros cadastrados no Twitter já demonstraram, nesta quinta-feira, insatisfações contra Galvão Bueno. Durante a abertura da Copa do Mundo, na África do Sul, o narrador da Rede Globo foi alvo de críticas na rede de mensagens de até 140 caracteres. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/vida-em-rede/twitter/cala-boca-galvao-topico-mais-discutido-no-twitter/>>. Acesso em: 20 de dez. de 2010.

²⁰⁵ Disponível em: <<http://diversao.terra.com.br/tv/noticias/0,,OI4513597-EI12993,00-Galvao+Bueno+sera+mencionado+em+nov+episodio+de+Simpsons.html>>. Acesso em: 08 mar. 2011.

²⁰⁶ Disponível em: <http://www.google.com.br/imgres?imgurl=http://1.bp.blogspot.com/_K85Ifm8hXcw/TCGSsiW7oRI/A

da Internet, com Bart Simpson escrevendo no famoso quadro negro: “não vou mais *twitar* “Cala a boca Galvão”. O olhar de indignação do “pestinha” Bart, característico das introduções simpsonianas, pode estar vinculado a uma das versões das ressignificações da frase que se transformou em uma campanha de proteção para uma ave apelidada de “Galvão”, ou mesmo, poderia sugerir que Bart é um simpatizante do locutor Galvão Bueno. Independente das intenções ou possíveis posicionamentos de Bart Simpson, o fato é que esse “rápido” fenômeno da Internet representava uma crítica à Rede Globo de Televisão e não apenas aos comentários desnecessários do seu principal locutor esportivo em suas transmissões, ou a uma campanha para proteção de uma ave. A Rede Globo, incomodada com as críticas e com a possibilidade de seu principal locutor compor episódios simpsonianos, declarou, no dia 15 de junho de 2010, no programa “Central da Copa”, que a campanha não tinha vínculo algum com Galvão Bueno mas sim com um pássaro em extinção. Tentando tornar risível a reportagem, o apresentador Tiago Leifert, procurou esclarecer que “Cala” seria traduzido como “Salve” e galvão seria o nome de uma ave brasileira típica, cujas plumas são vendidas no carnaval. A mensagem serviria para que o cientista brasileiro ajudasse na preservação da ave. O repórter global conduziu e narrou a reportagem, esclarecendo que alguns estrangeiros haviam criado um golpe para motivar demais pessoas a escrever a frase pela Internet. Colocou os internautas como vítimas de uma fraude que em nada vinculava a imagem do conhecido locutor da Rede Globo. Interessante é que, no mesmo programa, ele chamou Galvão Bueno, “ao vivo”, e ele disse que também ajudaria na campanha. Porém, quando pediu aos participantes do programa para que dissessem “Cala a boca Galvão”, muitos hesitaram por alguns instantes, antes de pronunciarem a frase.²⁰⁷

AAAAAAAFXU/7Jxvn3ndrtk/s1600/cala-boca-galvao-simpsons.jpg&imgrefurl=http://aragondavid.blogspot.com/2010/06/calabocagalvao-nos-simpsons-mais-uma.html&usq=__XQpoJwg_4H4HUdbyb4lVCdDa7Pk=&h=400&w=598&sz=63&hl=pt-br&start=9&zoom=1&um=1&itbs=1&tbnid=VKzIvpz4qXKkomM:&tbnh=90&tbnw=135&prev=/images%3Fq%3Dcala%2Ba%2Bboca%2Bgalvao%2Bos%2Bsimpsons%26um%3D1%26hl%3Dpt-br%26rls%3Dcom.microsoft:*:IE-SearchBox%26rlz%3D1I7GPCK_pt-brBR331%26tbs%3Disch:1&ei=-m13TYfqloOEtgfmqmiBg>. Acesso em: 10 mar. 2011.

²⁰⁷ Ver vídeo do programa Central da Copa, apresentado no dia 15 de junho de 2010 em: <http://www.youtube.com/watch?v=enGB_rXzves>. Acesso em 09 de mar. de 2011.

A partir do episódio “Cala a boca Galvão”, inúmeros internautas buscaram fazer a campanha “um dia sem Rede Globo”²⁰⁸, cujo slogan é possível observar na imagem a seguir.



Figura 43: Um dia sem globo

Fonte: disponível em: <<http://quecorralavoz.com/wp-content/uploads/2010/06/21diasemglobo.jpg>>

Conforme revela a imagem, o “Twitter” foi utilizado para demonstrar a insatisfação de mais de 9 milhões de brasileiros pela hegemonia da Rede Globo, movimento que se propagou a partir de críticas a Galvão Bueno²⁰⁹ e a Tadeu Schmidt²¹⁰. Como a campanha internacionalizou-se rapidamente, a situação foi “simpsonizada”. Depreendem-se, a partir de então, duas questões: 1) o *Twitter* e a

²⁰⁸ A imagem pode ser encontrada em: <<http://portalexame.abril.com.br/tecnologia/noticias/internautas-lancam-campanha-dia-globo-twitter-572462.html>>. Acesso em 08 de jul. de 2010.

²⁰⁹ Carlos Eduardo dos Santos Galvão Bueno, mais conhecido como Galvão Bueno (Rio de Janeiro, 21 de julho de 1950), é um narrador, radialista e apresentador esportivo brasileiro. Atualmente, Galvão trabalha para a Rede Globo. Ele é muito conhecido por narrar para brasileiros momentos relevantes do esporte nacional, como o tetracampeonato e o pentacampeonato mundial da Seleção Brasileira de Futebol, os títulos mundiais de Fórmula 1 e o acidente fatal do piloto brasileiro Ayrton Senna, além de vários Jogos Olímpicos da era moderna. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Galv%C3%A3o_Bueno>. Acesso em: 09 de março de 2011.

²¹⁰ Emanuel Tadeu Bezerra Schmidt, apresentador que trabalha na Rede Globo de Televisão, desde 1997, em 2010 e 2011 trabalha como apresentador do Fantástico. Após um desentendimento entre Dunga, técnico da seleção brasileira de futebol e Alexandre Scobar, colega de trabalho de Tadeu Schmidt, ele teve críticas ao técnico da seleção. Os internautas criaram o “Cala a boca Schmidt”, que superou seu predecessor nos acessos ao Twitter, porém não foi possível associar tal crítica a nenhuma ave brasileira. Porém, em tom de simpsonização alguns usuários disseram que a campanha era para salvar algum tipo de macaco. Ficou evidente o desgaste da Rede Globo de televisão na Copa do Mundo de Futebol em 2010. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Tadeu_Schmidt> . Acesso em: 09 de março de 2011.

própria noção de apresentar críticas na Internet a partir de personagens e do humor simpsoniano demonstram que esse tipo de recepção ativa tem ligações com os mecanismos de comunicação que rapidamente se popularizam no século XXI, ou seja, a Internet e seus locais de relacionamentos como o *Twitter*, Orkut, os blogs e outras.

Sob essa perspectiva, o humor amarelado dos *Simpsons* é comumente utilizado para “aquecer” debates que referem-se a personalidades, empresas ou episódios sobre o Brasil ou que tenham caráter internacional; 2) em tempos de avanços tecnológicos dos meios de comunicação, formação de oligopólios nas indústrias culturais globais e culto a personalidades do mundo midiático, o aumento do número de possibilidades de manifestações e críticas contra tais hegemonias que marcam a sociedade contemporânea proliferam por meio de novos *softwares* e instrumentos comunicacionais virtuais de longo alcance, com a mesma intensidade. Nas duas últimas décadas, a série *Os Simpsons* proliferou-se lucrativamente pelo mundo.

As representações que caracterizam os personagens simpsonianos presentes no cotidiano de milhares de pessoas, podem servir de instrumentos crítico-comunicativos. Estes mesmos instrumentos podem ser utilizados para criticar famílias que, assim como a família Simpson, vivem em função da televisão. A simpsonização, portanto, serve como um instrumento de comunicação, cuja criticidade amarelada já é facilmente interpretada em nível nacional e internacional. Apenas um desenho produzido há mais de 20 anos e abordando temáticas atuais pode desafiar as antigas noções de família, inspirando internautas a utilizarem a linguagem simpsonizada para desafiar a hegemonia da Rede Globo de Televisão, protesto veiculado na manifestação denominada “Cala a boca Galvão”.

A chegada da família Simpson ao Brasil, no episódio “O feitiço de Lisa” está relacionada ao futebol. A começar pela chegada da família ao hotel, no Rio de Janeiro, quando Homer se entusiasma com os brasileiros que faziam “uma tabelinha futebolística” com suas bagagens e resolve, também, chutar sua própria mala. Desastrado, como sempre, deixa a mala cair no chão e dela surge um livro com o seguinte título:

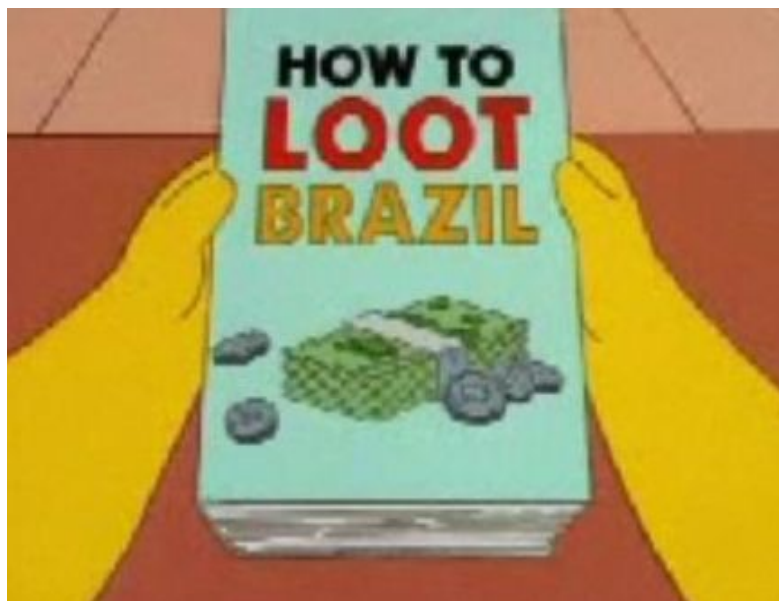


Figura 44: Quem quer ser um brilionário?

Fonte: Episódio “O feitiço de Lisa” (2002)

O ideal imperialista americano de buscar estratégias para ganhar dinheiro com o Brasil é expresso na imagem acima, inúmeras vezes, no mesmo episódio. Cabe lembrar que Lisa Simpson, ainda nessa viagem, ao procurar dicas de passeio no Brasil, já lia o livro intitulado “*Quem quer ser um brilionário?*” e, o próprio Pelé, como já analisado em figura anterior é tido como inspiração para o “sucesso” de um mercenário.

À procura de “Ronaldinho”, Homer e Bart Simpson visitam a praia de Copacabana no Rio de Janeiro e são abordados por um salva-vidas homossexual que os identifica como americanos. Enquanto Homer indaga sobre como ele descobriu, a nacionalidade dos dois, sua imagem é ampliada para frisar a mensagem de sua camisa, conforme mostra imagem a seguir.



Figura 45: Tente nos parar

Fonte: Episódio “O feitiço de Lisa” (2002)

A mensagem desafiadora diz: “*tente nos parar*” e a imagem agressiva do “Tio Sam”, mordendo o planeta, é uma das prerrogativas simpsonianas que, geralmente, procuram perturbar a visita da família aos diversos países do mundo. A imagem do Brasil como um lugar em que os estrangeiros, e mesmo os brasileiros, como no caso de Ronaldinho, podem ganhar dinheiro com facilidade, contradizem o pressuposto de desafio aos interesses americanos de dominação econômica do mundo e do Brasil, sugerido pelos Simpsons. A apresentação do Brasil expressa no desenho, provocaram a censura do episódio em 2002.

É conveniente ressaltar que a empresa de Turismo Riotur havia investido uma verba grande na apresentação da boa imagem do Rio de Janeiro. O desenho com suas brincadeiras, sem dúvida, causou transtornos e prejuízos para a empresa e outros, entre eles Fernando Henrique, já citado como um dos que se sentiram incomodados pela abordagem do desenho.

A respeito da reação da Riotur, Diogo Mainardi, no dia 17 de abril de 2002, comentou que

o secretário de Turismo Guinle partiu para a briga, pedindo uma indenização aos produtores do programa, sob a alegação de que a Riotur investiu 18 milhões de dólares para divulgar a cidade no exterior. O fato é que não há nada pior para a imagem do Rio de Janeiro do que ter governantes incapazes de perceber o ridículo de processar um desenho animado. Jornais do mundo todo debocharam

da ira do secretário de Turismo Guinle. É ele quem deveria pagar uma indenização à cidade.²¹¹

Posicionando-se contrariamente à postura adotada pela Riotur, o colunista enfatiza que tal atitude apresentou, para os principais meios de comunicação do mundo, a imagem de um Brasil marcado por governantes incapazes, numa crítica severa às atitudes de FHC e da Riotur por censurarem e impetrarem um processo contra o desenho. O posicionamento de Mainardi, que escreve para uma das revistas de maior circulação do Brasil, além de divulgar seus textos nos meios eletrônicos, expõe ainda mais a imagem dos governantes do Rio de Janeiro e do próprio Fernando Henrique Cardoso, cuja discutível popularidade em 2002 ameaçava a hegemonia de seu partido na sucessão presidencial²¹². Sobre as imagens de Brasil expostas em *Os Simpsons*, Mainardi nos lembra que

O Brasil já tinha sido citado em *Os Simpsons*. Num velho episódio, revelou-se que o reator nuclear da cidade de Springfield, onde vivem os personagens, era manejado por jogadores de futebol brasileiros que haviam sobrevivido a um acidente aéreo. Em outro episódio, noticiou-se que o Brasil foi destruído pelo buraco de ozônio. Em outro, a insinuante apresentadora brasileira Xoxchitla se exibiu no programa infantil predileto dos pequenos Simpsons. As maiores celebridades do planeta já emprestaram sua voz aos personagens do desenho animado. O próprio Pelé interpretou um narrador com soluços, num episódio que também contou com a participação de Anthony Hopkins e Meryl Streep. Se essas celebridades aceitam ser parodiadas pelo programa, é sinal de que isso não prejudica sua imagem pública. Pelo contrário: é vantajoso ser alvo da sátira de *Os Simpsons*. Aliás, mais do que vantajoso: é uma honra.²¹³

Apesar de discordarmos do “culto” exacerbado ao desenho e à cultura das celebridades, tendemos a concordar que, em termos de divulgação, a imagem do Rio de Janeiro teria sido posta em evidência pelo desenho. Também concordamos que a tentativa de censura ou o pedido de indenização seja uma atitude exagerada. Entretanto, mesmo sendo um desenho, a série *Os Simpsons* não possui a mesma característica do desenho “Zé Colmeia” citado pelo próprio Mainardi em outro trecho de seu texto, ou

²¹¹ Mainardi, Diogo. Viva o Rio dos Simpsons. *Revista Veja*. São Paulo, 17 de abril de 2002. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/170402/mainardi.html>>. Acesso em: 09 de julho de 2010.

²¹² Observar pesquisa da *Veja* sobre a popularidade de Fernando Henrique Cardoso em 2002. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/040401/p_040.html>. Acesso em: 12 de março de 2011.

²¹³ Idem. 2002.

em demais desenhos com menor apelo provocativo. Mas, realmente, processar o desenho projetou uma imagem mais marcante dos governantes e da empresa de turismo do Rio de Janeiro, talvez, devido aos problemas que circundaram seus mandatos, visto que a veiculação do debate simpsonizado gera uma repercussão internacional de grandes proporções, causando certo “efeito zoom”, e atraindo mais atenção para os problemas. Na citação acima, foram feitas menções ao futebol e aos programas infantis apresentados por Xuxa, os quais são abordados, também, em “O feitiço de Lisa”.

As interferências feitas pelas tentativas de “censura” incentivadas pelo presidente Fernando Henrique, as estratégias de Matt Groening, criador dOs *Simpsons* e as reações dos sujeitos históricos a essas criações parecem fortalecer a ideia de Umberto Eco de que “*hoje um país pertence a quem controla os meios de comunicação*”.²¹⁴ Isto é, as mídias, sobretudo a televisão, exercem um papel central nas relações políticas e sociais contemporâneas. O autor considera a mídia, não como transmissora de ideologias mas, como a própria ideologia. Porém, destaca que os destinatários podem utilizar as mensagens de diferentes formas “ameaçando o autoritarismo midiático”. Vivemos, assim, uma “guerrilha semiológica”.

Marshall McLuhan, discorrendo sobre “O homem e seus meios de comunicação”, publicado em 1979, já alertava que a guerrilha semiológica enfocada por Umberto Eco povoava o cotidiano dos homens na guerra-fria. A esse respeito, McLuhan destacava a existência do “Quarto Mundo”, caracterizado pelo mundo eletrônico que rondava os demais mundos capitalistas, socialistas e o dos países subdesenvolvidos. A esse respeito explicou:

O Quarto Mundo é o mundo eletrônico que ronda o Primeiro, o Segundo e o Terceiro Mundo. O Primeiro Mundo é o mundo industrial do século XIX. O Segundo Mundo é o socialismo russo. O Terceiro Mundo são os países restantes, onde as instituições industriais ainda não se firmaram. E o Quarto Mundo é aquele que cerca a todos eles. É o nosso mundo. É o mundo eletrônico, o mundo do computador, o mundo da comunicação instantânea. Ele pode chegar a África antes do Primeiro ou do Segundo Mundo.

A partir dessa premissa, o autor foi considerado por alguns estudiosos como “o profeta da globalização e da cultura da convergência”. Apesar do exagero do termo

²¹⁴ ECO, Umberto. *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. p. 165.

profeta, é conveniente ressaltar a importância da obra de Marshall McLuhan para refletirmos sobre as mídias e sua capacidade de ampliação da informação. Isso, porque o autor elucida uma noção cara a nossos estudos, a simultaneidade, que desafia as noções de tempo e espaço no século XX e XXI e que, por vezes, não constitui uma das principais atenções dos historiadores. Enfatiza ainda que, “a tecnologia do homem é o que o torna mais humano.” Assim, instrumentos de *hardware* e acessórios de todos os tipos – óculos, microfones, papel, sapatos – são formas de divulgação de imagens simpsonizadas, propagadas, inicialmente, a partir da tecnologia da televisão. Com uma capacidade de propagação impressionante, a simbologia simpsoniana compõe a realidade de inúmeras pessoas no mundo fazendo parte de várias relações absolutamente humanas. Dizer que alguém é parecido com o Homer Simpson, enviar uma mensagem com a imagem de Bart Simpson, ou mesmo presentear alguém com um acessório de *Os Simpsons* pode ter diversos significados.

A noção de simultaneidade e a visão dos recursos técnicos midiáticos como mecanismos que potencializam a exteriorização e a expressão aproximam a tecnologia do homem e justificam nossas análises, e o conceito de convergência estudado por pensadores do século XXI que respeitaram as premissas de McLuhan.

Henry Jenkins, preocupado com a relação entre os avanços técnicos e o homem. Ele considerou que vivemos na cultura da convergência, “*onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis.*”²¹⁵ Tal conceito é fundamental para o estudo de *Os Simpsons*, pois, os conteúdos no desenho perpassam inúmeros mercados midiáticos e o consumidor, cortejado por seus suportes de mídia, pode ressignificar as mensagens e construir ideias caracterizadas pela simpsonização que tem a capacidade de atingir o mundo inteiro. Para exemplificar o uso do conceito de convergência, Jenkins esclarece que, em outubro de 2001, Dino Ignácio, estudante secundarista filipino-americano, criou no Photoshop uma colagem do personagem Beto, da série animada *Vila Sésamo* (1970), interagindo com o líder terrorista Osama Bin Laden, compondo uma série de imagens intitulada “Beto é do Mal”, postada na página da Internet. Atento à apropriação da imagem característica da cultura da convergência, o autor enfatiza que, logo após o episódio do 11 de setembro, um editor de Bangladesh procurou na Internet imagens de Bin Laden

²¹⁵ JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008. p.27.

para imprimir cartazes, camisetas e pôsteres antiamericanos. Após a propagação da imagem, repórteres da CNN registraram manifestações de multidões com cartazes antiamericanos com a imagem de Beto e Bin Laden. Os criadores do programa *Vila de Sésamo*, representantes do Children's Television Workshop, descobriram a imagem na CNN e tentaram entrar na justiça. Enquanto isto, fãs se divertiam com a situação e produziam imagens de novos personagens do programa de entretenimento infantil, associando-os a terroristas. Ou seja, os usos das imagens tomaram uma dimensão incomensurável e impensada por seu produtor, configurando-se, assim, aquilo que tem sido qualificado como cultura participativa. Nesse sentido, tanto no Oriente, quanto no ocidente, a apropriação pode ser feita por consumidores populares, fugindo aos controles originários, seja por parte de uma personalidade fundamentalista, seja dos produtores de um desenho animado. Assim é possível afirmar que:

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a idéia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa transformação cultural, a medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos.²¹⁶

Em *Os Simpsons*, devido ao tom provocativo, é suscitada a convergência, nos termos defendidos por Jenkins, isto é, há uma ativação do cérebro dos consumidores que podem, por meio de tal recurso, criar reações particulares e interações sociais que contribuam para mudanças sociais e demais reflexões sobre as problemáticas expressas nas imagens (re)criadas.

Assim, as diferentes temáticas abordadas no episódio o “Feitiço de Lisa” divulgado nas mídias em 2002, e as críticas ali feitas sobre programações infantis, sexualidade, personalidades políticas, midiáticas e futebolísticas contribuíram para que muitos telespectadores (re)pensassem o Brasil e os brasileiros. Ou seja, devido à convergência e ao acesso aos aparatos tecnológicos, o receptor brasileiro do desenho

²¹⁶ JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008. p. 27-28

tem a oportunidade de se apropriar da linguagem simpsoniana, refletir sobre o país e as condições vivenciadas pela sua população.

Portanto, estamos diante do que Pierre Lévy denominou inteligência coletiva que, pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. A esse respeito, Henry Jenkins enfatiza que “*nesse momento, estamos usando esse poder coletivo apenas para fins recreativos, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades para fins mais sérios*”.²¹⁷ Nessa linha, a linguagem simpsoniana, por meio do humor, mesclando riso e seriedade há vinte e um anos, difunde imagens que compõem a realidade nesses tempos de globalização. Dessa forma, o recurso simbólico, denominado simpsonização, com sua visibilidade internacional, além de suscitar a discussão sobre variadas questões, tem influenciado comportamentos e atitudes de políticos, personalidades midiáticas e de diversos empresários no Brasil.

Em suas argumentações, Pierre Levy²¹⁸ enfatiza, também, a existência de um mundo possível que, principalmente a partir dos anos de 1990 com o advento da Internet, é marcado por um público efetivamente democrático. Este mundo da cibercultura, tem como principal riqueza a informação e o conhecimento que funcionariam como sua “moeda corrente”. Esse mundo dispensa as mediações tradicionais e se constrói na multiplicidade de vozes que pulsam na rede social. A acessibilidade do público abriria linhas de fuga do atual espaço público midiático, contribuindo para que a inteligência coletiva se valorize na potência humana de pensar, existir e agir. O coletivo se constituiria por uma conectividade mutante, des-hierarquizada e transversalizada, aberta e produtora de suas singularidades. Assim, a Internet, antes de ser mais uma mídia, teria como marca sua potência de agenciamento de inteligência e de um imaginário coletivo que se auto-engendraria de forma diversa.²¹⁹ É esta característica que marca a Internet como um meio de comunicação massivo diferente dos demais – televisão, rádio, cinema e outros – característica que, aqui, aplica-se aos Simpsons, na medida em que o desenho também é gerador de potência. Obviamente, essa potência seria gerada a partir da capacidade e individualidade do receptor ativo, porém, o desenho por meio de suas ironias, sátiras e sugestões intertextuais (e interdiscursivas), provoca reflexões sobre política, sexualidade, família e

²¹⁷ JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008. p. 28.

²¹⁸ LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva – por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 1998.

²¹⁹ RODRIGUES, Valter A. Poder e (im)potência da mídia: a alegria dos homens tristes. In: *Comunicação na polis: ensaios sobre mídia e política*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

problemáticas diversas que repercutem no ciberespaço construído, principalmente pelo manancial instrumental conferido à Internet. Assim, o mundo possível proposto por Levy passa a ser real, daí, a importância das análises desse desenho de maior divulgação das mídias nas últimas duas décadas. Porém, é necessário lembrar que:

A esse desenho de um mundo possível, contrapõe-se o atual, de luta pelo monopólio da informação e também pelo monopólio da cibercultura pelas grandes corporações de comunicação, uma luta na qual a rizomática Internet encontra-se sempre ameaçada de ser saturada pelos mesmos produtos e discursos que hoje são veiculados pelas grandes mídias tradicionais.²²⁰

Discorrendo a importância e influência do entretenimento midiático/audiovisual produzido pelos americanos, e sua capacidade de pluralização de espaços midiáticos, Eco analisa a Disneylândia, “*alegoria da sociedade de consumo, lugar de inconicismo absoluto e passividade total*”, em tom crítico-sarcástico, buscando destacar a importância da atividade dos sujeitos históricos. Ele afirma, por exemplo, que o ato de deixar os carros naqueles enormes estacionamento e ingressar em “trenzinhos apropriados” pode ser interpretado como a retirada da iniciativa própria do sujeito. Seria isso mesmo, ou a cultura americana é voltada para o conforto dos indivíduos?

Mesmo que saibamos que, adentrar a Internet possa significar estar numa “Disneylândia virtual”, as opiniões dos internautas sobre o desenho simpsoniano que “zomba” do Brasil, demonstra a potência da sua recepção.

Ao entrarmos no site de relacionamentos do Orkut, no dia 30 de julho de 2008, indagamos um sujeito, que se identificava como “Homer Simpson”, sobre o que ele havia achado das imagens do Brasil representadas pelos produtores dos *Simpsons*, no episódio “O feitiço de Lisa”. Eis a resposta:

²²⁰ RODRIGUES, Valter A. Poder e (im)potência da mídia: a alegria dos homens tristes. In: *Comunicação na polis: ensaios sobre mídia e política*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002. p. 215.



Homer:

Ah... eu que sou Brasileiro fiquei meio puto, lógico. A questão do Brasil selvagem eu achei ridículo... mania besta de achar que todos moramos rodeados por selva - não é uma realidade nossa. Porém com relação ao RJ e aos programas infantis... foi uma baita "cutucada na ferida", não achou?

Não sei se acho bom ou ruim essa "cutucada"... de certa forma é bom receber críticas... a exposição do corpo feminino na TV e a violência no RJ são fatos que precisamos melhorar no Brasil (lógico que na vida real nada é tão exagerado como no desenho... ou não? Será que já nos acostumamos a ver essas coisas e não damos a devida importância? Não sei. Quando a crítica é negativa, tendemos a desprezá-la, não é?

E vc? Que achou?

Abraço!

Responder

Figura 46: Homer Simpson – internauta do Orkut

Fonte: disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Home>>. Acesso em: jul. de 2008

No trecho acima, a tônica é a inquietação do “nosso amigo internauta Homer”, bem diferente daquele ao qual se refere Willian Bonner nos bastidores da produção do Jornal Nacional, ao falar do telespectador base do telejornal da Rede Globo. O Homer internauta reage posicionando-se claramente contra “*a mania besta de achar que moramos rodeados por selva*”, porém, deixa transparecer que a ficção simpsoniana de representação do Brasil seria verdadeira, na medida em que afirma que ela dá uma “*cutucada na ferida*”, quando fala da exposição do corpo feminino e da violência no Rio de Janeiro. Em tom de indagação, e procurando a reciprocidade do diálogo pelo Orkut, o amigo internauta “Homer Simpson” mostra certa cautela para

discordar da crítica negativa à cidade do Rio de Janeiro e ao Brasil veiculada no desenho. O discurso que revela a dúvida, e o próprio diálogo descompromissado que trava com o pesquisador no site de relacionamentos desnudam uma percepção que gera uma forma de reação e de um movimento que contrasta com a imagem do personagem Homer Simpson, na gravura 42 e à esquerda do observador, embriagado por estar bebendo as cervejas Duff no bar do Moe.

A noção de “simpsonização”, a partir de então, vincula-se à argúcia, à atividade, ao incômodo e à reação. Distanciando-se da contemplação de um desenho animado americano que, nessa situação, serve apenas como ponto de partida para a reflexão sobre o Brasil e o ser brasileiro, é que são representadas imagens pelos meios sofisticados de comunicação das indústrias midiáticas contemporâneas, que fazem parte do cotidiano de muitos cidadãos brasileiros, em tempos de globalização.

3.1.2. Willian Homer brasileiro

Ao caracterizar o público telespectador médio do Jornal Nacional como Homer Simpson, Willian Bonner, editor chefe do Jornal Nacional, envolveu-se em uma polêmica que ganhou as páginas de jornal e revistas e, principalmente, a Internet, com os internautas participando do e posicionando-se a tivamente no debate. Valendo-se, por vezes, de recursos de linguagem referentes à simpsonização, os internautas teceram suas críticas ao melhor estilo Matt Groening. O mesmo recurso crítico simpsoniano não poupou personalidades políticas da contemporaneidade, como Serra, Dilma Rousseff e o próprio presidente Lula (2002-2010). Essas demonstrações revelam que o convívio dos brasileiros com a série marcou uma construção linguística que, por meio da comicidade, ironia, arte e das provocações, passou a povoar discussões políticas, principalmente via redes sociais. O uso de tais recursos denota certa compreensão sobre o que, na linguagem simpsoniana, poderia ser qualificado como a política amarelada dos últimos 21 anos da teledemocracia brasileira.

Na história das Organizações Globo, a criação do Jornal *O Globo*, em 29 de julho de 1925, o investimento em Histórias em Quadrinhos americanos, nos anos de 1930 e 1940 e a criação do Jornal Nacional, em 1965, são pontos cruciais para a construção daquilo que foi anunciado como o “império de Roberto Marinho”. Esse empresário, em 2003, compunha a lista dos homens mais ricos do mundo da revista

Forbes, em que pesem as atuais dívidas das Organizações Globo. Roberto Marinho, em 1931, assumiu aos 26 anos o jornalismo e a administração de *O Globo* e, sua projeção econômica deve-se, fundamentalmente, ao investimento em gibis, publicação a respeito da qual esclarecemos:

O jornal era o carro-chefe, mas ‘o crescimento financeiro do grupo se deveu por causa da edição de gibis, histórias em quadrinhos norte-americanas e de empreendimentos imobiliários’, durante as décadas de 1930 e 1940 do século passado, o que lhe permitiu comprar transmissores e inaugurar sua primeira emissora, a Rádio Globo do Rio de Janeiro, no dia 2 de dezembro de 1944. Na época, Roberto Marinho teve que enfrentar a concorrência direta e brigar pela audiência com o dono do ramo no Brasil, Assis Chateaubriand, com quem haveria de ter outro confronto, na década de 1960, quando pretendeu e acabou ocupando novos espaços em uma área dominada também por Chatô, a da televisão.²²¹

Roberto Marinho participou, em duas frentes, da denominada “Guerra dos Gibis”. Na primeira, rivalizava com Chateaubriand, investindo no *O Globo Juvenil* e popularizando as revistas *O Fantasma*, *Robin Hood*, *Flash Gordon* e *Mandrake*. Por outro lado, Assis Chateaubriand lançou a revistinha colorida *O Gury* (1940) e Vitor Civita, a *Pato Donald* (1950), que pavimentou o caminho para a Editora Abril. A outra frente da guerra era contra alguns intelectuais e músicos, como Cecília Meireles e Ari Barroso, os quais se confrontavam com Gilberto Freyre e Jorge Amado, que se posicionavam a favor dos quadrinhos. Os quadrinhos já se apresentavam como alvo de discussão, pois suas histórias, e mesmo a propagação deles no Brasil, eram recheadas de disputas políticas e econômicas que marcavam a Guerra-Fria entre Estados Unidos e União Soviética, além das posturas dos governos brasileiros. O entretenimento midiático, principalmente o americano, entrava no mercado do Brasil, trazendo constrangimento e insatisfação a algumas pessoas, mas, em contrapartida, lucros que aumentaram o capital de alguns empresários.²²²

²²¹ MATTOS, Sérgio. As Organizações Globo na mídia impressa. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005. p. 268-269.

²²² Os gibis, lançados por Roberto Marinho em 1939, alcançaram tiragens mensais superiores a 100.000 exemplares. Disponível em MATTOS, Sérgio. As organizações globo na mídia impressa. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005.

Outro salto decisivo na expansão dos negócios de Roberto Marinho ocorreu durante o Regime Militar (1964-1985), conforme afirmado anteriormente, principalmente por três razões: um acordo financeiro e operacional com o grupo norte-americano *Time Life*, a colaboração com a Ditadura Militar e o declínio das TVs Tupi e Excelsior²²³. Neste último item, observa-se que foi nesse momento que a Rede Globo contratou “Os Trapalhões”.

Além da tradição do investimento em quadrinhos, humor e jornalismo, a Rede Globo em franca expansão, nos anos de 1990, viveu um contexto com condições econômicas favoráveis, nas quais as empresas de comunicação desenvolviam megaprojetos e se modernizavam. Um desses investimentos de produções audiovisuais, fruto de um diálogo com empresários dos Estados Unidos, foi exatamente a compra dos direitos dos Simpsons, apostando no sucesso da política incorreta, típica do humor do período. A respeito do desempenho da mídia, nesse período, convém ressaltar que

em meados da década de 1990, a mídia festejava, com lucros, o Plano Real e o aumento da circulação média dos jornais, que cresceu 4,3 milhões em 1990 para 6,6 milhões de exemplares em 1995, até atingir o pico de 7,9 milhões de exemplares/dia em 2000. (...) A mídia festejava também a televisão paga, os avanços tecnológicos, a Internet, a abertura do mercado de telecomunicações, o surgimento de novos serviços e o fim do monopólio estatal de telefonia.²²⁴

Esse contexto econômico-financeiro favorável, acompanhado por uma estabilidade cambial promissora, propiciou a formação, ou ampliação, de conglomerados midiáticos, como foi o caso da expansão das Organizações Globo. Porém, com a crise financeira que atingiu o país entre os anos de 2000 e 2002, a mídia também foi diretamente afetada. Curiosamente, exatamente no ano de 2002, quando a instabilidade financeira e a fragilidade midiática estavam evidenciadas, surge a polêmica envolvendo a censura ao episódio “O feitiço de Lisa”, analisada no segundo capítulo, suscitando discussões no Orkut, como mencionado anteriormente.

Queremos lembrar que, no início daquele episódio, Homer tenta não pagar a conta telefônica que tinha ligações para o Brasil, irritando-se com as empresas prestadoras de serviços de comunicação que trocavam constantemente de nomenclatura,

²²³ MATTOS, Sérgio. As Organizações Globo na mídia impressa. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005. p. 270.

²²⁴ Ibidem. p. 272.

numa clara alusão irônica ao clima instável vivido pelas empresas de telecomunicação dos Estados Unidos, realidade que também atingia a Rede Globo, naquele momento.

Devido às vinculações entre a Rede Globo e as campanhas eleitorais de Fernando Henrique, já mencionadas, é possível interpretar que a representação - veiculada pelo desenho de maior longevidade na televisão mundial - de um Rio de Janeiro repleto de problemas sociais, poderia desgastar, ainda mais, a imagem de FHC Cardoso, o que contrariava os interesses da própria Rede Globo. Porém, os desdobramentos sobre o episódio, transmitido apenas para assinantes de TV a cabo, mas que foi divulgado também na Internet, fugiu aos controles institucionais ou empresariais.

Sobre os efeitos da crise econômica na Rede Globo, em 2002, destacamos:

A crise financeira que atingiu o país entre os anos de 2000 e 2002 acabou resvalando na mídia. Nesse período ‘as contas globais (Rede Globo) começaram a despencar, iniciando pelas receitas líquidas, que caíram cerca de 12%. Em 2001, devido a perdas financeiras e a problemas no mercado publicitário o grupo teve um prejuízo de cerca de 550 milhões de dólares. (...) Com a finalidade de ajudar financeiramente algumas empresas do grupo, os Marinho se desfizeram de algumas de suas empresas, ações e emissoras’”.²²⁵

Na contramão de toda a crise que envolvia o Estado brasileiro e as Organizações Globo, “Homer Simpson é escolhido melhor personagem da TV dos últimos 20 anos”. A pesquisa, divulgada pela Revista *Entertainment Weekly*, comprova o sucesso do desenho animado e, sobretudo, do personagem Homer Simpson, figura cômica do pai de família da série. Segundo Matt Groening, as pessoas se identificam com Homer, porque suas vidas são marcadas por desejos que não podem admitir.²²⁶ Numa outra perspectiva, Antônio Cândido também esclarece que a personagem caricaturada apresenta maior identificação com o público. Assim, Matt Groening e demais autores dos *Simpsons*, apresentam a ficção simpsoniana marcada pela comicidade, simplicidade e sentimentalismo, materializando-os em seus personagens animados e caricaturados. Como um “desenhista e animador de costumes”, o autor do

²²⁵ MATTOS, Sérgio. As organizações globo na mídia impressa. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005. p. 273.

²²⁶ Disponível em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2010/06/100601_homersimpson_ba.shtml>. Acesso em: 02 de Nov. de 2010.

desenho animado busca representar “o homem pelo seu comportamento em sociedade, pelo tecido das relações e pela visão normal que temos do próximo”.²²⁷

O Jornal Nacional, cujo editor chefe é Willian Bonner, como o próprio nome indica, é um jornal veiculado em rede nacional e um dos mais influentes da televisão brasileira, realidade que, talvez, tenha estimulado o editor e apresentador a afirmar que “nós somos o olho do Brasil no planeta”²²⁸. Foi o próprio Bonner, também, que, em novembro de 2005, afirmou que os telespectadores do Jornal Nacional eram parecidos com Homer Simpson, declaração que lhe trouxe alguns transtornos. O professor Laurindo Lalo Leal, por exemplo, teceu fortes críticas ao comentário do editor chefe do Jornal Nacional. Em dezembro de 2005, Bonner tentou se explicar, afirmando que a utilização da imagem de Homer se deu devido a um didatismo, ou seja, para facilitar o diálogo com sua audiência. Bonner havia comparado chefes de família, telespectadores da Rede Globo, com o Lineu de *A Grande Família*, e com Homer Simpson. Ao caracterizar “o pai de família brasileiro”, por intermédio da imagem de Homer, Bonner destaca que se refere, nos dois casos,

a pais de família, trabalhadores, protetores, conservadores, sem curso superior, que assistem à TV depois da jornada de trabalho. No fim do dia, cansados, querem se informar sobre os fatos mais relevantes do dia de maneira clara e objetiva. Este é o Homer de que falo²²⁹.

Com tal caracterização de Homer Simpson, associando-o aos brasileiros, “pais de família ou trabalhadores”, o jornalista evidencia a importância do desenho animado como representação, não apenas da família de classe média americana, mas também do público de classe média nacional. Reside, nesse aspecto, *Os Simpsons* se tornar um desenho estar há mais de 20 anos nas telinhas de diversos países do mundo. Porém, a caracterização positiva de Homer Simpson traz controvérsias, porque em seu traalho na Usina Nuclear de Springfield, é muito comum Homer causar desastres por seus atos irresponsáveis, colocando em risco os moradores da cidade, inclusive seus

²²⁷ CÂNDIDO, Antônio. A personagem no romance. In: *A personagem de ficção*. São Paulo: Perspectiva, 2005. p. 62.

²²⁸ Entrevista cedida a Beatriz Becker em 2004. Citada no texto “Homer Simpson: o protagonista (in) visível dos 35 anos do Jornal Nacional”, publicado na *Revista Estudos de Jornalismo e Mídia*, vol II. Número 1 – 1º. Semestre de 2005.

²²⁹ BONNER, Willian. MEIO HOMER, MEIO LINEU: Sobre a necessidade de ser claro *Observatório da Imprensa*. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358JDB004>>. Acesso em: 18 de agosto de 2008.

familiares. Em momentos de lazer, mostrando-se adaptado às novas tecnologias, costuma jogar videogame com Bart Simpson, e sempre perde as disputas. A proteção aos familiares é questionada, principalmente, quando se considera o desejo do pai Simpson de ir ao “bar do Moe” para tomar sua preferida cerveja, a “Duff”. Dessa maneira, a imagem de brasileiro “simpsonizado” proposta por Willian Bonner pode ser a de um desastrado e ignorante pai que deposita na cerveja, nos sanduíches de cachorro-quente suas principais motivações de vida, o que se reflete na sua conturbada família. O personagem criado por Groening, mesmo representando um pai de família que, geralmente, no final dos episódios, vê seus problemas cotidianos “resolvidos”, está, no decorrer das tramas, envolvido com problemas que podem colocar em risco a vida daqueles que o cercam. Sobre esse assunto Laurindo Lalo Leal afirma:

A questão central não é o perfil do Homer Simpson (embora o personagem tenha sido usado várias vezes pelo editor-chefe do JN como forma de caracterizar - pejorativamente - o telespectador médio brasileiro) e sim a forma como são escolhidas as matérias que vão ao ar no telejornal de maior audiência do país.²³⁰

Laurindo Lalo Leal mantém a crítica à caracterização do “telespectador médio brasileiro”, mesmo deslocando-a do ponto central da discussão. É evidente que, conhecendo a trajetória de interferência da Rede Globo e o poderio político do Jornal Nacional, o professor ficou perplexo com as escolhas de reportagem feitas por Bonner. Por mais que estivesse ciente das características do Jornal e da emissora, o deboche de Bonner, ao se referir aos cidadãos brasileiros como personagens de programas humorísticos da emissora, suscitaram críticas. Segundo ele, são as escolhas das matérias do telejornal, orientadas pelo comando e opiniões de Bonner, que são lamentáveis.

O referido sociólogo e professor da Universidade de São Paulo relata que, na manhã do dia 23 de novembro de 2005, ele e outros professores foram convidados pela Rede Globo para acompanhar a produção do Jornal Nacional. Depois de um simpático “bom dia”, Bonner destaca que, segundo pesquisas, o público médio

²³⁰ Réplica do professor Laurindo Lalo Leal Filho em que ele procura esclarecer que sua crítica central, presente na Carta Capital, foi referente à seleção de reportagens do Jornal Nacional e não à caracterização do telespectador médio brasileiro como Homer Simpson. Portanto, o problema central abordado pelo professor Laurindo Lalo, desfocaram-se da resposta de Willian Bonner e demais debates suscitados a partir de suas críticas. (Disponível em: <<http://www.bluebus.com.br/show.php?p=1&id=65663>>. Acesso em: 08 de setembro de 2006).

brasileiro se parece com o simpático “Homer Simpson”. A partir de então, as referências ao pai da família Simpson tornaram-se constantes e, para justificar as notícias que não passavam pelo seu crivo, Bonner afirmava com convicção: “Essa o Homer não vai entender”. Ou seja, o critério para se transmitir uma reportagem estava pautado pela compreensão do editor-chefe da Globo sobre a capacidade ou não do telespectador médio brasileiro em compreender os conteúdos das matérias.²³¹ Teria William Bonner, ou qualquer outro personagem global, competência para determinar o tipo de recepção que os telespectadores brasileiros teriam ou deveriam ter?

O professor Lalo cita que, naquela manhã do dia 23 de novembro de 2005, os enviados da Rede Globo aos Estados Unidos, Roma, Belo Horizonte, São Paulo e outras áreas de atuação da Globo, faziam suas propostas de matérias e Bonner selecionava as mais simples e de maior apelo às sensibilidades. A escolha da reportagem central do Jornal Nacional, naquele dia, recaiu sobre um juiz de Betim (MG) que propunha soltar presos por falta de condições carcerárias. “Esse juiz é louco”, afirmou Bonner que, apoiado no sentimento de medo que a notícia poderia provocar, aprovou a matéria sugerida pela “praça mineira”. Os enviados de “praça” de Nova York propuseram uma reportagem de cunho político e social impactante que foi vetada, porque se tratava da venda de óleo para calefação, a baixo custo, feita por uma empresa de petróleo da Venezuela para famílias pobres do estado de Massachusetts. Para vetá-la, no calor da informação, *“o editor-chefe do Jornal Nacional apenas perguntou se os jornalistas tinham a posição do governo dos Estados Unidos antes de, rapidamente, dizer que considera a notícia imprópria para o jornal. E segue em frente”*²³².

Percebe-se, assim, que na seleção das reportagens descritas, a associação do público do Jornal Nacional a Homer Simpson transcende à mera caracterização ingênua de William Bonner. Nesse viés, fica evidente que o Jornal Nacional não pretende colocar no ar notícias que possam gerar questionamentos e informações importantes para a compreensão da realidade histórica. Essa seleção tendenciosa, ou imprópria, do Jornal Nacional demonstra um poderio de controle, manejo e domínio da imagem e de suas

²³¹ LEAL FILHO. Laurindo Lalo. "De Bonner Para Homer", copyright Carta Capital, 5/12/05. *Observatório da Imprensa*. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358ASP010>>. Acesso em: 20 de agosto de 2008.

²³² LEAL FILHO. Laurindo Lalo. "De Bonner Para Homer", copyright Carta Capital, 5/12/05. *Observatório da Imprensa*. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358ASP010>>. Acesso em: 20 de agosto de 2008.

técnicas de produção e seleção de notícias, tornando visível um poder político que procura embotar a capacidade de pensamento e ação política do telespectador. Essa forma de controle autoritário da imagem, faz-nos recordar que, no ano de 1969, Emílio Garrastazu Médici, então presidente militar do Brasil, à semelhança de Willian Bonner, e apontando ironicamente o nível de poder de que se investia o governo de ferro que vegia no país, afirmar que:

Sinto-me feliz todas as noites, quando ligo a televisão para assistir o jornal. Em outros países greves, atentados, conflitos. No Brasil não. O Brasil marcha em paz rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranqüilizante após um dia de trabalho.²³³

Segundo Luís Felipe Miguel, o Jornal Nacional, além de contribuir para a ascensão de lideranças políticas no Brasil, manteve sua formatação, iniciada em 1º de setembro de 1969. Em relação ao público alvo, Miguel destaca que existe “*uma antiga prática da emissora de oferecer informações diferenciadas para o público ‘qualificado’ dos telejornais menos assistidos. Os trabalhadores comuns, que ligam a TV após o jantar, devem se contentar com o Jornal Nacional.*”²³⁴

Na atualidade, o Jornal Nacional apresenta, com maior ênfase, problemas nacionais e internacionais, porém como uma forma de distração do público e, no final dos blocos, geralmente são destacadas informações esportivas. O jornal apresenta várias temáticas de forma simplificada e procura um final que agrade ao seu público. No caso dos *Simpsons*, o tom de conforto familiar é também exposto ao final dos episódios, e as problemáticas apresentadas de forma cômica e caricaturada, são feitas também de maneira múltipla e rápida. Obviamente, que o desenho, com suas formulações irônicas, pode provocar diferentes reações no seu público inclusive, a reflexão... Não parece, então, que independente de Bonner, o telespectador pode perceber as mensagens veiculadas no Jornal e (re)pensar sobre elas?

Acerca dessa importância da recepção para se pensar as relações existentes entre um constructo ficcional e a História, Terry Eagleton, ao criticar a concepção formalista de se pensar literatura e ficção, problematiza a suposta autonomia da

²³³ BETTI, Paulo. Na marca do pênalti. In: NOVAIS, Adauto (Org.). *Rede Imaginária: televisão e democracia*. 2. ed. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

²³⁴ MIGUEL, Luis Felipe. *Política e mídia no Brasil: episódios de uma história recente*. Brasília: Plano Editora, 2002. p. 47.

linguagem, procurando pensar a literatura a partir das práticas sociais. Para o autor, a “definição de literatura fica dependendo da maneira pela qual alguém resolve ler, e não da natureza daquilo que é lido”.²³⁵ Entretanto, a linguagem não se vê tão autônoma assim, já que construída também sócio-historicamente e em interação dos indivíduos. Onde se estaria, então essa autonomia?

Essas diferentes leituras, decodificações ou ressignificação de mensagens ganharam velocidade na era eletrônica e digital. Esse é o ambiente no qual os conteúdos ganham múltiplos espaços midiáticos na busca do público por via do entretenimento. Aparelhos de celular, telefones fixos, videogames caseiros e aparelhos de DVD funcionam, cada vez mais, como computadores caseiros que permitem a comunicação de pessoas a um alcance jamais imaginado. Os consumidores participam ativamente de discussões políticas, valendo-se de linguagens da Internet, ou de atributos digitais que podem ser construídos com suas máquinas de tecnologia comunicacional. Soma-se a isso, o fato de que, mesmo em países pobres, a acessibilidade a tais recursos comunicativos tende a aumentar, e, no Brasil, por exemplo, políticas públicas como a da inclusão digital procuram agilizar essa mudança.

Em tempos de convergência cultural e comunicativa, é conveniente destacar que, além das aparelhagens e das técnicas,

a convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e suas interações sociais com os outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos por meio dos quais compreendemos nossa vida cotidiana.²³⁶

Essa condição do consumidor ativo nos possibilita refletir sobre a recepção e ressignificação dos conteúdos simpsonizados, também, por meio das redes sociais. Seguindo essa metodologia, adentrarmos o Orkut (rede social, criada em 2004, associada ao Google, que conta com mais de 23 milhões de usuários brasileiros) e, no link “Eu e Homer”, filtramos as informações para ter acesso apenas às “comunidades” que interessavam à pesquisa. Deparamo-nos com uma denominada “Eu Quero ser Homer Simpson”, que conta com a participação de vinte mil, seiscentos e quarenta e

²³⁵ EAGLETON, Terry. *Teoria da Literatura*: uma introdução. 6ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006. p. 12.

²³⁶ JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008. p. 28.

cinco (20.645) associados. Nesse link ao contrário do preconizado por Willian Bonner acerca do personagem Homer, a descrição da comunidade destacava *“Eu quero ser Homer Simpson!!! Bêbado, gordo e careca...e pouco se fodendo pra isso. Pra todo mundo que um dia quer ser que nem ele”*²³⁷.

É interessante perceber que, fundamentados nesta descrição de *“Bêbado, gordo, careca... e pouco se fodendo pra isso,”* mais de vinte mil brasileiros se identificaram com o personagem. Mesmo considerando que, provavelmente, essas pessoas não se enquadrassem ao padrão construído por Bonner referindo-se aos telespectadores do Jornal Nacional, os diferentes internautas estabeleceram uma relação em comum com o mesmo personagem simpsoniano. Daí, a importância da diversidade de interpretações ou de representações sobre a caracterização de Homer e sua capacidade de interação com as pessoas que entram em contato com a personagem. Novamente, questionamos: as pessoas assistem passivamente, isto é, não se posicionam diante de eventos no desenho dos Simpsons, e seguem as *instuções* de Bonner?

Percebemos na imagem ao abaixo²³⁸, que inicia a comunidade “Eu quero ser Homer Simpson”, que a figura do personagem simpsoniano é, na maioria das vezes, associada a trapalhadas e bebedeiras. Nesse viés, o site apresenta uma “brincadeira do Homer”, com mais de mil e quatrocentos participantes, durante a qual, e seguindo sua primeira regra, o internauta deve bater o teclado na cabeça para conseguir o maior número de letras possíveis, numa expressão caricaturada desse pai de família de classe média americana, que produz uma relação de afinidade com muitos telespectadores da série e internautas.

²³⁷ Endereço da comunidade “Eu quero ser Homer Simpson”. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=182002>>. Acesso em: 10 de agosto de 2008.

²³⁸ Imagem da página que inicia a comunidade “Eu quero ser Homer Simpson”. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=182002>>. Acesso em: 10 de agosto de 2008.

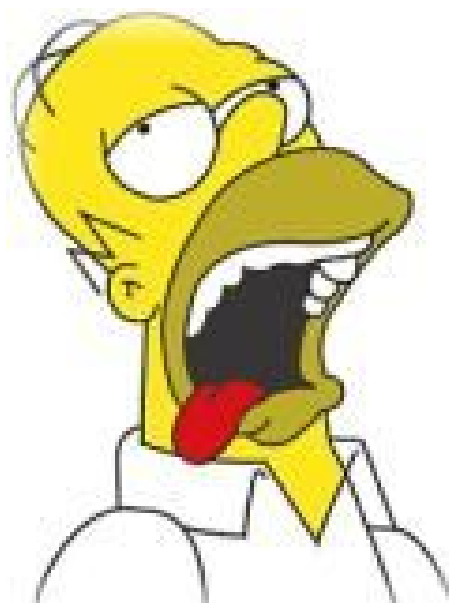


Figura 47: Eu quero ser Homer Simpson – comunidade do Orkut

Fonte: disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=182002>>

Em tom de zombaria, telespectadores que, de acordo com a definição de Willian Bonner, não teriam perfil para ser “um Homer Simpson”, mostraram-se ativos nas críticas, até mesmo fazendo referências às comparações feitas por Bonner. Abaixo, amostra dessa atitude “simpsonizada” do público brasileiro.



Figura 48: Willian Bonner simpsonizado

Fonte: disponível em: <<http://www.alfarrabio.org/media/1/20051206-homer.jpg>>

Trata-se de uma imagem apresentada em um site denominado “consciência”²³⁹. Como reação crítica, esta imagem “simpsonizada” coloca o apresentador da Rede Globo dentro da escola de Springfield. Observemos que, à direita da imagem, encontra-se o característico quadro negro no qual Bart Simpson escreve, durante a apresentação inicial de todos os episódios de *Os Simpsons*. A Rede Globo, porém, embora detentora dos direitos de difusão do desenho animado, não o leva ao ar. Isso, suscita duas questões interessantes: em primeiro lugar, a imagem de Bonner “Simpson”, no ambiente escolar constitui uma ferrenha crítica ao “didatismo” utilizado pelo apresentador global, como justificativa para a comparação do público médio brasileiro a Homer Simpson. A segunda questão diz respeito aos vetos que o professor Laurindo Lalo apontou nas escolhas do Jornal Nacional, fato que também acontece na série *Os Simpsons*. Alguns episódios e falas dos personagens são vetados pela Rede Globo, como é o caso do episódio “O feitiço de Lisa”, já analisado neste texto, em que a família Simpson visitou o Brasil.

Essa imagem de “William Bonner simpsonizado” pode ser qualificada como aquilo que alguns teóricos têm denominado vigência e incongruência²⁴⁰. Quanto ao primeiro aspecto, a imagem ao ser simpsonizada e lançada na Internet passa a ser difundida em uma vigência diferente da que a imagem real do apresentador aparece, a televisão. Nesse sentido, o humor e a sátira são potencializados redirecionamento do lugar da imagem e do público. No segundo caso, a incongruência transgressora subverteu o sentido da frase de William Bonner que caracterizou o trabalhador como Homer Simpson. Assim, por meio da subversão, transgressão e incongruência, o comico se deu pela inversão de posições, isto é, foi o apresentador que se transformou em um Simpson. Além disso, a compleição da imagem refere-se à história que a vinheta comunica, ou seja, já existe um grupo de internautas que compreende, pela imagem, a história cômica que ela traduz e representa. Nessa perspectiva, convém ainda observar a imagem abaixo:

²³⁹ A imagem de William Bonner “simpsonizado” e textos referentes a problemática da comparação de brasileiros de classe média com o personagem Homer Simpson, encontram-se no site: <<http://www.consciencia.net/2006/0301-jn-homer.html>>. Acesso em: 31 de agosto de 2008.

²⁴⁰ BARRERO, Manuel. Vigência do humor gráfico no século XXI. Modelo para a compreensão de um meio. In: *Revista USP*. São Paulo: USP, 2011.



Figura 49: William Homer

Fonte: disponível em:

http://altoladeira.files.wordpress.com/2009/09/willian_homer.jpg?w=182&h=210

Seguindo postura similar, a exposta pela figura 49 destacamos uma crítica do colunista Maurício Veloso, publicada na Internet, no dia 12 de dezembro de 2005, intitulada “William Homer”. A sátira coloca a televisão no centro da discussão, visto que o personagem fictício Homer é um trabalhador de uma usina nuclear, enquanto Bonner é editor chefe do Jornal de maior audiência do Brasil. A associação entre os dois, portanto, é devida à televisão e ao sucesso de audiência. A “não atenção” de Homer e o certo descaso em relação ao jornalista que se apresenta na tela também chamam a atenção, pois Homer, com o controle na mão, poderia, a qualquer momento, desligar a televisão ou trocar o canal. Esta possibilidade se “materializa”, se pensarmos que o “chavão” utilizado por Bonner para definir o telespectador médio brasileiro como Homer Simpson, tornou-se o centro das discussões midiáticas provenientes dos debates suscitados após as críticas de Laurindo Lalo ao jornalista da Rede Globo de Televisão. Às duas imagens anteriores, assim como aos outros materiais produzidos sobre “Willian Homer” aplica-se o recurso humorístico denominado compleição, entendendo com isso a *“função da cumplicidade que se espera do receptor e da intuição desta para*

*compreender a vinheta, embora ainda não estejam explicados os processos perceptivos através dos quais se capta certamente a mensagem da vinheta.”*²⁴¹

Comentando sobre a aglutinação “Willian Homer” provocada pelas discussões, Maurício Veloso afirma:

Mas se o ignorante Homer Simpson é assistido por um público crítico, o do "Jornal Nacional" é feito para ser assistido, ironicamente, por um público "Homer" – pelo menos é o que afirmou Laurindo Lalo Leal Filho, citando o próprio editor-chefe, ao conhecer as estruturas do "JN", em artigo publicado no dia 7 de dezembro de 2005, no respeitadíssimo semanário "Carta Capital".²⁴²

O comentário anterior feito em 2005, ganha, em 2008, uma ressignificação. O desenho, antes apresentado pela Rede Globo aos sábados, passou a ser transmitido pelo programa infantil “TV Globinho”. Portanto, a definição “fechada” de público proposta por Bonner ao se referir ao público médio brasileiro, reafirmada na citação de Maurício Veloso, não procede. O preconceito e a generalização em relação ao público do Jornal Nacional não condizem com a pluralidade de opiniões e questionamentos que encontramos na análise da recepção de internautas e telespectadores que assistem aos episódios do desenho animado. Diga-se de passagem, inclusive, que, no caso dessa análise, as pessoas que participaram das críticas na Internet tinham conhecimento tanto do Jornal quanto do desenho. Tal constatação desqualifica a separação e generalização propostas por Bonner, talvez, com intenções e critérios idênticos aos adotados para promover a seleção das reportagens veiculadas pelo Jornal Nacional.

Por isso mesmo, contrapondo essa caracterização problemática postulada por Willian Bonner, neste trabalho, procuramos pensar o Brasil e os brasileiros representados no desenho animado, como sujeitos históricos ativos, com capacidade de compreensão e discernimento sobre o conteúdo com os quais mantêm contato, diferentemente do suposto “Homer Simpson” interpretado e ressignificado pelo editor chefe do Jornal Nacional.

Em “Homer Simpson: o protagonista (in)visível dos 35 anos do Jornal Nacional”, Beatriz Becker, professora da Escola de Comunicação da Universidade

²⁴¹ BARRERO, Manuel. Vigência do humor gráfico no século XXI. Modelo para a compreensão de um meio. In: *Revista USP*. São Paulo: USP, 2011. p. 15.

²⁴² VELOSO, Maurício. William Homer. *Colunas Marício Veloso*. Disponível em: <<http://www.bemnanet.com.br/colunas.php?colunista=2&texto=197>>. Acesso em: 31 de agosto de 2008.

Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), propõe uma reflexão crítica sobre o valor da TV e do telejornalismo no Brasil. Becker identifica o valor estratégico do Jornal Nacional como ambos instrumento de conservação e de transformação social. Com uma visão diferente daquela aqui externada sobre a atuação do Jornal Nacional, a autora afirma que, sob o comando de William Bonner, o veículo que serviu ao governo militar é a principal referência da televisão brasileira, sendo o único veículo verdadeiramente nacional, pois os demais telejornais tendem a valorizar algumas regiões do país. Afirma, ainda, que o Jornal Nacional tem uma média diária de 43 pontos no IBOPE, superada apenas por algumas telenovelas. Assim, aproximadamente 68% dos televisores do país ficam sintonizados no Jornal Nacional, recebendo diariamente informações de 600 jornalistas e de 118 cidades. O jornal possui, ainda, o comercial mais caro da televisão brasileira, custando 380 mil reais por inserção de aproximadamente trinta segundos. Afirma que, além do poderio político econômico, o Jornal Nacional, marca do telejornalismo brasileiro, deve ser interpretado, por um lado, como agente de manutenção dos valores e das relações de poder no agendamento político, social e cultural do país, e por outro, como vanguarda e agente unificador da sociedade brasileira, ofertando referências nacionais da realidade cotidiana e possibilitando mudanças, ainda que moldando possibilidades através de suas mediações. Referindo-se à comparação do público base do Jornal Nacional a Homer Simpson, Becker pondera: *“Afiml, até Homer Simpson mostrou que pode ser apropriado como um verdadeiro revolucionário, ou no mínimo, provocar transformações”*.²⁴³

Ao colocar Homer Simpson como protagonista (in)visível do Jornal Nacional, Becker, baseando-se na premissa de William Bonner de que o programa sob seu comando deve atingir públicos variados e se valer de uma linguagem simples e acessível, fortalece a hipótese do nascimento de um novo personagem fictício, “William Homer”, pois William Bonner, enquanto produtor e editor chefe do Jornal Nacional, preocupa-se em construir um “jornal de qualidade” para manter seus níveis de audiência. Esse fim, a audiência, é gerador de popularidade, influência política e investimentos econômicos, fato que aproxima Bonner de Homer, não apenas pela rima produzida ao pronunciar parte de seus nomes e nem pela feliz sugestão proposta na

²⁴³ BECKER, Beatriz. Homer Simpson: o protagonista (in)visível dos 35 anos do Jornal Nacional. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol.II Nº 1 - 1º Semestre de 2005. Disponível em: <<http://posjor.ufsc.br/public/docs/173.pdf>>. Acesso em 11 de julho de 2010. p. 119.

Internet, mas, porque “William Homer” passa a ser um dos personagens mais brasileiros e poderosos dos últimos vinte anos e, conseqüentemente, do século XXI.

O poder do personagem brasileiro “William Homer” remete-nos ao papel da televisão e suas relações com a política. William Bonner, enquanto organizador de um telejornal, conscientemente, tem noção do seu poder. Beatriz Becker, em um posicionamento excessivamente positivo em relação ao Jornal Nacional e suas perspectivas de agente transformador social, destacou:

Num país do tamanho do Brasil, a mídia tem função vital. Rádios, tevês e jornais têm naturezas diferentes, sim, mas a matéria-prima de todos os veículos é o fato social, que transformado em acontecimento, através do uso de linguagens e técnicas distintas, vira notícia. E há espaço para todos os gêneros narrativos. É claro, que os recursos precisam ser descentralizados. Mas, é preciso que os veículos e os profissionais sejam capazes de prestar serviço de qualidade, oferecendo informações que colaborem para melhorar a vida dos brasileiros ou, pelo menos, para ajudar Hommer Simpson a efetivamente compreender melhor o Brasil e o mundo.²⁴⁴

A aproximação da imagem de Homer Simpson com a de Willian Bonner torna-se perigosa, no momento em que é creditado ao Jornal Nacional ser o agente de transformação ou de ajuda a “Homer Simpson público”. Mesmo Becker, destacando no texto que o público é heterogêneo e que nenhum veículo de comunicação exerce uma manipulação direta sobre aquele que assiste, a autora afirma que essa pluralidade de recepção torna-se questionável, a partir do momento em que o poderio do Jornal Nacional é exposto, pois, conforme William Bonner, a maioria das mídias impressas constrói suas reportagens a partir do jornal da Rede Globo de Televisão. O poder de “William Homer” é avassalador, pois tanto o Jornal Nacional, que já comemora 40 anos, como a série *Os Simpsons*, que já comemora 21 anos, representam empreendimentos que conseguem manter uma média de audiência assustadora.

3.1.3. Homer Simpson presidente do Brasil?

De acordo com Giovanni Sartori, vivemos a era do “videopoder”. O homem está se transformando de *homo sapiens* para *homo ocular*, inaugurando, assim, a

²⁴⁴ Idem. p. 118.

videopolítica.²⁴⁵ Com o avanço dos meios de comunicação e em meio às constantes crises econômicas, sociais e culturais, as sociedades civis, pouco organizadas e frágeis, fazem com que a mídia audiovisual, principalmente por meio da TV e do computador, exerçam uma enorme influência sobre a sociedade. Contudo,

(...) é preciso dizer que a mídia não determina o que a sua audiência pensa, de forma direta e simples, pois é apenas um fator que contribui para a formação da visão do mundo das pessoas. Entretanto, a televisão é certamente o elemento mais dinâmico nesse processo, dada a sua posição nas sociedades contemporâneas. (...)²⁴⁶

A respeito da importância da televisão no Brasil, como propagadora de conhecimento, o autor afirma ainda que, entre os anos de 1989 e 1990, a televisão era o principal meio de mediação entre os cidadãos e a política. Nesse ínterim, cabe lembrar que, principalmente após a derrota de Lula para Collor em 1989, os políticos tenderam, com uma intensidade crescente, a investir em propagandas televisivas para vencer as eleições, ou legitimar seu pleito. Sobre isso, basta lembrar que Fernando Henrique Cardoso, utilizando as propagandas do Plano Real (1994), conseguiu ser eleito (1994) e reeleito (1998), pela primeira vez na história do Brasil, mesmo com a crise no final de seu primeiro mandato. Por isso mesmo, estar ao lado de William, representante da força televisiva, e de Homer, representante dos telespectadores do Jornal Nacional, pode ser um bom recurso nesse contexto da telepolítica brasileira.

Na última década do século XX, em meio aos referidos avanços nas comunicações, a sociedade amarela de Springfield ultrapassa as páginas do papel e alcança as televisões. Sob a égide norteamericana no mundo global, ocorre a expansão das indústrias culturais nos setores audiovisual e comunicacional, permitindo potencializar a propagação de costumes, “modelos”, ou distúrbios possíveis de serem comercializados. Nesse contexto, como abordado anteriormente, a maioria dos desenhos veiculados no Brasil tem procedência norteamericana. A empresa de Joseph Barbera e Willian Hanna, a Hanna- Barbera, considerada por muitos a General Motors da animação, criou desenhos que marcaram a história das produções animadas como *Os Flintstones* e *Tom e Jerry*.

²⁴⁵ SARTORI, Giovanni. Videopoder. In: *Elementos de Teoria Política*. Madrid: Alianza Editorial. (s.d). p. 305-316.

²⁴⁶ PORTO, Mauro Pereira. O poder da televisão: relações entre TV e política. *Comunicação & Educação*. São Paulo. 1997. p. 15.

A série *Os Flintstones* representava uma família que, embora pré-histórica, enfrentava problemas do cotidiano das famílias do século XX, como os da família Simpson, enquanto *Tom e Jerry*, desenho parecido com o mais assistido pelos Simpsons - *Comichão e Coçadinha* -, apresentava a saga de um gato e um rato que, em meio a uma sátira violenta, atracavam-se o tempo inteiro. Em *Os Simpsons*, mesclam-se o modelo d*Os Flintstones* com a sátira agressiva de *Tom e Jerry*. Os personagens da família Simpson, principalmente Bart e Homer, estão o tempo inteiro procurando levar vantagem nos seus problemas cotidianos. O distúrbio do mundo contemporâneo é enfatizado em *Tom e Jerry*, em *Os Simpsons*, enquanto que em *Os Flintstones*, apesar dos problemas destacados, a proposta de que a família nuclear pode amenizá-los é apresentada com mais frequência. Acerca da relação família e desorientação, marcante nas novas gerações, Castoriadis argumenta:

O primeiro e principal ateliê de fabricação de indivíduos adequados é a família. A crise da família contemporânea não consiste somente, e nem em grande medida, em sua fragilidade estatística. O que está em causa é a degradação e a desintegração dos papéis tradicionais – homem, mulher, pais, filhos – e sua consequência: *a desorientação uniforme* das novas gerações.²⁴⁷

A ideia de desorientação uniforme das novas gerações é uma das “fórmulas” utilizadas pelos produtores d*Os Simpsons* para expor as construções de uma família contemporânea. Também, de acordo com Cornelius Castoriadis, a crise da família condiciona um mal estar na relação educativa. A escola passa a ter um papel fundamental, porém, o professor não consegue se adequar, pois, geralmente, sai do decadente método tradicional e passa a ser um professor-colega que não se afirma diante da fragmentação das famílias. Nesse sentido, aos moldes do personagem Bart Simpson, o jovem contemporâneo, saído de uma família frágil, entende a escola como uma obrigação penosa e se encontra confrontado “*com uma sociedade na qual todos os ‘valores’ e ‘normas’ são, de certa forma, substituídos pelo ‘nível de vida’, pelo ‘bem estar’, pelo conforto e pelo consumo.*”²⁴⁸ Essa sociedade é bem representada pela família Simpson que se mantém pela busca do consumo, do conforto, do bem estar e da ascensão econômica, enquanto cultua astros da TV.

²⁴⁷ CASTORIADIS, Cornelius. *A ascensão da insignificância*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 17.

²⁴⁸ Ibidem. p. 18.

Em relação às variações das noções de família nos últimos quarenta e cinco anos e sua relação com a programação infantil, Leila Maria Torraca de Brito, da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, argumenta que o comportamento dos pais tem sido progressivamente desvalorizado e o comportamento das crianças, muitas vezes, passou a ser dotado de poderes, independência e atos de perversidade e tirania que podem influenciar o público infanto-juvenil. O pressuposto da pesquisadora é de que:

Parte-se do princípio de que o contexto social reafirma valores e modelos de conduta difundidos de forma implícita pelos meios de comunicação, que, em um movimento dialético, mesclam átomos da projeção com os da assimilação, assim como os da informação aos da formação oferta que contribui para uma apropriação mais rápida do novo, quando naturalizado. Neste movimento, o sujeito leitor, ouvinte e telespectador, se situa como autor, agente da ação, quando se identifica com os comportamentos apresentados, e como espectador, ao assistir novos padrões ofertados coletivamente. Assim, a comunicação atinge a subjetividade de consumidores em potencial, afetando formas de viver, de construir e de se constituir nesta realidade sócio-histórica.²⁴⁹

A partir de tal premissa, a autora revê os principais programas infantis, entre eles os desenhos animados, ou programas de humor, que trabalham com as noções de família para perceber, no decorrer das décadas, as alterações das noções de família presentes em tais produções. Na seção intitulada “Os comandantes”, ela destaca ‘Papai sabe tudo’, seriado apresentado nos anos de 1960, que apresentava o pai comedido e educado que dava a última palavra nas decisões familiares. Destaca ainda que outros desenhos animados e séries como “O Capitão Furacão” (1965-1969), apresentado pela Rede Globo, enfatizavam, ídolos da garotada que liam frases e paternalmente davam conselhos às crianças e jovens. No início dos anos de 1970 é destacado “Jeannie é um gênio”, identificado como “As feitiçeras”, série em que a protagonista, recorrendo à magia, tentava proteger seu senhor. Evidenciava-se, ainda, nessas séries, certa submissão da mulher, representada por suas personagens. Para ilustração dessa subserviência, mas acrescida de uma atividade não revelada, destaca-se o seriado “A Feiticeira” e a “Mulher Maravilha”. No primeiro, a feiticeira fingia aceitar as imposições de seu marido James, mas por meio da magia, controlava os problemas

²⁴⁹ BRITO, Leila Maria Torraca de. De papai sabe tudo a .como educar seus pais. Considerações sobre programas infantis de TV. In: *Psicologia & Sociedade*; 17 (1): 17-28; jan/abr.2005, p.48.

familiares. No caso da Mulher Maravilha, exibido no Brasil em 1976, a personagem Diana (Mulher Maravilha) disfarçava sua identidade e ajudava o oficial Trevor na Força Aérea dos Estados Unidos. Após uma hegemonia de personagens e ações masculinas, mesmo às escondidas, as mulheres apareciam nas séries animadas. Nos anos de 1980, no capítulo intitulado “Unidos contra o mal”, a autora destaca que existe uma equiparação dos papéis de homens e mulheres em personagens animados, como “She-Ra”, a princesa do poder e irmã gêmea de “He-man”, que defendiam seus mundos ficcionais, respectivamente, Etéria e Eternia. E, finalmente, nos anos de 1990, em “Não é mamãe”, a autora destaca primeiramente *Os Simpsons*, e, em seguida, *A Família Dinossauros*, que estreou no Brasil em 1992. Sobre essas séries, ela ensina:

No entanto, tem-se como ponto em comum nos dois seriados o fato de que as mães são retratadas como pessoas equilibradas, sensatas, a referência familiar, enquanto Homer Simpson e Dino da Silva Sauro demonstram incompetência para a solução dos problemas apresentados, relegados à condição de homem objeto, logo reconhecidos como sexo frágil.

Nos dois desenhos, o papel representado pelo homem é enfraquecido enquanto imagem social, quando, contrariamente, o das mulheres é enaltecido. Ou seja, é feita uma comparação de atitudes e comportamentos, sendo o pai menosprezado no que diz respeito à dimensão simbólica da palavra, com prováveis repercussões na fragilização de sua figura. Compreende-se que tais abalos se estendem não só à figura masculina, como também à autoridade paterna na forma como era representada na família nuclear.²⁵⁰

Apesar de concordarmos com a leitura da autora de que o perfil de Homer Simpson, enquanto pai, é similar ao de Dino da Silva Sauro, discordamos da fragilidade da figura masculina que é distinta, tanto em relação aos dois personagens, quanto em relação às séries. Convém reiterar que existe em *Os Simpsons* uma hegemonia de personagens masculinos e estes, por meio de suas peripécias, costumam ter um caráter bem mais provocador do que o dos personagens da Família Dinosauro. Com exceção feita ao personagem “Baby da Silva Sauro”, pivô de grande parte das problemáticas da família, ao contrário de Maggie Simpson, comparação que desconstrói, também, a generalização da autora em relação ao masculino.

²⁵⁰ BRITO, Leila Maria Torraca de. De papai sabe tudo à como educar seus pais. Considerações sobre programas infantis de TV. In: *Psicologia & Sociedade*; 17 (1): 17-28; jan/abr.2005, p. 51.

As constantes ressignificações presentes em *Os Simpsons*, adicionadas ao uso quase rotineiro de “política incorreta”, nos episódios, também diferenciam o desenho da série *Família Dinossauros*. Neste desenho seriado, há, no clímax dos episódios uma preocupação com o comportamento correto e ético e as virtudes e valores universais sempre são apreciados e premiados. De qualquer forma, apesar das diferenças, realmente várias séries televisivas apresentadas no Brasil, geralmente produzidas nos Estados Unidos, apresentam mudanças nos padrões comportamentais e uma autonomia, cada vez maior, apresentada na televisão. Principalmente devido às atuações de Bart e Homer, no início dos anos de 1990, um grande número de desenhos apresentando violência e desfiguração do ambiente familiar povoou a mídia americana e brasileira, como no caso de *South Park*, lançado como desenho nos EUA em 1997 e mostrando menores de idade marginais cercados por adultos irresponsáveis.²⁵¹

Douglas Kellner, ao analisar o desenho *Beavis and Butt-Head*, afirma que os personagens do desenho representam uma juventude pós-moderna sem futuro. Eles passam a maior parte do tempo assistindo televisão, principalmente videocliques, que eles avaliam como sendo “legal” ou “um saco”. Ao saírem de casa para irem à escola – no melhor estilo Bart Simpson – acabam se envolvendo em atividades destrutivas e até criminosas. O desenho criado para ser apresentado pela MTV critica – assim como o é a série *Os Simpsons* –, a própria emissora e seus investidores, pois em alusão a propagação da MTV, os cliques e a violência, apresentadas na televisão fazem com que os personagens se tornem anti-sociais e agressivos. Segundo o autor:

A intensa alienação de Beavis e de Butt-Head, a paixão pelo *heavy metal* e pelas imagens de sexo e violência veiculadas pela mídia, além de suas atividades violentas, logo suscitaram disputas acirradas, produzindo um efeito ‘Beavis and Butt-Head’ que deu origem a milhares de artigos e debates acalorados, levando até o Senado americano a condenar o programa por incentivar a violência irracional e o comportamento estúpido.²⁵²

No caso do personagem Bart, há uma semelhança entre ele e Beavis e Butt-Head, entretanto, em *Os Simpsons*, como procuramos ressaltar neste trabalho têm a característica de lidar com diferentes situações cotidianas e problemáticas, como

²⁵¹ BRITO, Leila Maria Torraca de. De papai sabe tudo à como educar seus pais. Considerações sobre programas infantis de TV. In: *Psicologia & Sociedade*; 17 (1): 17-28; jan/abr.2005. p. 53.

²⁵² KELNNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. São Paulo: Edusc, 2001, p. 190.

homossexualismo, racismo, etnia, nacionalidades e diversos tipos de preconceitos, expondo as mazelas da sociedade, pode dar origem também, a uma postura crítica dos telespectadores ativos. Em relação à comparação entre os dois desenhos, Chantal Kerskovic chega a afirmar:

Ao contrário de Beavis e Butt-head, a série possui forte conteúdo crítico em seus episódios, fazendo críticas e sátiras não apenas a sociedade e a seu comportamento, mas a uma cultura ocidental dominante. É nesse panorama que um seriado com perfil subversivo, porém de uma subversão oposta à da série da MTV, passa a se destacar e torna um sucesso mundial. Tendo como público-alvo uma geração juvenil e adulta, alcança um público numa faixa etária de 18 a 34 anos e 25-54 anos, que cresceu assistindo a desenhos animados, e com um grande repertório de seriados televisivos, consequentemente já familiarizados com o formato de seriado e suas estratégias narrativas.²⁵³

Em busca da familiarização com o público, cada episódio de *Os Simpsons* se inicia com a correria cotidiana representada por uma apressada volta para casa dos integrantes da família. Homer sai do serviço, e os jovens Bart e Lisa Simpson saem da escola. Chegando em casa, ajeitam-se com o independente bebê Maggie e a mãe Marge em frente à televisão. A velocidade de deslocamento das imagens e o objetivo de assistir televisão atingido, dão início aos episódios e marcam a série, enfatizando alguns traços de uma família contemporânea.

A noção tradicional de família, apresentada em outras séries animadas como *Os Flintstones* e *Os Jecsons*, por exemplo, é posta em confronto com as problemáticas que circundam uma família atual, ou seja, o autor do desenho, usando uma “velha lógica” de construção de desenhos e, criticando, satiricamente, vários problemas sociais, encontra base para suas inspirações, ao mesmo tempo em que instiga o telespectador.

De acordo com Matt Groening, *Os Simpsons* mimetizam uma família comum, de classe média americana, que se envolve em conflitos que circundam o ambiente de emergência das práticas globais. Tendo em vista a ampliação constante do sucesso da série, a BBC, em 13 de junho de 2003, em pesquisa de opinião, após consulta a diversos internautas, destacou que “o maior americano de todos os tempos era Homer Simpson”. Conforme Steven Keilowitz, Homer pode ser interpretado como

²⁵³ HERSKOVIC, Chantal. Chegando a Springfield: humor e sátira na série *Os Simpsons*. In: *Revista USP*. São Paulo: USP, 2010-2011, p. 109.

produto da era da TV, do consumismo e da cultura obcecada por celebridades. Keilowitz, ao examinar os diferentes problemas do mundo contemporâneo e expor opiniões sobre o ponto de vista de uma pessoa comum, chegou a conclusões importantes. Procurando esclarecer a pergunta: Por que estudar *Os Simpsons*? Keilowitz cita o episódio “a pequena garota no Big Tem”, em que Lisa Simpson se infiltra na sociedade amarelada de Springfield e assiste a um curso baseado na popularíssima série *Comichão e Coçadinha*. Esse desenho, estilo “*Tom e Jerry*”, mas ainda mais violento, é o preferido da família Simpson. Os personagens e os estudiosos, no episódio, procuravam compreender a sociedade contemporânea por meio da análise das aventuras de *Comichão e Coçadinha*.²⁵⁴ De forma similar à expressa no episódio, Paul Levinson da *Fordham University*, organizador do curso “Os Simpsons e a sociedade”, ressalta a importância de se estudar, seriamente, as sátiras cômicas do desenho, a fim de pensarmos a sociedade contemporânea.

Pelo exposto, se tomarmos como referência aquilo que tem sido difundido como as qualidades requeridas para o exercício de um mandato presidencial nas democracias republicanas, torna-se óbvia a constatação de que a personagem ficcional Homer Simpson está longe de possuir os atributos mínimos para assumir tal posto. Entretanto, adentrando uma das principais redes sociais do mundo contemporâneo, o Orkut²⁵⁵, ao digitar o verbete “Homer presidente” encontramos, dentre as diversas comunidades existentes sobre o assunto, sessenta e cinco por cento propondo a eleição do pai da família Simpson para a liderança do executivo no Brasil ou nos Estados Unidos. Diante dessa constatação, a indagação tornou-se inevitável: que motivos teriam os membros dessas comunidades virtuais para elegerem para ocupar cargos tão importantes exatamente o antípoda do protótipo político ideal definido socialmente? Em busca de respostas, escolhemos duas destas comunidades para acompanhar de perto as motivações de seus integrantes, influenciando suas opções. Em uma das discussões, o debate versou sobre a eleição fictícia de Homer Simpson para líder do executivo no Brasil, em substituição a Luis Inácio Lula da Silva (2002-2010). Como as opiniões são

²⁵⁴ KESLOWITZ, Steven. *A Sabedoria dos Simpsons: o que nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e a busca do donut perfeito*. Rio de Janeiro: Prestígio editorial, 2007.

²⁵⁵ O Orkut é uma rede social filiada ao Google, criada em 19 de janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a criar novas amizades e manter relacionamentos. Seu nome é originado no projetista chefe, Orkut Büyükkökten, engenheiro turco do Google. Tais sistemas, como esse adotado pelo projetista, também são chamados de rede social.

proferidas por brasileiros, acreditamos ser importante, também, analisar como os participantes do debate estabelecem comparações com a democracia norte-americana, especialmente, durante os mandatos dos presidentes George Walter Bush (2000-2008) e Barack Obama, eleito em 2008, por corresponder, ao menos em parte, ao período de governo do Presidente Lula. Até que ponto os posicionamentos simpsonizados são utilizados pelos internautas para criticar e construir alternativas com vistas a alterar a realidade brasileira? Independentemente do conteúdo a ser analisado, constata-se, de saída, que, mesmo após a veiculação do episódio “O feitiço de Lisa”, em 2002, a linguagem simpsonizada continua sendo um instrumental utilizado por muitos brasileiros, seja fazendo uso de computadores pessoais, seja de meios digitais aos quais têm acesso em escolas públicas ou instituições privadas, para externarem posicionamentos políticos, utilizando sua condição de sujeitos e cidadãos.

Uma das primeiras comunidades que nos chamou a atenção, por contar com um número muito grande de integrantes foi a intitulada “Homer Simpson para presidente”.²⁵⁶ No item “descrição”, o seu criador, “JL Mod”²⁵⁷, identificando-se como brasileiro, expõe a proposta de eleição de Homer Simpson para “chefe” do Estado brasileiro. Numa enquete, que contou com a participação de 175 internautas, a grande maioria (170 pessoas), ao responder à indagação “Homer Simpson para presidente do Brasil?”, informou acreditar que Homer seria um bom presidente.

Como muitos dos inquiridos compararam o personagem fictício ao governo de Luís Inácio Lula da Silva, destacamos, para efeito desta análise, duas respostas que consideramos significativas: no primeiro caso, a internauta esclarece: *Mas claro que ele vai ser bom presidente, vai fazer a "bolsa rosquinhas"*²⁵⁸ Na ficção, uma das buscas para satisfazer seus prazeres, característica do personagem Homer Simpson, é sua obsessão alimentar pelas rosquinhas “donuts”. Esse é um dos traços causadores da grande popularidade do pai na família Simpson. Tal comportamento é frisado por Robert Thompson, diretor do Centro de Estudos da Televisão Popular da Universidade de Syracuse, destacando que Homer, apesar de sua completa estupidez, é um

²⁵⁶ Comunidade do Orkut que conta com a participação de 115.512 (sessenta mil cento e quarenta e sete integrantes). Acesso em 21 de maio de 2011.

²⁵⁷ Cabe lembrar que no Orkut é possível que você identifique o país de origem “mentindo”. Porém ao pesquisarmos os “amigos” e as “relações” de “JL Mod”, dono da comunidade, percebemos que ele, realmente, é brasileiro.

²⁵⁸ Internauta identificada como “Aline” que votou em “Sim, ele seria um bom presidente”, dia 29 de dezembro de 2008.

personagem que, por trás de sua busca incessante pelas rosquinhas donuts, segue uma luta cotidiana que pode ser comparada ao personagem bíblico Jó.

O personagem do Antigo Testamento procurava conciliar a coexistência do mal e de Deus. Homer é um personagem que procura, por meio de artimanhas, manter a sua felicidade e a união familiar. Votar em Homer, personagem debochado, despreocupado e atrapalhado, para a presidência de um país, lembra-nos também a “teodicéia de Jó”, pois o carisma é conseguido por atitudes, teoricamente, condenáveis do pai da família Simpson. As nuances entre o negativo (mal) e o positivo (bem) são fundamentais para refletirmos sobre as motivações que levam à proposta satírica da escolha de Homer Simpson para presidente do Brasil. Nesse sentido, “a bolsa rosquinhas”, apesar de ser uma motivação aparentemente simples para justificar a candidatura de Homer, adquire um sentido que se vincula à sua trajetória de vida na série animada. A associação do personagem simpsoniano aos programas assistencialistas ampliados pelo presidente Luís Inácio Lula da Silva (2002-2010) no Brasil, faz com que a internauta construa uma sátira provocadora. A semelhança entre a construção ficcional e a ação concreta materializada na sátira, revelam uma simultaneidade que marca o ato político. Ou seja, a “brincadeira” de votar em Homer transmuta-se em apresentação clara de crítica, na qual o entretenimento serve de pretexto para a exposição de ideias. A influência do personagem na atitude da internauta brasileira esboça, de forma interessante, uma reflexão sobre as diferentes formas de ação política.

Aliás, essa relação dos *Simpsons* com a política foi ressaltada por Steven Keslowitz, em *A Sabedoria dos Simpsons*, quando ele destaca que

Sideshow Bob, o gênio republicano do crime, preso em determinado episódio declara: ‘Eu voltarei. Vocês não conseguirão deixar os democratas fora da Casa Branca para sempre – e quando eles entrarem, eu voltarei às ruas – com todos os meus comparsas criminosos! Há, ha ha ha ha...’ Os democratas não ficariam indiferentes a tal declaração. Por causa da enorme audiência de *Os Simpsons*, as opiniões políticas de Bob têm um alcance extraordinário. Em algum lugar de Washington, um congressista democrata deve ter endurecido sua postura em relação ao crime depois de ouvir o comentário político dele.²⁵⁹

²⁵⁹ KESLOWITZ, Steven. *A Sabedoria dos Simpsons*: o que nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e a busca do donut perfeito. Rio de Janeiro: Prestígio editorial, 2007. p. 22.

Como se nota, a provocação aos democratas somada à audiência do desenho nos Estados Unidos pode desencadear reações que tornam tênue a linha demarcatória que separa a obra audiovisual ficcional da realidade política norteamericana. Incômodos, como este frisados na citação anterior, potencializam o tom satírico simpsoniano, levando à reflexão sobre as atitudes políticas dos cidadãos frente às brincadeiras. Até porque, como bem frisou Antonio Candido, uma obra

não é um produto fixo, unívoco ante qualquer público; nem este é passivo, homogêneo, registrando uniformemente seu efeito. São dois termos que atuam um sobre o outro, e aos quais se junta o autor, termo inicial desse processo de circulação literária, para configurar a realidade da literatura atuando no tempo.²⁶⁰

Embora referindo-se à literatura escrita, o pensamento de Antonio Candido fornece elementos para se pensar a relação entre autor e seu público de forma mais ampla. Nesse sentido, ao se tratar de uma obra audiovisual em tempos atuais, como é o caso de Os Simpsons, com o avanço dos meios de comunicação, as apropriações e (re)elaborações das proposições feitas inicialmente pelo autor, e processadas pelos receptores, ganham em termos de velocidade, volume e intensidade, proporções que, inquestionavelmente, aguçam a capacidade interpretativa do investigador.

Edgar Allan-Poe²⁶¹, ao elaborar sua obra “O Corvo”²⁶², tece importantes considerações acerca das propriedades presentes nas produções artísticas, embora, também, referindo-se à escrita. A propriedade central da obra de arte, segundo o autor, é o seu efeito. Nessa perspectiva, enfatiza que a escolha do tom, extensão, versificação, ritmo e acontecimento são atributos que contribuem para que o autor intente alcançar o efeito de aceitação de sua produção. Poe evidencia que seu intuito na produção da obra é que ela fosse “admirada por todos”.²⁶³ Considera que, para tanto, exageros, pouca

²⁶⁰ CANDIDO, Antonio. *Literatura e sociedade*. São Paulo: Publifolha, 2000. p. 68.

²⁶¹ POE, Edgar Allan. A filosofia da composição. In: *Poemas e Ensaios*. (Trad. Oscar Mendes e Milton Amado). São Paulo: Globo, 1999. 3. ed. revista. p. 129-163. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/proin/versao_2/poe/index64.html>. Acesso em: 17 out. 2008.

²⁶² A Prof.^a Dr.^a Sílvia Maria Guerra Anastácio, titular do departamento de Línguas Germânicas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), no artigo *A Releitura paródica do poema O Corvo de Edgar Allan Poe em Os Simpsons*, publicado na Revista Travessias, enfatiza que o episódio “O dia das Bruxas I” (1990) da segunda Temporada dOs Simpsons é fundamentado em uma recriação da obra “O Corvo” de Edgar Allan Poe. A autora esclarece ainda que o diretor dOs Simpsons, David Silverman, afirma que a obra “O Corvo” é de fato inspiradora da paródia sobre “O dia das Bruaxas I”.

²⁶³ POE, Edgar Allan. *Poemas e Ensaios*. (Trad. Oscar Mendes e Milton Amado). São Paulo: Globo, 1999. 3. ed. revista.

extensão, tristeza e tragédia podem contribuir para a admiração de um poema ou obra ficcional.

Buscando um paralelo entre as constatações de Poe e o desenho *Os Simpsons*, principalmente no que diz respeito à personagem Homer, é possível identificar no tom jocoso e satírico do desenho animado, algumas características apresentadas por Edgar Allan Poe na análise da composição de sua própria obra. Os episódios são curtos e os exageros e as situações engraçadas ou trágicos são frisados pelo destaque das câmeras nos personagens. Um exemplo disso se dá durante a visita da família Simpson ao Rio de Janeiro²⁶⁴, onde os ratos das favelas são todos coloridos. Em “efeito zoom”²⁶⁵ que, nas palavras de Umberto Eco é um recurso que pode ser utilizado também na escrita, o desenho destaca os problemas, enquanto é explicado a Homer que “o governo brasileiro pinta os ratos para não demonstrar os problemas sociais no Brasil”. A excitação, neste caso, é gerada pela exposição da crítica à situação das favelas cariocas.

Em relação ao personagem Homer e à própria série, a idéia de contraste é destacada constantemente. Em muitos episódios, as propostas “idiotas” do pai da família Simpson servem para mediar problemas suscitados. Além disso, a série explicita várias contradições, como a flexibilidade de uma família de classe média, embora marcada por trapalhadas e por inúmeros problemas sociais cotidianos. Talvez, resida neste entrelaçamento entre o real e o ficcional um dos segredos dos *Simpsons* para despertar a atenção. Em relação à ritmização, o desenho tem uma estrutura repetitiva. A apresentação, por exemplo, é quase sempre a mesma, com leves alterações. No caso do personagem Homer, a obsessão pelas rosquinhas donuts, jargões em suas falas, e os problemas vividos no trabalho e em suas atividades domésticas, além do fato de afogar suas mágoas no bar do Moe, caracterizam, pela constante repetição, o perfil do pai da família Simpson.

As comparações com a obra de Poe vão além. Em comemoração ao “Dia das Bruxas”, *Os Simpsons* reproduziram satiricamente “O Corvo”, exibido pela primeira vez, nos Estados Unidos em 1990. Os diretores David Silverman e o escritor Sam Simom apresentam o personagem Homer que se vê atormentado por um pássaro de mau agouro, à semelhança do que ocorrera no poema de Poe. Silvia Maria Guerra

²⁶⁴ Ver o episódio “O feitiço de Lisa” referente à 13ª. Temporada da série *Os Simpsons*. Transmitido no Brasil em 2002.

²⁶⁵ ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

Anastácio, ao analisar comparativamente a produção de Poe, do século XIX, com a recriação simpsoniana, do século XX, acredita que, ao fazê-lo, poderia pensar possibilidades para motivar seus alunos a estudar os textos de Edgar Allan Poe, estimulando a acessibilidade ao texto literário. Segundo a própria autora,

na animação, a abertura coloca o espectador em contato com o conteúdo dramático da história, mostrando, primeiramente, através de um rápido congelamento de cena, a figura de Bart, como se estivesse se enforcando e emitindo grunhidos estranhos, provavelmente para prenunciar a atmosfera de horror do conto. Mas é o ângulo de visão de Lisa, que instaura a narrativa, quando ela lê a primeira linha do relato, que será ilustrado, passo a passo, através da focalização do que acontece com o personagem Homer. A justaposição desses dois planos narrativos (quer do ponto de vista de Homer, quer do ângulo de visão de Lisa) acontece, portanto, durante toda a animação e, ao se focalizar o comportamento do personagem Homer, mostrando as suas ações, palavras, reações, bem como os seus sentimentos e pensamentos, o espectador acompanha, através de uma representação plástica detalhada, o desenrolar da história embutida nos versos de Poe.²⁶⁶

A produção simpsonizada é acompanhada, ainda, de sinos sonoros, plásticos e que se articulam no nível icônico, categoria semiótica das impressões para dar à história um tom soturno, de mistério, assim como na obra Põe. De forma similar, em “A filosofia da composição”, DVD no qual está presente a versão simpsonizada de “O Corvo”, David Silverman explica a criação coletiva do episódio:

[Quando rodamos um filme] [...] a primeira coisa que recebemos é a trilha sonora. Com o roteiro e a trilha, fazemos o storyboard. Então, passamos aos desenhos. Dos desenhos, ao animatic. Em seguida, trabalhamos nos planos de exibição e, depois, os enviamos a Coréia. Lá, tem um grupo que trabalha na animação final, xérox, pintura, câmera... Depois, volta tudo para cá. Re-filmamos alguma coisa, se for preciso. Enviamos a Grazie Films para os efeitos sonoros, para a música e para acrescentar as vozes. O processo todo leva cerca de cinco a sete meses, desde o roteiro até ir ao ar. Nesse episódio de “O Corvo”, tudo começa com o roteiro e a trilha. É o do “Dia das Bruxas”, Halloween, o episódio se intitula Three Houses of Horrors. Escolhi a terceira parte, chamada “O Corvo”, baseada em um poema

²⁶⁶ ANASTÁCIO, Silvia Maria Guerra. Os Simpsons revisitam “O Corvo” de Edgar Allan Poe. *Scripta Uniandrade*, 2007. p. 45-58.

de Edgar Allan Poe, adaptado por Sam Simon e visualmente por mim, que sou o diretor.²⁶⁷

O “império econômico” de *Os Simpsons* é explicitado em seu *modus operandi*, pois na produção artística, que é feita também fora dos Estados Unidos, é utilizada mão de obra barata dos coreanos na produção dos episódios do desenho a qual passa por um sistema de polissemia, entendida na concepção de um conglomerado heterogêneo e hierarquizado de sub-sistemas, que interagem entre si, constituindo uma rede sígnica.²⁶⁸ Além desse conceito ser aplicado à relação de produção dos episódios simpsonianos, é salutar perceber que a projeção do desenho para as demais redes de comunicação pode condicionar recriações em que o social, o político e, às vezes, o religioso, colocam-se em tensão. O efeito da arte pode mudar de lugar na relação de poder. As manipulações do texto fonte, podem ser feitas a partir de um novo olhar condicionando diferentes recepções e repercussões. Pensado dessa maneira, a característica de buscar a intertextualidade com obras de referência da literatura, cinema e demais produções artísticas, fazem de *Os Simpsons* um desenho inspirador para reflexões sobre a recepção. A própria construção do desenho é pautada por possibilidades de ressignificações artísticas, mesmo que vigiadas por seus produtores.

Retomando a suposta campanha presidencial de Homer, destacamos, agora, o segundo exemplo elencado para analisarmos os posicionamentos dos internautas. Trata-se de um depoimento no qual a bebedeira é utilizada como *slogan* para a campanha da candidatura do personagem simpsoniano para presidente do Brasil. Argumenta o internauta: “*melhor do que a PORRA do Luíz Inácio Lula DA SILVA!!!! CAMPANHA: “bebedeira pra todos” kkk*”²⁶⁹. Mais uma vez, a referência comparativa e agressiva à figura do presidente “Lula” e às suas práticas políticas fez-se presente, procurando relacionar, tal como aconteceu com as rosquinhas, uma característica que marca ao mesmo tempo, o personagem, simpsoniano e o governo do ex-presidente do Brasil. É fato corrente que, para evitar os acidentes de trânsito, a Lei Seca foi a principal estratégia do governo Lula. A utilização constante do “bafômetro” pelas estradas foi alvo das discussões político/midiáticas no Brasil em 2008. Obviamente, apesar de certa

²⁶⁷ (Entrevista que consta como bônus da segunda temporada, em DVD, 1990.)

²⁶⁸ ANASTÁCIO, Silvia Maria Guerra. Os Simpsons revisitam “O Corvo” de Edgar Allan Poe. *Scripta Uniandrada*, 2007. p. 50.

²⁶⁹ Internauta identificada como □ Тннynлнл ™, votou que “Sim, ele seria um bom presidente”, no dia 30 de dezembro de 2008.

diminuição do número de acidentes de trânsito, tal lei não consegue escamotear outros problemas nas estradas, oriundos da conservação das mesmas ou da má formação dos condutores brasileiros, os quais, contam em seu meio, inclusive, com aqueles que adquirem suas habilitações por meios ilícitos. Certamente que esses elementos, acrescidos da prática da corrupção no trânsito, dariam um fértil material para as ironias dos produtores dos *Simpsons*, que exploram, ao mesmo tempo, as mazelas sociais e a tradicional fama de “beberrão” que carrega o personagem Homer. Como justificativa, o internauta que votou em Homer para presidente do Brasil, o “bêbado de carteirinha”, ironicamente, poderia assumir o lugar do presidente Luís Inácio Lula da Silva e “resolver” o problema de outra forma.

Essa temática da bebida propiciou destaques midiáticos envolvendo o Presidente Lula e o jogador Ronaldo “Fenômeno”, em 2006, rendendo críticas de ambos os lados. Desde 2006, a mídia tem propagado com insistência a perda da boa forma física do jogador, o qual, além de comumente encontrado em baladas noturnas, tornou-se garoto propaganda de uma marca de cerveja. Em função de uma ironia do Presidente da República sob a condição atlética do jogador, travou-se um diálogo áspero entre ambos, patrocinado pela mídia, cujos temas obesidade e alcoolismo foram tratados ao melhor estilo Homer Simpson:

O craque Ronaldo, o fenômeno, fez o que a oposição não consegue fazer com Lula: responder às bravatas presidenciais à altura e deixá-lo intimidado politicamente. Saiu pela culatra o tiro reeleitoral do presidente Lula em usar a seleção como trampolim para fortalecer sua popularidade na véspera da estréia da seleção brasileira na Copa do Mundo. Na videoconferência de ontem, Lula **brataqueou** com o técnico Parreira que **“Ronaldo estava gordo”**. O craque do Barcelona, que não participava do evento, deu sua resposta: **“Todo mundo diz que Lula bebe pra caramba. Tanto é mentira que eu sou gordo como deve ser mentira que ele bebe pra caramba”**²⁷⁰.

Embora a história brasileira esteja repleta de exemplos em que autoridades fazem uso do futebol ou das celebridades do meio, para potencializar seu capital político, neste caso, as críticas do Presidente à obesidade de Ronaldo renderam-lhe comentários sobre o seu suposto hábito de ingestão frequente de bebida alcoólica,

²⁷⁰ Disponível em: <<http://www.alertatotal.net/2006/06/ronaldo-d-resposta-de-craque-que.html>>. Acesso em 07 de setembro de 2010.

provocando desgastes em sua imagem. Não por coincidência, os atributos depreciativos do jogador e do presidente, ambas características presentes no personagem Homer Simpson, tornaram-se material fértil para as brincadeiras simpsonizadas dos internautas.

Nesse aspecto, a perspectiva foucaultiana de análise do poder para além do Estado contribui para refletirmos sobre o papel dessas novas tecnologias na política contemporânea²⁷¹. Esse é um caminho que possibilita analisar a sátira contida no desenho e sua simpsonização, como instrumentos para a ridicularização dos erros cometidos por autoridades frente aos problemas sociais que condicionam a atitude e a reflexão dos indivíduos. A respeito da relação mídia, entretenimento e política, devemos saber que

(...) para entender o papel da mídia na política não basta analisar os programas explicitamente políticos ou parte do noticiário dedicado as questões políticas, mas devemos entender inclusive o papel de programas tradicionalmente reduzidos a categoria de entretenimento, como as telenovelas.²⁷²

Obviamente, as novelas no Brasil exercem uma função importantíssima em função de seu alto nível de audiência. Porém, o raciocínio de que é necessário ficar atento aos entretenimentos audiovisuais e a seu contato com a política é apropriado para *Os Simpsons*. Como uma série televisiva que é apresentada no Brasil desde 1991, o desenho acompanhou, junto aos brasileiros, a evolução de novos meios de comunicação audiovisuais, principalmente instrumentalizados pelo computador, que tendem à popularização, sobretudo no século XXI. Na Internet, muitos *sites* facilitam a criação audiovisual e o uso de imagens para seduzir o público. A linguagem por via das imagens tem tido em *Os Simpsons* um ponto de referência crítica, afetando, inclusive, pessoas que não são tão aficionadas ao desenho. Após as aventuras da família pelo Brasil e a contribuição de Willian Bonner em comparar os brasileiros a Homer Simpson, ocorreu um aumento significativo da linguagem simpsonizada. Em relação às novas possibilidades de comunicação alternativa como forma de resistência, no ano de 2002, época de “O feitiço de Lisa”, na Venezuela, ocorreu um fato muito interessante

²⁷¹ FOUCAULT, Michel. A Governamentalidade. In: *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1982. p. 277-293.

²⁷² PORTO, Mauro Pereira. O poder da televisão: relações entre TV e política. *Comunicação & Educação*. São Paulo. jan/abr. 1997. p. 17.

que ressalta os novos meios de comunicação como instrumentos para resistência, conforme esclarece Bolaño a seguir.

O exemplo mais claro foi à tentativa de golpe de Estado de abril de 2002, contra o próprio Chaves, de cuja estratégia comunicacional a grande mídia de todo o continente, de norte a sul, participou de forma vergonhosa. Na mesma ocasião, no entanto, a comunicação alternativa, incluindo as rádios comunitárias, articuladas pela Internet, e, na Venezuela, a utilização dos celulares para a mobilização popular, mostrou o seu potencial crítico e de resistência.²⁷³ (*Grifo nosso*)

A Internet passou a ser um dos principais espaços de críticas e formação de movimentos dos últimos anos. Ao mesmo tempo em que as empresas investem no controle desse meio, os recursos que sugerem atitude e maior liberdade para os internautas são os mais sedutores. Em alguns momentos, tem-se a impressão de que os mesmos instrumentos que controlam e servem para a manutenção de hegemonias, podem condicionar críticas e desmoronamentos tão velozes quanto os avanços da comunicação.

Em relação a *Os Simpsons* e às suas críticas ao Brasil, e aos dribles dos internautas, o episódio “*A esposa Aquática*” (2007), da 18ª. temporada, que alcançou os níveis de maior audiência das temporadas de 2007 e 2008, nos Estados Unidos, tendo sido assistido por 13,9 milhões de pessoas”,²⁷⁴ também, fez referência ao Brasil, ocasionando outra instância de censura. Neste mesmo ano, o presidente George W. Bush buscava aproximação com o Brasil para negociar, principalmente, o “etanol” proveniente do açúcar brasileiro. Impopular internacionalmente, principalmente por suas atitudes imperialistas, disfarçadas como combate ao terrorismo, o presidente foi recebido com protestos no Brasil. Na Avenida Paulista, alguns cartazes traziam a mensagem: “*Fora do Brasil Bush e sua política imperialista*”.²⁷⁵ Embora os protestos gerados por sua visita não tenham sido censurados no Brasil, o mesmo não aconteceu com a personagem Lisa Simpson, cujas falas foram alteradas, conforme observamos abaixo:

²⁷³ BOLAÑO, Cesar. *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 13.

²⁷⁴ Disponível em: <http://pt.simpsons.wikia.com/wiki/A_esposa_aqu%C3%A1tica>. Acesso em 11 de julho de 2010.

²⁷⁵ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u73720.shtml>>. Acesso em 11 de julho de 2010.

CENSURADO	LIBERADO
Marge: Argh! O paraíso da minha infância virou um chiqueiro.	Marge: Argh! O paraíso da minha infância virou um chiqueiro.
Lisa: Esse é o lugar mais nojento em que já estivemos.	Lisa: Esse é o lugar mais nojento em que já estivemos.
Bart: E o Brasil?	Bart: Sério, você acha mesmo?
Lisa: Depois do Brasil.	Lisa: Se eu falei é porque acho.

O trecho censurado fala por si. O Brasil foi considerado por Lisa o lugar mais nojento em que ela já estivera. A censura, desta vez, foi, rapidamente, assinada pela própria FOX TV que já havia feito algo extremamente semelhante com o episódio em que *Os Simpsons* fazem crítica ao peronismo.

Acerca dos problemas que marcam a produção do desenho é conveniente esclarecer que:

A ascensão do seriado não foi sem percalços. Groening brigou primeiro com o produtor e roteirista Sam Simon, que muitos consideram o responsável pelo refinamento da série ainda em seu início, e depois com James L. Brooks, produtor-executivo e responsável por levar o desenho à TV. Houve ainda dois protestos dos dubladores por aumentos salariais, ambos bem-sucedidos. As vozes de profissionais como Nancy Cartwright (Bart), Dan Castellaneta (Homer) e Harry Shearer (Senhor Burns) tornaram-se indissociáveis dos personagens e hoje custam ‘mais de US\$ 100 mil por episódio’ (mais de R\$ 200 mil), segundo o chefe Murdoch²⁷⁶.

Mais do que os problemas que a série enfrenta por sua ascensão, a dificuldade atinge, também, o dono da FOX TV e de grande parte das indústrias culturais globais, Murdoch. Obviamente, o problema é muito maior para a série, porém, Murdoch está sob a condição de refém de seu próprio investimento de sucesso global. Contradições como essas, principalmente instrumentalizadas e aceleradas pelas mídias alternativas, fundamentam a perspectiva de mudança. A crítica afiada simpsonizada é uma contribuinte deste processo.

²⁷⁶ CANÔNICO, Marco Aurélio. Febre na TV, Simpsons ganham filme. *Observatório de Imprensa*. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/concessoes-de-tv-terao-fiscalizacao>. Acesso em 10 jun. 2011.

Muitos analistas políticos afirmam que o governo Lula (2002-2010) deu continuidade às várias medidas tomadas por Fernando Henrique Cardoso (1994-2002). Parece que, em relação à censura de *Os Simpsons*, as atitudes, ou não ações, fizeram com que a insatisfação em relação às críticas sobre o Brasil causasse um incomodo semelhante ao de 2002. As impressões negativas de Lisa Simpson sobre o Brasil não puderam ser apresentadas aos brasileiros pela TV, mas o posicionamento da FOX não pode impedir que essas críticas fossem divulgadas e vistas pela Internet. Lula também não escapou da simpsonização. Após ter sido citado no também famoso desenho *South Park*²⁷⁷ e, brevemente, no próprio *Simpsons*, ele foi apresentado na Internet, criticamente e geralmente, comparado a Homer. Observe abaixo uma dessas comparações:

Homer Simpson	Lula
	
É alcoólatra É supervisor de uma usina nuclear e põe em risco a vida de várias pessoas todos os dias. Mora em Springfield, uma cidadezinha que não cresce. Seu lema é "Não sei de nada, não vi nada e quando cheguei já estava assim". Orgulha-se de ser ignorante e não ter estudado. Detesta trabalhar. Adora viajar. Os amigos dele sempre o colocam em confusões. Adora levar os créditos pelo que os outros fazem de bom e nunca tem participação no que fazem de mal. É amarelo.	Ele também É o presidente da república e "ferra" a vida de várias pessoas todos os dias com suas decisões erradas. Mora em Brasília, capital de um país que também não cresce, ao contrário do resto do mundo. O dele também. Ele também. Ele também. Ele também. Os dele também. Ele também. Amarela sempre que é obrigado a tomar uma posição.

Blog do Calpina

²⁷⁷ *South Park*, criado em 1997 é uma série de desenhos animados que assim como *Os Simpsons* caracteriza-se por críticas a sociedade americana e a celebridades internacionais. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/variedade/lula-vira-personagem-south-park-449940.shtml>>. Acesso em: 12 jul. 2010.

Figura 50: Homer e Lula

Fonte: disponível em: <<http://www.blogdoçaipira.com/tag/lula/page/9>>/

Nessa análise comparativa das características de Homer Simpson e de Lula, no “Blog do caipira”, são destacados alguns pontos negativos de Lula e seu governo. Sobre o ex-presidente, os comentários se referem às constantes viagens, ao alcoolismo, que já rendeu o desentendimento com Ronaldo Fenômeno, fato ao qual nos referimos anteriormente, e à sua indecisão em momentos importantes de seu governo. Também, se enfatizou a dificuldade de crescimento econômico do Brasil no primeiro mandato de Lula (2002-2006), suas declarações de que “não sabe nada”, em relação à compra de votos para aprovar projetos do governo no congresso, apelidada de Mensalão (2005) e as excessivas mudanças no grupo ministerial, provenientes da crise envolvendo o PT e os membros do executivo, acelerada com os escândalos de corrupção. Isso fica explícito com a frase “*os amigos sempre o colocam em confusões*”, a qual nos lembra, também, do “caso Palocci”, em que o ex-ministro da Fazenda do governo Lula foi acusado de pagar propinas às empreiteiras, quando ainda estava no cargo de prefeito de Ribeirão Preto, São Paulo. Destacamos que no livro *Sobre formigas e cigarras*, o ex-ministro da Fazenda afirma que dialogou com João Roberto Marinho, das Organizações Globo, para redigir o documento “Carta ao Povo de 2002”, o qual marcou as propostas de Lula para o seu pleito e condicionou sua elegibilidade no mesmo ano.²⁷⁸ Enquanto Fernando Henrique Cardoso tinha dificuldades para criar argumentos para a eleição de José Serra pelo PSDB em 2002, e ainda se incomodava com a visita dOs *Simpsons* ao Brasil, o PT, através de Palocci, aproximava-se da Rede Globo e caminhava para a vitória de Lula nas eleições.

O desenho americano *South Park*, também, não poupou a imagem do então presidente Luis Inácio Lula da Silva. No episódio “Pinewood Derby”, o pai do personagem, Stan, mata um ladrão e líderes internacionais (entre eles Lula) alienígenas resolvem dividir o dinheiro do vilão entre eles. Questionado pela polícia intergaláctica, Lula procura disfarçar, negando a existência do produto do roubo, conforme a cena a seguir.

²⁷⁸ PALOCCI, Antoni. *Sobre formigas e cigarras*. São Paulo: Objetiva, 2007.



Figura 51: Lula em *South Park*

Fonte: Episódio Pinewood Derby (2009)

Em *Os Simpsons*, a candidata à presidência, apoiada por Lula e pelo Partido dos Trabalhadores (PT), também, teve uma breve participação em recentes episódios da atual temporada (2010). Dilma Rousseff, que em lutas da esquerda contra o regime de Ditadura Militar (1964-1985) chegou a adotar os nomes falsos de Estela, Patrícia, Luiza e Vanda, cometeu atos considerados ilícitos, mas que tenta justificar como necessários na resistência e lutas das esquerdas no Brasil. Conforme noticiado pela grande imprensa, Dilma participou de assaltos a bancos, como ao cofre Ademar de Barros²⁷⁹, para conseguir um dinheiro cuja finalidade ninguém conhecia.²⁸⁰ Esse passado, associado ao crime e a seu incentivo à construção de inúmeros presídios, proporcionou um espaço ideal para a ironia simpsoniana, como podemos verificar a seguir.

²⁷⁹ Dilma Russeff nega a participação no roubo ao cofre do ex-governador de São Paulo Ademar de Barros, cujo montante fez com que os guerrilheiros da Vanguarda Popular Revolucionária Palmares (VAR-Palmares) tomassem posse de um montante de aproximadamente de 2,4 milhões. Presa em 1970 foi chamada pelos militares de “Papisa da subversão”. Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/biografias/dilma-rousseff.jhtm>>. Acesso em: 12 de jul. 2010.

²⁸⁰ RIZZO, Bruno Engert. *A ficha criminal e os diplomas de Dilma*. Disponível em <<http://ofca.com.br/artigos/2009/07/11/110709-a-ficha-criminal-e-os-diplomas-de-dilma/>>. Acesso em: 12 de ju. 2010.



Figura 52: Dilma Rousseff em *Os Simpsons*

Fonte: disponível em: <<http://www.diariodebarrelas.com.br/2010/03/18/dilma-inaugura-prisao-no-seriado-the-simpsons/>>

O episódio da 21ª. Temporada apresentado em março de 2010, nos Estados Unidos, apresenta a ex-ministra do Ministério de Minas e Energia e ministra chefe da Casa Civil, após o escândalo do mensalão, apoiando a construção de um presídio em Springfield. Ao lado do prefeito Quimby e do presidiário exemplo Sideshow Bob, Dilma lançará, também, a pedra fundamental do novo monotrilho da cidade. A proximidade de Dilma Rousseff com o prefeito de Springfield (à direita) sugere tanto o anseio da candidata do PT às eleições para presidente do Brasil em 2010 como o interesse, caso vencedora no processo eleitoral, de estabelecer vínculos com as autoridades norteamericanas. Por outro lado, a proximidade de Dilma Rousseff com o ex-presidiário Sideshow Bob pode reportar ao seu convívio com a criminalidade e sua vinculação aos seus interesses políticos, visto que, enquanto ex-militante e candidata às eleições, ela se coloca realmente no meio desta imagem, cercada por crime e política. O próprio Sr. Burns, maior empresário de Springfield, e um grande mercenário, ficou irritado com a notícia e os interesses que circundam a vinda de Dilma Rousseff a Springfield. Dilma poderia ameaçar os interesses imperialistas do Sr. Burns, ou dos

Estados Unidos? Ou a participação dela nos antigos movimentos de esquerda seria a ameaça?



Figura 53: O Sr. Burns representação do empresário capitalista simpsoniano preocupado com o crescimento político de Dilma

Fonte: disponível em: <<http://www.diariodebarrelas.com.br/2010/03/18/dilma-inaugura-prisao-no-seriado-the-simpsons/>>

A figura do Sr. Burns, representação do empresário capitalista americano, sugere a preocupação dos industriais americanos com a hegemonia do Partido dos Trabalhadores (PT) no Brasil, principalmente vinculada à ascensão política de Dilma Rousseff, confirmada em sua eleição para presidente do Brasil em 2011. Pensado nesta direção, a imagem simpsonizada acima, além de retratar a preocupação do empresariado americano com a ascensão de Dilma e do Brasil no cenário econômico mundial, também elucida a vinculação da atual presidente brasileira com a criminalidade. Esta relação está vinculada a investimentos em presídios, conforme já frisado, mas principalmente ao seu antigo papel de Dilma nas militâncias comunistas que ameaçavam o imperialismo americano nos anos de 1960 e 1970.

Nos últimos anos, principalmente, a partir de 1994, com o sucesso do Real, que elegeu Fernando Henrique Cardoso, os gastos com a propaganda televisiva feitos

pelo governo federal foram altíssimos. O governo Lula (2002-2010), evidentemente, utilizou bem essa tática e programas como “Fome Zero” e o “Universidade para Todos (PROUNI)”, além do slogan “sou brasileiro e não desisto nunca”, povoaram a televisão brasileira nos últimos anos. Ao estudar sobre a propaganda audiovisual do PROUNI, João Anzanello Carrascoza destaca que a incoerência do governo Lula pode ser representada por sua incoerência comunicativa. Nesse viés, afirma que, no comercial de TV, a música de Geraldo Vandré “Pra não dizer que não falei das flores” é apresentada de forma descontextualizada, visto que a propaganda é, praticamente, uma cópia de uma cena do filme americano *Hair*, dirigido por Milos Forman. A tentativa de adaptação da cena do filme americano para o comercial do governo descaracteriza a trilha sonora. Dessa forma, Carrascoza esclarece que:

Hino dos militantes da esquerda, cantado em toda e qualquer passeata, a letra convocatória de Vandré ressurgiu, quase quatro décadas depois, no comercial de um governo capitaneado por um político cujo partido se anunciava, até bem pouco tempo, socialista, e, numa fabulosa metamorfose, parece ter-se tornado mais neoliberal que os neoliberais.²⁸¹

Talvez, por tal metamorfose do governo, mesmo os altos investimentos em propaganda para a sedução do eleitorado e a vitória em duas campanhas não impediram que a crítica transformasse Lula em Homer Simpson. Vimos, anteriormente, uma comparação de Homer e Lula como exemplos de insatisfação de internautas; e a simpsonização não parou aí. Um vídeo disponível no You Tube apresenta um mini-desenho chamado “Os Sinicons”, em cuja tela inicial apareceram as nuvens e o céu azul rememorando a imagem inicial apresentada em *Os Simpsons*, e em seguida, a personagem “Marquisa” (representação de Marisa, primeira dama) que dialoga com “Rouber”, menção ao presidente Lula.

²⁸¹ CARRAZCOZA, João Anzanello. Uma propaganda exemplar do governo Lula. *Comunicação & Educação*. Maio/agosto, 2006.



Figura 54: Os Sinicons – Roubert e Marquise

Fonte: disponível em: <<http://gauderio.org/site/?p=171>>

“Eu ouvi dizer que Brasilfield anda muito violento”. Tal é a resposta de Roubert ao ser perguntado por sua esposa sobre uma possível viagem. Lula simpsonizado afirma que tem medo de viajar de avião e ao ser proposto a ele um passeio de carro, ele destaca o medo da violência. *“Ouviu dizer ainda que em Brasilfield existe até corrupção”*. E então, Marquise pergunta: *– Como é que você sabe?”*

Roubert, incomodado, responde: *– Eu não sei de nada... Não sei de nada.*

Na mudança de cena, com Roubert constrangido após afirmar que “não sabe de nada” e Marquise dizer que as malas já estão prontas, o diálogo continua:

- Mala? O Suplici vai com a gente? (Roubert)*
- Não são bonitas? (Marquise)*
- Peguei emprestadas com Marcos Valério.*

O Senhor José Serra Burns surpreende o casal com as malas de Marcos Valério, como mostra a ilustração:



Figura 55: Os Sincons – as malas do Marcos Valério

Fonte: disponível em: <<http://gauderio.org/site/?p=171>>

Consciente da situação, Rouber fica preocupado, pois, há alguma coisa de errado naquelas malas. Historicamente, Marcos Valério ficou conhecido nacionalmente pelo seu envolvimento com o escândalo de corrupção e compra de votos denominando Mensalão (2005), que envolveu, também, dentre outros, José Dirceu do PT, ambos denunciados por Roberto Jefferson (PTB). Ressaltamos que o empresário Marcos Valério já havia sido personagem de um escândalo de corrupção que envolveu a campanha eleitoral de Eduardo Azeredo do PSDB. Assim, tanto o PT, cujo principal expoente é Lula, representado por Rouber, como o PSDB, cujo nome de grande expressão, juntamente com Fernando Henrique Cardoso, é José Serra “Burns”, na crítica simpsonizada, colocam o internauta estão atento às malas do Marcos Valério, seja pelo seu conteúdo ou em função das rivalidades políticas. Indagado sobre as malas, Rouber, ao responder “*Eu não sei de nada. Eu não vi nada*”, abre margem para que José Serra Burns, ameace contar para todo mundo que Rouber (Lula) estava com as malas, aproveitando-se da situação para ironizar: “*_ Eu vou tirar o seu emprego. Ah, há!*”.

John Downing, pesquisador americano, ao analisar o que denomina mídia radical, argumenta que esta se caracteriza pela provocação de efervescência, de base individual ou grupal ampla e seus efeitos podem adquirir visibilidade muito tempo depois de propagada. A efervescência, ou provocação, procura enfrentar a ordem estabelecida, criando um meio de expressão pelo qual o indivíduo, ou grupo, procura

construir uma rede de relações solidárias. Assim, as audiências ativas podem atuar nesse processo de provocação e desconstrução, apresentando-se como um veículo de transformação. Pondera, ainda, que as mídias radicais se opõem à mídia convencional de grande alcance.²⁸² No caso de *Os Sinicons*, a sátira simpsonizada apresentada na Internet, foi censurada e, em 2011, dificilmente é acessada, devido a exigências de direitos autorais e, provavelmente, constrangimentos políticos.

Nesse sentido, apesar de estar agregado aos recursos expressos em um desenho de veiculação das grandes mídias - *Os Simpsons* -, *Os Sinicons* não deixam de apresentar um caráter provocador que, em certa medida, o aproximaria da mídia radical. Outro ponto importante diz respeito à recepção ativa em que - tanto no caso daqueles que produziram uma crítica ao mensalão, ponto mais frágil do governo Lula, quanto dos que buscaram retirar o desenho da Internet -, a provocação e a atitude às recepções fizeram-se presentes, com frequência, confirmando a importância da atividade receptiva e das provocações marcadas pela linguagem simpsonizada.

Porém, Downing alerta que os produtores das mídias hegemônicas podem utilizar as audiências ativas como estratégias de persuasão e sedução, tal como ocorre nos jogos de avatares e demais recursos presentes na Internet que, ao mesmo tempo em que aparentam liberdade, podem inserir o indivíduo em uma prisão virtual. Sem dúvida, os produtores simpsonianos têm consciência disso. Sabendo ser essa uma questão concreta, buscamos pensar a recepção e sua atividade como contribuintes para provocações que norteiam mudanças, não apenas nas comunidades virtuais, mas no cotidiano de políticos, celebridades e autoridades de toda a espécie. O caráter anárquico da simpsonização e seu poderio reflexivo, provocador e politicamente incorreto é que buscamos evidenciar com maior precisão.

A utilização da família para se investigar as práticas políticas e o cotidiano em sociedade é retomada no desenho *Os Simpsons*, da mesma forma como o fazem os internautas. Nessa série animada, ao contrário de outros programas de entretenimento nos séculos XX e XXI, os problemas são expostos, mas as pessoas de Springfield, representação de uma cidade comum americana, não conseguem resolvê-los ao final dos episódios.

²⁸² DOWNING, John D. H. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: SENAC, 2002.

Contando com uma equipe de produção em que muitos dos membros são especialistas em estudos sobre as questões sociais, o desenho é produzido a partir de tais problemas. Matt Groening, o criador da série, enfatiza que o desenho foi inspirado pela sua própria família. Os personagens têm seus nomes vinculados à família de classe média de Groening que, vivendo nos Estados Unidos e experimentando as contradições da sociedade americana percebeu que seria interessante tratar dela, ironicamente, em um desenho. O filho de Homer, Bart Simpson, deveria, inicialmente, se chamar Matt, porém, foi feita uma pequena modificação. Vê-se que imaginação e realidade social estão especialmente unidas na produção do desenho. Nesse intento, a crítica ao ideal Estados Unidos super “vitorioso” na guerra-fria é feita a partir de suas contradições internas mais as “familiares”. Isso caracteriza a “mola propulsora” dos criadores dos *Simpsons*, os quais, em 1989, tinham um contexto histórico especial para mentalizar o desenho e projetá-lo para o mundo.

Em um mundo contemporâneo marcado pelo desengajamento do indivíduo em uma sociedade fluida, fragmentada e sem fronteiras, é significativo destacar que, dentro desse quadro de mundo globalizado, as maneiras de sentir e de ser²⁸³ do homem se alteram. Diante dessa flexibilidade, a família não propõe aos filhos normas e preceitos tradicionais e fixos, visto que o mundo encontra-se em constante mutação.

Retornando à figura de Homer, o personagem se caracteriza como um pai “hipermoderno”, pois, despreocupado, bêbado ou atrapalhado não se preocupa em educar os filhos com preceitos tradicionais americanos e universais e, apesar de tentar ser um pai prestativo, muitas vezes suas frustrações o impedem de se portar como tal. Homer seria o conformista compulsivo, aquele cidadão que pode melhor se adequar à sociedade globalizada e contemporânea. Facilmente manipulável, o papai Simpson consegue “ser feliz”, mesmo caracterizando-se como um sujeito ficcional duvidoso, medroso, impotente e inseguro. Encontramos, neste personagem, uma representação das características do indivíduo hipermoderno elucidado por Haroche. Talvez, encontra-se nesse fato uma das prováveis explicações para os votos destinados a Homer para presidente do Brasil, assim como, para a popularidade do desenho e, por conseqüente, para a manutenção do seu sucesso e seu alto nível de audiência.

O ato de votar em Homer para presidente adquire, portanto, dois sentidos. Por um lado, a ironia simpsoniana remete a críticas à política e aos políticos, pois a

²⁸³ HAROCHE, Claudine. *Maneiras de ser e maneiras de sentir do indivíduo hipermoderno*. Mimeo.

apresentação das mazelas sociais apresenta um quadro em que é apontada a incompetência administrativa e a insatisfação dos internautas com a realidade brasileira. Em outra vertente, o voto no pai da família Simpson demonstra ceticismo, desânimo e indiferença em relação à política, pois, se Homer não consegue administrar nem mesmo sua família, a opção ficcional dele para presidente do Brasil, mostra que “tanto faz” quem é escolhido para presidente, pois dificilmente a situação se alteraria. Nessa perspectiva, irônico é pensar que um bêbado, individualista e incompetente como o personagem Homer Simpson pudesse administrar o Brasil. Independentemente da visão, mesmo que o indivíduo se mostre incrédulo com as alterações sociais, a atitude de se posicionar politicamente na Internet, contou com a colaboração da realidade brasileira e da linguagem simpsonizada.

Ao estampar em suas páginas, em 30 de março de 2008, que “todo país tem um Homer”, o jornal *Folha de São Paulo*, ainda que não explicita diretamente, acaba por confirmar, mais uma vez, a importância do personagem ficcional Homer para o público do mundo inteiro. Como estereótipo de um pai de família de classe média, gordo, estúpido e engraçado, Homer cativa muitas pessoas que acabam se identificando com seus hábitos. Segundo James L. Brooks, produtor executivo do desenho, “*Ficar largado no sofá, vendo TV e bebendo cerveja é um comportamento com o qual é fácil se identificar*”²⁸⁴. Outro ponto destacado para explicar a popularidade do personagem é o fato de ele ser visto em outros países como um americano estúpido, aspecto que condiciona o riso e a simpatia por Homer. Em relação à polêmica da representação ridicularizada do Brasil feita pelos produtores do desenho no episódio “O feitiço de Lisa”, James Brooks afirmou que a ameaça de processo das empresas de Turismo do Rio de Janeiro e o mal-estar gerado com o presidente Fernando Henrique Cardoso, em 2002, foram resolvidos com um pedido de desculpas. Demonstrando o poder de repercussão das críticas do desenho em relação ao Brasil, o presidente da Fox TV, Ricardo Rubini afirmou que chegou a dar ordens para que alterassem a dublagem em alguns episódios para evitar “problemas” com o público, como os que aconteceram em 2002. Interessada em explorar essa relação de Homer Simpson com a política, a *Folha de São Paulo* chegou a indagar se Homer seria um republicano. O produtor dos *Simpsons*, dizendo ser um eleitor de Barack Obama, afirmou que a única eleição que

²⁸⁴ Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/arquivo/artelazer/2004/not20041027p7084.htm>>. Acesso no dia 30 de dezembro de 2008.

interessava a Homer é a de qual é a melhor cerveja. Insistindo na relação dOs *Simpsons* com as eleições presidenciais nos Estados Unidos, o jornal fez menção a briga de Homer com Bush pai, retratada em um dos episódios, indagando sobre o que a personagem Lisa achava da possibilidade de Hilary Clinton tornar-se presidente dos Estados Unidos, obtendo como resposta de Brooks que ela se orgulharia muito. Através dessa entrevista, percebemos, claramente, que James Brooks procurou se esquivar das perguntas provocativas do Jornal *Folha de São Paulo* sobre a relação dOs *Simpsons* com a política.

Mesmo assim, o destaque ao personagem Homer na reportagem sobre a polêmica do episódio “O feitiço de Lisa”, e as alterações feitas pela FOX nas dublagens e o próprio posicionamento de James Brooks como eleitor de Barack Obama explicitam o inevitável: pensar *Os Simpsons* é refletir sobre política.

“*Os ingleses escolhem Homer para presidente dos EUA*”. Nas disputas eleitorais para a presidência dos Estados Unidos em 2004, em que George W. Bush se reelegeu, a Revista *Radio Times* elegeu, pela Internet, Homer Simpson para presidente. O slogan do pai da família Simpson era “*Nenhum grande governo, apenas uma grande cintura*”. Sua principal promessa era diminuir os desastres nucleares já que ele era inspetor de segurança da usina nuclear de Springfield.²⁸⁵ É interessante examinar a ironia-satírica sobre a segurança.

Convém lembrar que a política belicosa de George W. Bush, em seu primeiro mandato (2000-2004), fundamentou-se na perseguição ao terrorismo, justificado pelo atentado de 11 de setembro, cuja organização foi atribuída a Osama Bin Laden. Em 2003, a invasão ao Iraque e a captura de Sadan Hussein solidificaram a política bushista. Atualmente, entretanto, a brincadeira sobre a eleição de Homer Simpson, em 2004, e as brigas de Homer com George Bush pai, em um episódio, parecem um prenúncio do desgaste da política belicosa utilizada por George W. Bush que, em seu segundo mandato (2004- 2008), mostrou ser um fracasso. Sadan Hussein foi capturado e morto, assim como Bin Laden (embora, neste último caso, muito tempo depois), ao passo que, com a atual crise desencadeada no últimos anos, muitas empresas americanas estão “desabando” tão espetacularmente como as Torres Gêmeas.

²⁸⁵ Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/arquivo/arteelazer/2004/not20041027p7084.htm>>. Acesso no dia 30 de dezembro de 2008.

Ou seja, o contexto parece tão sério e, ao mesmo tempo, tão irônico, como alguns episódios d*Os Simpsons*.

Na segunda comunidade sobre “Homer presidente” escolhida para esta investigação, é apresentada, na página inicial, a seguinte mensagem:

VOTEM HOMER SIMPSON PARA PRESIDENTE DO BRASIL
NAS PROXIMAS ELEIÇÕES DE 2010!
2006, Ano de eleições.
Anos de muitos escândalos na política, com a crise do mensalão e CPI
dos Correios.
Político é tudo igual, promete e promete, chega na hora de
fazer...NADA!
Todos concordam que estamos cansados!!
Portanto, agora nas eleições 2010 nada melhor que um candidato
adorado por todo mundo assumir o comando...o nome dessa pessoa
é...
...HOMER!!!
Isso mesmo, ninguém melhor que ele!²⁸⁶

Os principais problemas políticos veiculados pela mídia no governo Lula (2002-2008), tais como o mensalão e a crise dos correios, são apresentados como justificativas para a construção da comunidade que sugere a eleição do pai da família Simpson como solução para a crise política. A idéia preconceituosa de que os relacionamentos do Orkut são fúteis e de pessoas sem “consciência política” é, então, jogada “por terra”. A eleição de Homer para presidente do Brasil nas eleições futuras de 2010 passa a soar como um alerta para a escolha do próximo presidente. O descrédito com a política potencializa um ato político (a criação da comunidade com aproximadamente 6000 participantes), que incita reflexões acerca dos problemas políticos do governo Lula, problemas estes escamoteados pela sua popularidade em 2008. As premissas foucaultianas de que a política pode estar, também, em outros lugares, além do Estado e de seus corolários, e de que os avanços tecnológicos são fundamentais para as novas maneiras de se (re)pensar a política, esta posta a mostra.

Para Cornelius Castoriadis a política, no seu sentido corrente, tem sido uma atividade bizarra. Em todos os tempos, ela exige que se combinem as capacidades e faculdades requeridas, segundo o regime de governo para o acesso e a utilização do

²⁸⁶ Ver em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=1897273>>. Acesso em 28 de dezembro de 2008.

poder. Nesse sentido, enfatiza que a competência dos que exercem os cargos do legislativo e do executivo é entendida, muitas vezes, pela capacidade de se fazer amigos ou de conquistar parceiros partidários. Ou seja, os líderes políticos se fazem muito mais pela venda de votos e pelo carisma do que pela competência para governar. A partir dessa premissa, as figuras políticas são muito mais construídas pelas mídias e pelo dinheiro dos investidores partidários – fatores que, por vezes, conjugam-se –, do que pela capacidade de governabilidade dos proponentes aos cargos. Entendendo o carisma como “*o talento particular de uma espécie de ator que representa o papel do ‘chefe’ ou do ‘homem do Estado’*”²⁸⁷, podemos tentar compreender o porquê da criação fictícia, por parte dos internautas, oferecendo a Homer Simpson a possibilidade de tornar-se presidente do Brasil ou dos Estados Unidos. Parece ironia o fato de o governo popular de Lula (2002-2008), no Brasil, em função da trajetória do próprio Presidente da República e de muitos dos seus auxiliares, ter se envolvido com graves denúncias de corrupção, sendo que muitas delas, além de não ter sido apuradas adequadamente, parecem que caíram no esquecimento. Igualmente sugere uma sátira, se não fosse tão trágico, o fato do governo de George W. Bush (2000-2008) ter promovido as guerras contra o Afeganistão e contra o Iraque e, por consequência, as mortes de Sadam Hussein (2006), ainda em seu pleito e de Osama Bin Laden (2011), no governo de seu sucessor Barack Obama. George W. Bush com a justificativa de combater o terrorismo e localizar armas químicas ou de destruição em massa, argumentos que a história se encarregou de desmentir, e, talvez, por isso mesmo, tenham contribuído para a impopularidade do ex-presidente norte-americano em 2008. Num terreno com tantas contradições, ambiguidades e incoerências, até que ponto pode ser considerado absurdo supor que Homer Simpson teria espaço nestas substituições presidenciais?

Como analisado anteriormente, William Bonner, editor chefe do Jornal Nacional da Rede Globo de televisão, teve uma amostra do “poder político” de Homer Simpson. Ao comparar a personagem com o cidadão de classe média brasileira, entendido por Bonner como o telespectador médio do jornal nacional, o editor da Globo justificou a não veiculação de importantes informações, sob o argumento de que estas não eram notícias para “os Homer Simpsons”. Ou seja, como bem analisou Laurindo Lalo Leal, Bonner procurou dar visibilidade às interpretações sobre o personagem da

²⁸⁷ CASTORIADIS, Cornelius. *A ascensão da insignificância*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 14.

família Simpson, para deslocar as atenções do problema central, qual seja, a decisão de natureza política, em sintonia com os interesses da emissora, na escolha das matérias para inserção no Jornal Nacional. Curiosamente, Homer, que é caracterizado como um personagem desastrado e bebedor e que dá prioridade para programas televisivos irrelevantes, é transformado na figura símbolo do trabalhador que assiste ao noticioso da Globo. O jornalista e professor Claudio Tognolli, registrou em sua coluna que

disso tudo fica uma questão muito rasteira: quem é Homer Simpson? Lalo projetou nele o que vê de pior na Globo. Bonner, também, projetou no velho Homer algo que ele mesmo (Bonner) enxerga em si próprio: um trabalhador preocupado com a família. Os psicanalistas lacanianos chamam essa multiplicidade de papéis de *spaltung*, ou clivagem. São esses multitons de percepção que nos tornam humanos, demasiadamente humanos. Mas tais multiplicidades também são usadas por maus políticos, quando afundam atirando e encontram na autopiedade uma forma de sobrevivência. Aí, ensaiam um papel que jamais tínhamos imaginado. Que tipo de Homer será José Dirceu?²⁸⁸

Assim, a polêmica envolvendo Lalo e Bonner sobre o perfil de Homer, transforma este personagem em alvo de discussão político-midiática que, praticamente, a torna um sujeito político. Ao indagar sobre “que tipo de Homer será José Dirceu?”, Tognolli traz outros elementos para a análise sobre essa tênue relação entre o real e o ficcional. José Dirceu, que se destacou no cenário político nacional participando das lutas estudantis na ditadura militar (1964-1985), interrompeu seu “sucesso” na carreira política ao se envolver, em 2005, no escândalo de corrupção chamado *mensalão*. Embora, até o momento, nem os produtores dos *Simpsons*, nem os internautas (pelo menos os consultados nesta pesquisa) tenham respondido a indagação sobre que tipo de Homer é José Dirceu, a tomar como referência as manifestações dos apreciadores do desenho, ambos revelam carisma e poder, embora Homer, também, faça uso da autopiedade para garantir sua popularidade. De toda forma, Homer não se apresenta como um político estadista e sim como um pai de família. Nesse sentido, o tom de humanização de seus multitons pode ser ainda mais marcante do que o do político José Dirceu. Como ficção que é, Homer Simpson, objetivamente, não pode assumir cargos de representação política estadista, apesar da vontade de muitos internautas. José

²⁸⁸ Disponível em: <<http://www.consciencia.net/2006/0301-jn-homer.html>>. Acesso em 01 de maio de 2011.

Dirceu, por seu lado, não apenas assumiu cargos de relevância, tanto nos ministérios quanto no Congresso Nacional, bem como também decepcionou muitos dos eleitores que confiavam em sua trajetória política, transformando-se, assim, em excelente tema para as ironias simpsonianas.

Como propostas políticas para a eleição de Homer Simpson, os internautas da comunidade em análise propuseram:

Donuts for you! (já que o orkut não nos dá Donuts, o que é uma tremenda injustiça, Homer promete mudar isso!)

•Cerveja Duff de graça para todos

•7 dias de folga por semana com remuneração

Votem 89...votem Homer Simpson para Presidente
PCT - Partido da Cerveja para Todos²⁸⁹

O espírito epicurista de Homer, de que a vida vale a pena pelo prazer e pela ausência de dor, é enfatizado, sobretudo, pelo prazer de beber cerveja, comer as rosquinhas e não trabalhar. Esses pré-requisitos, de acordo com o internauta construtor da comunidade do Orkut, condicionam a campanha fictícia de Homer para as eleições de 2010, em substituição ao presidente Lula (2002-2008). A premissa de Epicuro, de que o sujeito deve limitar os desejos àqueles que precisa fazer, ou que são fáceis de fazer, é vivida por Homer na série *Os Simpsons*; porém, como a eleição de um sujeito ficcional é impossível, também impossível é o desejo do internauta na comunidade. Portanto, as duas principais teorias de como viver a vida são postas em confronto. Por um lado, há algumas criaturas que acreditam na possibilidade de serem felizes com o que possuem, como é o caso de Homer. Em outra perspectiva, existem aquelas que pensam que para ser feliz é necessário adquirir o que não possuem, sendo exemplos disso os internautas que não terão Homer como presidente. Ao discutir essa questão, Mark Rowlands destaca que o *“princípio epicurista básico adotado por Homer se baseia na idéia de que quanto menos controle você tiver em relação à satisfação de seus desejos, maior será sua frustração e insatisfação com a vida”*.²⁹⁰

²⁸⁹ Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=1897273>>. Acesso no dia 2 de janeiro de 2009.

²⁹⁰ ROWLANDS, Mark. *Tudo que sei aprendi na TV: a filosofia nos seriados de TV*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2008, p. 190.

Assim, a estratégia de moderar seus anseios a alguns desejos fáceis de serem alcançados, como a Cerveja Duff e as rosquinhas donuts, fazem de Homer uma figura feliz, fato que alimenta sua popularidade. Assim, acreditamos que, dificilmente, Homer Simpson aceitaria o cargo de presidente dos Estados Unidos ou do Brasil, a não ser nos desenhos ou na ficção. Em contrapartida, se quisermos pensar sobre algumas questões da vida e da política,

precisamos dar uma olhada numa família disfuncional composta por pequenas pessoas amarelas – Os Simpsons – (1989), em Homer, Marge, Lisa e Bart, e nas boas pessoas de Springfield, em geral, pois nelas encontramos todas as grandes teorias de como viver a vida e por que vale a pena viver.²⁹¹

²⁹¹ ROWLANDS, Mark. *Tudo que sei aprendi na TV: a filosofia nos seriados de TV*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2008, p. 184.

CONCLUSÃO

Philippe Àries²⁹², preocupado em pensar a importância da família e da criança para a história do ocidente, afirmou que a sua maneira de “entrar na história” se dava pela percepção apaixonante da vida cotidiana. Para tanto, esclareceu que, em seus estudos, tinha o desejo de “descobrir o mistério central”, mas, alertou que nunca estamos diante desse mistério central, posto que, “estamos no meio da rua”. Atualmente, é possível afirmar que, enquanto pesquisadores, estamos diante de produções digitais informatizadas, cada vez mais regulares e universalizadas, as quais, difundidas com velocidade e frequência desafiadoras nos colocam no meio de um turbilhão de informações. Se, em tempos anteriores, os cidadãos de países pobres dificilmente tinham acesso às técnicas comunicativas, o cenário vem se alterando e, mesmo com a eminente pobreza, um número maior de pessoas passa a fazer uso da Internet, com possibilidades de emitir suas opiniões em escala global. Textos, imagens, dados, sons e mensagens de todos os tipos são, cada vez mais, produzidos e difundidos na forma digital.²⁹³ Esta realidade do presente, instigou este pesquisador a olhar para o passado motivado por provocações feitas pelos produtores do desenho *Os Simpsons*, fato que se deu após assistir ao episódio “O feitiço de Lisa”, apresentado em 2002, que retrata a visita daquela família ficcional ao Brasil. Como o referido episódio foi proibido de ser veiculado na televisão aberta, indagamos, inicialmente, sobre as razões dessa proibição que impediu que os brasileiros que não possuem assinaturas de canais a cabo ou Internet pudessem assistir ao episódio, procurando estabelecer conexões entre a recepção das mensagens ali contidas e os prejuízos, incômodos e constrangimentos que elas poderiam provocar em políticos e empresas brasileiras, especialmente as do ramo do turismo, depois de divulgadas na Internet.

Ao procurar pistas para identificar como os costumeiros receptores do desenho, no Brasil, reagiram em relação à referida censura, foi possível identificar posturas e atitudes diferentes daquelas adotadas pelos políticos ou empresários brasileiros, o que nos levou a problematizar outros aspectos do objeto em investigação. Ao adentrar o ciberespaço, os diálogos desenvolvidos nas redes sociais revelaram certa

²⁹² Àries, Philippe. *História Social da Criança e da família*. 2ª. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

²⁹³ LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 7ª. ed. São Paulo: Loyola, 2011.

ambiguidade entre os receptores ou simpatizantes do desenho, posto que, muitas das imagens projetadas pela produção americana, tanto eram criticadas como aceitas pelo público brasileiro. Além disso, no percurso do trabalho, foi possível constatar que, nos vinte e um anos de veiculação da série, a convivência da produção do desenho com seu público propiciou a criação de um recurso de linguagem que, aqui, denominamos simpsonização, o qual, marcado pela política incorreta, pela sátira, ironia e demais recursos cômicos e comunicativos tem servido como instrumento para o público receptor, especialmente os internautas, desferir críticas a políticos, personalidades, empresas, instituições ou grupos escolhidos como alvos.

Assim, o percurso da pesquisa se direcionava para procurar compreender, a partir dOs *Simpsons*, representações construídas sobre o Brasil e os brasileiros, presentes tanto no discurso dos produtores do desenho quanto nosde seu público-receptor. No primeiro caso, foi necessário percorrer o amplo universo de elaboração do desenho, procurando compreender a tessitura do contexto (sócio)histórico no qual o mesmo foi criado e desenvolvido, bem como, a sua intrincada construção imagético-discursiva e difusão das mensagens.

Em meio a tais ponderações, no primeiro capítulo construímos um conceito de simpsonização através do qual evidenciamos que a linguagem simpsoniana, caracterizada pela cor amarela e o humor politicamente incorreto, é um instrumento comunicativo que povoa os espaços de debates da Internet. Tal artifício da linguagem, além de atingir uma comunidade de sentido específica, pessoas que assistem e compreendem o desenho, também passou a ser um recurso entendido por internautas que simpatizam ou não com a série. O estudo sobre a trajetória da série e o destaque às suas principaistemáticas, como a violência, a sexualidade e osdesvios de condutados indivíduos foram instrumentais importantespara pensarmos características do homem contemporâneo para, a partir de então, termos instrumentais para pensarmos o Brasil e o brasileiro ativo, tendo como ponto de partida *Os Simpsons* e sua linguagem.

No segundo capítulo, analisamos as provocações que os produtores dOs *Simpsons* fazem sobre a situação política e social de outros países, para podermos analisar criteriosamente o episódio em que a família ficcional americana viaja para o Brasil, inspiração inicial para este trabalho. Nesse ínterim, buscamos pensar sobre os símbolos de Brasil utilizados no diálogo com as demais representaçõesque os idealizadores do desenho fizeram de outras nações. Esses procedimentos nos possibilitaram compreender como o Brasil é pensado pelos produtores, comparando a

realidade representada com aspectos que realmente caracterizam o país, nas últimas duas décadas. Entre exageros ficcionais e exposições cômico-irônicas de problemáticas do Brasil em tempos de globalização, procuramos debater temas como violência, família e exposição da sexualidade nas programações infantis brasileiras. Assim, percebemos que o Brasil apresentado pelos produtores da série animada apresentou realmente problemas que marcam as dificuldades do país. Entretanto, antigos preconceitos vinculados à selvageria, o fato de Bart não saber que no Brasil se fala português e a ridicularização do carnaval são estereótipos utilizados outrora em outros desenhos, como os das produções Disney, mas com outros enfoques. Procuramos discutir tais evidências, inspirados pelas premissas antropofágicas de apropriação do estrangeiro para a construção do brasileiro.

Com ênfase na recepção, analisamos produções e reações de internautas que se valeram da linguagem simpsonizada e das problemáticas do Brasil apresentadas por *Os Simpsons*, para demonstrarmos que, via Internet, os brasileiros ativos se apropriam de tais recursos para utilizarem conforme seus interesses. Nesse viés, a Rede Globo de Televisão, Willian Bonner, FHC e Lula não foram poupados pelas críticas simpsonizadas. Uma ilustração clara da releitura crítica e simpsonizada feita pelos brasileiros podem ser percebidas, por exemplo, na produção de “*Os Sinicons*”, paródia que critica um episódio marcante da política brasileira no século XXI, “O mensalão”. Comprovamos, portanto, que, os brasileiros, valendo-se das técnicas comunicativas e da linguagem simpsoniana atuam como sujeitos ativos que constroem, e divulgam internacionalmente, diferentes imagens deles mesmos e do Brasil.

Por fim, analisamos partes de alguns episódios de *Os Simpsons* e trabalhamos com a recepção propriamente dita, especialmente com os conteúdos veiculados via Internet, para elucidarmos as problemáticas, as desconstruções e reconstruções feitas pelos internautas, que marcam o poderio da linguagem simpsonizada. O surgimento desta marca, atesta, inegavelmente, o sucesso e a longevidade da série. Entretanto, tais recursos apropriados por aqueles que apreciam ou tem simpatia pelo desenho, demonstram, também, uma ação do público que diverge de determinadas premissas teóricas, as quais, ainda que com o objetivo de oferecer uma crítica aos meios de comunicação de massa, negam aos receptores a condição de sujeito. Assim, esses receptores brasileiros, (re)significando os conteúdos do desenho, transformam os recursos politicamente incorretos e cômicos, contidos no desenho, em ações que deturpam ou podem provocar perturbação à ordem estabelecida. Nesse sentido, a

simpsonização, para além dos interesses mercadológicos, pode ser utilizada como arma. Mesmo reconhecendo que tais recursos técnicos não estão ao alcance de todos e que a decodificação e ressignificação dos conteúdos do desenho não ocorrem de maneira única e universal, cabe destacar que inúmeras pessoas, inspiradas em *Os Simpsons*, têm conseguido associar técnica, ação e humor a serviço da crítica, em relação à situações ou posturas que consideram inadequadas, e em defesa dos seus interesses particulares ou coletivos. Estes são novos recursos, que, como tais, apresentam novas possibilidades de concepções e construções imagéticas sobre o Brasil e sobre o mundo, nestes tempos de sociedades globalizadas.

Nesses termos, este trabalho é, também, fruto do seu tempo, no qual, os instrumentos de dominação, domesticação e perpetuação podem ser usados de maneiras distintas daquelas para as quais foram pensados, desenvolvidos ou idealizados por seus autores.

É inegável que o desenho *Os Simpsons* é uma das produções mais lucrativas das últimas duas décadas. Além, disso sua linguagem, valendo-se de preconceitos contra o estrangeiro é, sem dúvida, utilizada como recurso de comercialização e vendagem eficaz. Porém, por outro lado, é um desenho que, de forma criativa e inteligente, incita o e sugere ao telespectador refletir sobre realidades importantes que marcam a história de seus respectivos países. Assim, os receptores-internautas podem se valer dos recursos simpsonizados para também tecerem suas críticas e alterarem a realidade social. Em diversas sociedades o humor cumpriu este papel, porém o “bobo” tem possibilidade, via Internet, de procurar subverter e incomodar a ordem vigente.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: Lima, Luis Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 1990.

ALBERTI, Verena. O riso no pensamento do século XX. In: *O riso e o risível na história do pensamento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2002.

AMERENO, Daniela Sacuchi. O descaminho do feminismo nos Simpsons. *Cenários da Comunicação*, São Paulo, p. 49-63, 2006.

ANASTÁCIO, Silvia Maria Guerra. Os Simpsons revisitam “O Corvo” de Edgar Allan Poe. *Scripta Uniandrade*, 2007. p. 45-58.

ANDRADE, Mário de. “Fantasia” de Walt Disney. In: *Baile das quatro artes*. São Paulo: Livraria Martins, 1943.

ANDRADE, Oswald de. O Manifesto Antropófago. In: *A utopia antropofágica*. São Paulo: Globo, 1995.

ANDRADE, Oswald de. O Manifesto da poesia Pau-Brasil. In: *A utopia antropofágica*. São Paulo: Globo, 1995.

ANSART-DOURLIN, Michèle. A noção de alteridade: do sujeito segundo a razão iluminista a crise de identidade no mundo contemporâneo. In: NAXARA, Márcia (org). *Figurações do outro*. Uberlândia: EDUFU, 2009.

ANSART, Pierre. *Ideologias, conflitos e poder*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

ANSART, Pierre. Mal-estar ou fim dos amores políticos? In: *História & Perspectivas*. Uberlândia: Editora da Universidade Federal de Uberlândia, jun. 2002.

ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

ARIÈS, Philippe. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARRERO, Manuel. Vigência do humor gráfico no século XXI. Modelo para a compreensão de um meio. In: *Revista USP*. São Paulo: USP, 2011.

BARTH, Mauricio. O bad boy da América: Bart Simpson um ícone inquieto. *Travessias*. p. 172-182.

BARTHES, Roland. A mensagem fotográfica. In: *Teoria da Cultura de Massa*. Luiz Costa Lima. São Paulo: 2000.

BECK, Ulrich. Was ist Globalisierung? Citado por DUARTE, Rodrigo. In: *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

BECKER, Beatriz. Homer Simpson: o protagonista (in)visível dos 35 anos do Jornal Nacional. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol.II Nº 1 - 1º Semestre de 2005. Ver em: <http://posjor.ufsc.br/public/docs/173.pdf>. Acessado em 11 de julho de 2010.

BENJAMIM, Walter. A obra de arte na época de sua Reprodutividade Técnica. In: Lima, Luis Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 1990.

BERGSON, Henri. *O riso: ensaio sobre a significação da comicidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

BETTI, Paulo. Na marca do pênalti. In: NOVAIS, Adauto (Org.). *Rede Imaginária: televisão e democracia*. 2. ed. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

BLOCH, Marc. *Apologia da História ou ofício do historiador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2001.

BOLAÑO, Cesar. *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

BONNER, Willian. MEIO HOMER, MEIO LINEU: Sobre a necessidade de ser claro *Observatório da Imprensa*. Ver em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358JDB004>. Acessado no dia 18 de agosto de 2008.

BOPP, Raul. *Cobra Norato*. Rio de Janeiro: José Olympio: 2009

BRITO, Leila Maria Torraca de. De papai sabe tudo a .como educar seus pais. Considerações sobre programas infantis de TV. In: *Psicologia & Sociedade*; 17 (1): 17-28; jan/abr.2005.

BRUMMACK, Jürgen. *Zu Begriff und Theorie der Satire. Vierteljahreszeitschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*, Stuttgart, v. 45, pp. 275-377, 1971.

CAGNIN, Antônio Luís. Yellow Kid, o moleque que não era amarelo. *Comunicação & Educação*. São Paulo. Set./dez. 1996.

CAMPOS, Aroldo de. Da razão antropofágica: diálogo e diferença na cultura brasileira. In: *Metalinguagem e outras metas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

CAMPOS, Wlamir Leandro Motta. *Os números da violência urbana no Brasil no século XXI*. Ver em <http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1663/Os-numeros-da-violencia-urbana-no-Brasil-no-seculo-XXI>. Acessado em 10 de julho de 2010.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

CÂNDIDO, Antônio. A personagem no romance. In: *A personagem de ficção*. São Paulo: Perspectiva, 2005.

CÂNDIDO, Antonio. *Literatura e sociedade*. São Paulo: Publifolha, 2000.

CANÔNICO, Marco Aurélio. “Todo país tem um Homer”. *Folha de São Paulo*, São Paulo, marc. 2008.

CANTOR, Paul A. *Os Simpsons: política atomística e a família nuclear*. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2004

CARRAZCOZA, João Anzanello. Uma propaganda exemplar do governo Lula. *Comunicação & Educação*. Maio/agosto, 2006.

CASCUDO, Luís da Câmara. Informação etnográfica no romance Marajó. *Diário de Natal*. Natal, 3 de maio de 1948. Coluna Acta Diurna.

CASTRO, Cosette. Globo e educação: um casamento que deu certo. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

CASTORIADIS, Cornelius. *A ascensão da insignificância*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CHARTIER, Roger. *À beira da falésia: a história entre incertezas e inquietude*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2002.

CHEVALIER, Jean. *Dicionário de símbolos: (mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores e números)*. 24ª. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar editora, 1983.

DARNTON, Robert. Cinema: Danton e o duplo sentido. In: *O Beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

DOUGLAS, Kellner. *A cultura da mídia*. Estudos culturais; identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. São Paulo: EDUSC, 2001.

DOWNING, John D. H. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: SENAC, 2002.

DUARTE, Rodrigo. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

DURAND, Gilbert. *A imaginação simbólica*. São Paulo: Cultrix Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

DORFMAN, Ariel. *Para ler o Pato Donald: comunicação de massa e colonialismo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

ECO, Umberto. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

ECO, Umberto. *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

EAGLETON, Terry. *Teoria da Literatura: uma introdução*. 6ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

EISENSTEIN, Sergei. *O Sentido do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

FENERICK, José Adriano. A globalização e a indústria fonográfica na década de 1990. In: *Revista ArtCultura*. Ubelândia: Edufu, 2008.

FERRO, Marc. A quem pertence as imagens? In: *Cinematógrafo: um olhar sobre a história*. Jorge Nóvoa, Soleni Biscouto Fressato, Kristian Feigelson (org.). Salvador: EDUFBA; São Paulo: Ed. UNESP, 2009.

FILHO, Aziz. Sem Saída. *ISTOÉ*. Ver em http://www.istoe.com.br/reportagens/37203_SEM+SAIDA+?pathImagens=&path=&actualArea=internalPage. Acessado em 10 de julho de 2010.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e educação da mulher: modos de enunciar o feminino na TV. In: *Gêneros em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005.

FOUCAULT, Michel. A Governamentalidade. In: *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1982.

HAROCHE, Claudine. *Maneiras de ser e maneiras de sentir do indivíduo hipermoderno*. Mimeo.

HARPERN, Paul. *Os Simpsons e a ciência: o que eles podem nos ensinar sobre física, robótica, a vida e o universo*. São Paulo: Novo Conceito Editora, 2008.

HERSKOVIC, Chantal. Chegando a Springfield: humor e sátira na série Os Simpsons. In: *Revista USP: o humor na mídia*. São Paulo: USP, 2010-2011.

HEBERLE, Viviane M. Gêneros e identidades no ciberespaço. In: *Gêneros em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005.

HELAL, Ronaldo. *Mídia e idolatria: o caso Ronaldinho*. In: *Mídia, cultura e comunicação 2*. Antonio Adami, Barbara Heller e Haudée Dourado de Faria Cardoso (org.). São Paulo: Art & Ciência, 2003.

HOBBSAWM, Eric. *A Era dos extremos*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

HUTCHEON, Linda. *Teoria e política da ironia*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

IRWIN, Willian et al. Os Simpsons e alusão: “O pior ensaio já escrito”. In: *Os Simpson e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2004.

KARNAL, Leandro. *História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2007.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia* – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. São Paulo: EDUSC, 2001.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

KESLOWITZ, Steven. *A Sabedoria dos Simpsons*: o que nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e a busca do donut perfeito. Rio de Janeiro: Prestígio editorial, 2007.

KOSELLECK, Reinhart. *Futuro passado*: contribuição a semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2006.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. "De Bonner Para Homer", copyright *Carta Capital*, 5/12/05. *Observatório da Imprensa*. Ver em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=358ASP010>. Acessado em 20 de agosto de 2008.

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva* – por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1998.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996.

LÉVY, Pierre. *L'hypertexte, instrument et métaphore de la communication*. Réseaux, Paris, n°46-47, CENT, p. 61-67. 1991.

LIMA, Venício A. de. Globo e política: “Tudo a ver”. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005.

LUCCHETTI, Marco Aurélio. *O menino amarelo*: o nascimento da história em quadrinho. Disponível em: <http://olhar.ufscar.br/index.php/olhar/article/view/67/58>. Acesso em: 04 jun. 2011.

MAFFESOLI, Michel. *A transfiguração do político*: a tribalização do mundo. Porto Alegre: Sulina, 1997.

MAINARDI, Diogo. Viva o Rio dos Simpsons. *Revista Veja*. São Paulo, 17 de abril de 2002. Ver em: <http://veja.abril.com.br/170402/mainardi.html>. Acessado no dia 09 de julho de 2010.

MARATÓ, Javier del Rey. *Mediología y comunicación*: La república de los sentimientos, una nueva epistemología. p. 159. Ver em: <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC9595110157A.PDF>. Acessado em 19 de janeiro de 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro (Coletivo, org, NTC). *Pensar Pulsar*: Cultura Comunicacional, Tecnologias, Velocidade. São Paulo: Edições NTC, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: Friedrich-Elbert-Stiftung, 2002.

MARTIN-BARBERO, Jesus. A comunicação no projeto de uma nova cultura política. In: *Comunicação na América Latina: desenvolvimento e crise*. José Marques de Melo (org). Campinas: Papirus, 1989, p. 83-98.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. 2 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

MATHESON, Carl. Os Simpsons, hiper-ironismo e o significado da vida. In: *Os Simpsons e a filosofia*. (org.) William Irwin, Mark T. Conard. São Paulo: Madras, 2004.

MATTOS, Sérgio. As Organizações Globo na mídia impressa. In: *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. Valério Cruz Brittos, César Ricardo Silveira Bolaño, (org.). São Paulo: Paulus, 2005.

MIGUEL, Luis Felipe. *Política e mídia no Brasil: episódios de uma história recente*. Brasília: Plano Editora, 2002.

MCLUHAN, Marshall. *MucLuhan por MucLuhan: conferências e entrevistas*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

PALOCCI, Antoni. *Sobre formigas e cigarras*. São Paulo: Objetiva, 2007.

PEREIRA, Luis Carlos Bresser. *A crise da América Latina: Consenso de Washington ou crise fiscal?* Ver em: <http://ppe.ipea.gov.br/index.php/ppe/article/viewFile/883/820>. Acessado em 21 de abril de 2010.

POE, Edgar Allan. A filosofia da composição. In: *Poemas e Ensaios*. (Trad. Oscar Mendes e Milton Amado). São Paulo: Globo, 1999. 3 ed. Revista, p. 129-163. Ver em: http://www.ufrgs.br/proin/versao_2/poe/index64.html. Acessado em 17 de outubro de 2008.

PORTO, Mauro Pereira. O poder da televisão: relações entre TV e política. In: *Comunicação & Educação*. São Paulo. Jan./abr. 1997.

RAMOS, Silvia; PAIVA, Anabela. *Mídia e Violência: Novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil*. Rio de Janeiro. IUPERJ. 2007.

RIZZO, Bruno Engert. *A ficha criminal e os diplomas de Dilma*. Ver em: <http://ofca.com.br/artigos/2009/07/11/110709-a-ficha-criminal-e-os-diplomas-de-dilma/>. Acessado em 12 de julho de 2010.

RODRIGUES, Valter A. Poder e (im)potência da mídia: a alegria dos homens tristes. In: *Comunicação na polis: ensaios sobre mídia e política*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

ROWLANDS, Mark. *Tudo que sei aprendi na TV: a filosofia nos seriados de TV*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2008.

SAMPAIO, Tede. *Jornalismo e ética na cobertura de seqüestros: deslizos éticos cometidos pela mídia na cobertura do caso Eloá*. Ver em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0717-1.pdf>. Acessado em 6 de setembro de 2010.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único a consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SANTOS, Rodrigo Otávio dos. *Origem dos quadrinhos e o binômio produção/consumo: de Töpffer aos Syndicates*. p. 5. Disponível em: <http://www.vinetas-sueltas.com.ar/congreso/pdf/Historieta,ConsumoyPublico/dossantos.pdf>. Acesso em: 04 de jun. 2011.

SANTOS, Marcos Ricardo dos. Os Bastidores dos Simpsons. *Revista Superinteressante*. Agosto de 2010.

SARTORI, Giovanni. Videopoder. In: *Elementos de Teoria Política*. Madrid: Alianza Editorial. (s.d), p. 305-316.

SCARABELOT, André Luís. Música brasileira e Jazz: o outro lado da história. In: *Revista Digital Art&*. Ver: <http://www.revista.art.br/site-numero-03/trabalhos/07.htm>. Acessado em 02 de maio de 2010.

SEIXAS, Jacy Alves de. A imaginação do outro e as subjetividades narcísicas: um olhar sobre a invisibilidade contemporânea (O mal-estar de flubert no Orkut). In: NAXARA, Márcia (org). *Figurações do outro*. Uberlândia: EDUFU, 2009.

SHIAVO, Marcio Ruiz. *Erotismo infantil nos programas de TV*. Ver em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.seed.pr.gov.br/portals/roteiropedagogico/recursometod/2017+Erotismo+infantil+nos+programas+de+TV.pdf>. Acessado em 23 de abril de 2011.

SNOW, Dale E., SNOW, James J. Política sexual simpsoniana. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2004.

TAME, David. *O poder oculto da música: a transformação do homem por meio da energia da música*. São Paulo: cultrix, 1984.

VELOSO, Maurício. William Homer. *Colunas Marício Veloso*. Ver em: <http://www.bemnanet.com.br/colunas.php?colunista=2&texto=197>. Acessado em: 31 de agosto de 2008.

VERGUEIRO, Waldomiro; D'OLIVEIRA, Gêisa Fernandes. Humor na televisão brasileira: o interessante e inusitado caso do programa Os Trapalhões. *Revistausp: o humor na mídia*. São Paulo: USP, 2010-2011. p. 122-132

VIRGILIO, Paul. *O espaço crítico as perspectivas do tempo real*. Rio de Janeiro: Editora 34. 1993.

WEBB, Stephen. *Avatar cultura: o poder da narrativa e identidade em ambientes do mundo virtual*. Ver em: http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/avatar-culture-narrative-power-and-identity-in-virtual-world-environments/id/45873454.html. Acessado em 11 de abril de 2011.

ZAPPA, Regina. A Violência na Sala de Estar. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 31/05. Caderno B, p.6-7. 1998.