

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CAMPUS FLORESTAL

FÁBIO NUNES CERQUEIRA

**A PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR DE REVISTAS DE HISTÓRIAS EM
QUADRINHOS, DO ESTILO *COMICS* AMERICANO, SOBRE A ADOÇÃO DE UM
SUPER-HERÓI HOMOSSEXUAL COMO PROTAGONISTA.**

**FLORESTAL
MINAS GERAIS – BRASIL
2021**

FÁBIO NUNES CERQUEIRA

**A PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR DE REVISTAS DE HISTÓRIAS EM
QUADRINHOS, DO ESTILO *COMICS* AMERICANO, SOBRE A ADOÇÃO DE UM
SUPER-HERÓI HOMOSSEXUAL COMO PROTAGONISTA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal de
Viçosa – *Campus* Florestal, como parte
das exigências de obtenção do grau de
bacharel em Administração.

**FLORESTAL
MINAS GERAIS – BRASIL**

2021

FÁBIO NUNES CERQUEIRA

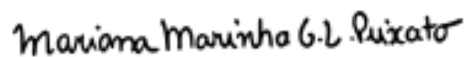
**A PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR DE REVISTAS DE HISTÓRIAS EM
QUADRINHOS, DO ESTILO *COMICS* AMERICANO, SOBRE A ADOÇÃO DE
UM SUPER-HERÓI HOMOSSEXUAL COMO PROTAGONISTA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal
de Viçosa – Campus Florestal, como
parte das exigências de obtenção do
grau de bacharel em Administração.

APROVADA: 22 de outubro de 2021.



Prof.^a Samara de Menezes Lara



Prof.^a Mariana Marinho da Costa Lima
Peixoto



Prof.^a Cintia Loos Pinto
(Orientadora)

“Existe apenas um bem, o conhecimento, e um mal, a ignorância.” Sócrates

RESUMO

O objeto deste trabalho é identificar a percepção do consumidor de história em quadrinhos de super-heróis quanto à adoção de um personagem homossexual como protagonista. Para tal foi utilizado como instrumento de pesquisa, um questionário semiestruturado para realização das entrevistas e através de uma abordagem qualitativa interpretativista buscou extrair a subjetividade dos relatos coletados dos indivíduos por meio de análise de conteúdo e assim a percepção dos sujeitos quanto ao tema proposto. Deste modo, foi possível observar um conjunto de percepções mistas, sobre as quais os indivíduos expressam sua identidade com o gênero de quadrinhos no que diz respeito ao consumo, sob a ótica da Teoria da Cultura de Consumo (CCT), bem como a forma como esta questão deveria ser abordada em uma revista de história em quadrinhos; demonstrando certa abertura e aceitação dentro de certos critérios, e trazendo a tona o preconceito explícito ou velado existente no meio em virtudes de padrões sociais heteronormativos nos quais estamos inseridos.

Palavras-chaves: Histórias em quadrinhos, homossexuais, consumo, percepção.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	2
2.1. A nona arte: Histórias em quadrinhos	2
2.2. Os homossexuais nos quadrinhos de super-heróis	3
2.3. CCT (<i>consumer culture theory</i>)	6
3. METODOLOGIA	8
4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	9
4.1. O homem sob a capa e o collant	10
4.2. A Bandeira da discórdia	12
4.3. Menos rótulo, mais conteúdo.	17
4.4. Pode ser homossexual, desde que não pareça ser!	20
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	24

1. INTRODUÇÃO

Em um mundo cada vez mais globalizado, em que a diversidade tem se tornado assunto recorrente no cotidiano, não é de se admirar que as empresas tenham voltado os olhos e investido cada vez mais pesado em produtos para nichos de mercado específicos da sociedade como meio de aumentar seus rendimentos. Isto é algo que se pode perceber nitidamente no mercado americano de quadrinhos, em que personagens que anteriormente eram considerados minorias (negros, mulheres, mulçumanos, latinos, homossexuais, etc) alcançaram grande destaque em revistas de histórias em quadrinhos aclamadas pelo público e pela crítica e com significativa parcela de vendas (FREY, 2016; FRADE, 2016).

No Brasil, a produção editorial de quadrinhos sofreu grande influência da Europa e posteriormente dos Estados Unidos, tendo as revistas em quadrinhos norte-americanas (*comics*) grande peso sobre a criação de seus principais super-heróis (VERGUEIRO, 2007), que embora tenham marcado gerações, são pouco conhecidos do grande público, uma vez que nenhum deles conseguiu o destaque que personagens dos quadrinhos americanos atingiram em meio à cultura POP. Os super-heróis norte-americanos alcançaram sucesso em diversas mídias, indo da publicidade ao cinema, e arrebatando uma legião de fãs a eventos de entretenimento deste tipo, como o *Comic Con Experience*, o maior evento de cultura POP do mundo, que acontece em São Paulo e que movimentou cerca de R\$ 50 milhões na capital paulista em sua última edição, 2017 (DESIDÉRIO, 2017).

A busca por formas de compreender o comportamento e a aceitação dos consumidores de histórias em quadrinhos em relação a um produto tão específico, em que se busca a representatividade de uma parcela da sociedade de forma pouco explorada em meio ao mercado de histórias em quadrinhos de super-heróis no Brasil; faz com que a seguinte questão seja levantada: Qual a percepção do consumidor brasileiro de revistas em quadrinhos do estilo Comics americano sobre a adoção de um super-herói homossexual como protagonista?

Com base neste problema, esta pesquisa busca investigar qual a percepção do consumidor de revistas em quadrinhos do estilo *Comics* americano sobre a adoção de um super-herói homossexual como protagonista, identificando a visão dos indivíduos pesquisados acerca do tema proposto.

Este estudo vem como forma de preencher a lacuna deixada pela ausência de estudos na área acadêmica no que diz respeito aos quadrinhos, que durante muito tempo foram ignorados de discussões neste meio (EISNER, 1985; VERGUEIRO, 2007; SANTOS; VERGUEIRO, 2012), associado a sensibilidade que envolve falar de homossexualidade, bem como um mercado de revistas de histórias em quadrinhos, que embora crescente neste

contexto, ainda carece de revistas que abordem questões de gênero de forma significativa. A pesquisa contribui de forma importante para o mercado e a quem tem interesse nos aspectos envolvidos, como empresas que publicam revistas de histórias em quadrinhos, os autores deste tipo de revista, pesquisadores da área de marketing, sociologia, psicologia e consumidores.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. A nona arte: Histórias em quadrinhos

As histórias em quadrinhos, ou simplesmente quadrinhos, configuram uma forma de arte que se utiliza de textos e imagens para narrar uma história através do uso do discurso direto, como em uma língua falada, em quadros sequenciais (MARINHO, 2003). Os quadrinhos utilizam-se de um conjunto de figuras que se repetem e símbolos de caráter representativo e de significação social, que utilizados com certa frequência tendem a expressar determinadas ideias e conseqüentemente se tornam uma forma de linguagem. O uso mútuo de imagens e palavras (arte e literatura), na qual é necessário que haja uma experiência visual comum entre aquele que cria e o público que consome este produto, exige que haja além da percepção visual, esforços intelectuais para compreensão da mensagem a ser transmitida, o que envolve processos psicológicos que transfiguram imagem e palavras em formas análogas (EISNER, 1985). O meio pelo qual se transmite a mensagem e também a forma artística é o quadrinho, o componente essencial deste tipo de arte. Este, através do uso de ícones, qualquer imagem de representatividade simbólica legitimada usada para transmitir ideias, pessoas, lugares, pensamentos etc., configura uma espécie de recipiente que colocados em seqüência contam uma história (MCCLLOUD, 1995).

Esta forma de arte é resultado de um processo evolutivo, que tem origem nas pinturas rupestres, onde os ancestrais do homem moderno representavam seu cotidiano graficamente; seguidas pelos hieróglifos egípcios, os manuscritos em imagem pré-colombianos, tapeçarias francesas até a invenção da imprensa (EISNER, 1985; MCCLLOUD, 1995; VERGUEIRO, 2012). Assim, a arte sequencial passou por diferentes processos até chegar à forma como as conhecemos hoje, na forma de revistas. Por meio de evoluções constantes, passaram de retratação da realidade cotidiana a um mergulho lúdico e criativo na ficção e fantasia. Utilizando-se de um conjunto de extraordinárias estruturas comunicativas, que apresentam uma forma de linguagem diferente de qualquer outro meio de transmissão de informações, a partir da fusão de textos e imagens, os quadrinhos se destacam pelo alto grau de capacidade

comunicativa; explorando elementos narrativos de diversas outras formas de arte e linguagem, de modo complexo e pleno (VERGUEIRO, 2012; VERGUEIRO; PIGOZZI, 2013).

Eisner (1985) usa o termo “Arte Sequencial” para fazer alusão às histórias em quadrinhos. Vergueiro (2012) utiliza o termo “Arte Gráfica Sequencial”, em virtude de haver outras formas de artes sequenciais, como é o caso da animação; porém, os quadrinhos apresentam variadas denominações em virtude da localização geográfica em que são produzidos e/ou publicados.

Mesmo sendo uma já conceituada linguagem artística, somente recentemente as histórias em quadrinhos foram exaltadas como forma de arte, começando a ser denominadas como a nona arte a partir da década de 1980 (VERGUEIRO, 2012). Embora tenham vasto potencial de comunicação e de uma riqueza artística impar, os quadrinhos foram durante muito tempo vistos com maus olhos pelas classes intelectuais, sendo ignorados como formas admiráveis e notáveis de discussão acadêmica, devido ao fato de prioritariamente atenderem às grandes massas de leitores, principalmente os mais jovens, e por seus temas voltados em sua maioria para a ficção e fantasia; sem que sua enorme capacidade pedagógica, com sua linguagem ágil e acessível, fosse devidamente explorada. (EISNER, 1985; VERGUEIRO, 2007; SANTOS; VERGUEIRO, 2012).

2.2. Os homossexuais nos quadrinhos de super-heróis

Segundo Magalhães, Ribeiro (2015), a homossexualidade configura como uma orientação sexual, em virtude da atração sexual e/ou emocional por outra pessoa do mesmo sexo ou gênero, que embora seja vista como um comportamento anormal em oposição à heterossexualidade, não constitui uma doença e por esta razão, foi retirada da lista de doenças da Organização Mundial da Saúde (OMS) em 1991.

Sousa (2008) diz que a homossexualidade outrora já fora vista com naturalidade na sociedade grega antiga, e como uma forma pedagógica cuja finalidade culminava na transmissão de conhecimento sob a designação de “pederastia”, onde o homem adulto transmitia aos jovens com quem se relacionava afetivamente, seus conhecimentos; ou ainda como cita Torrão Filho (2000); Borrillo (2011) nas guerras, os relacionamentos homossexuais seriam estimulados, pois desta forma criaria-se um vínculo e através deste, os soldados lutariam com maior convicção e força para defender o estado, si próprio e seu companheiro.

Na Roma clássica, conforme Borrillo (2011), embora não fosse uma prática tida como natural, os relacionamentos homossexuais eram tolerados desde que seguissem alguns padrões sociais, sobretudo não manter relações passivas com subordinados, uma vez que, segundo Sousa (2008), havia ali uma supervalorização do ativo, colocando o passivo num papel

equiparado ao sexo feminino, e as mulheres, por sua vez, representavam símbolo de fraqueza e eram inferiorizadas socialmente.

Todavia, segundo Facco (2009), com a expansão do cristianismo no Império Romano, a homossexualidade passou a ser vista como um ato pecaminoso, remetendo a perversão e duramente reprovada. Logo, o homossexual, segundo Borrillo (2011), passa a ser visto como inferior socialmente, sendo rejeitado e visto como portador de uma doença quando o casal heterossexual passa, através da lei divina cristã no século XIX, a ser o padrão normativo e com o avançar do tempo, todos que porventura viessem a se desviar dos padrões heterossexuais, seriam discriminados pela sociedade que propagaria esta cultura as gerações seguintes.

Segundo Saffioti (2004) o poder social está nas mãos dos indivíduos do sexo masculino, caucasianos, de classe alta e heterossexual, o que implica na supervalorização do homem hétero, aquele que detém os padrões sociais esperados, colocando indivíduos homossexuais numa posição periférica da sociedade, e assim marginalizados como complementa Dalberto (2014).

Em 1954, o Dr. Fredric Wertham, um psicanalista alemão naturalizado norte americano, publicou em seu livro “A sedução dos inocentes”, o resultado de seus trabalhos com jovens e adolescentes que atendeu em seu consultório, no qual ele generalizou suas conclusões ressaltando o potencial negativo das histórias em quadrinhos, com base nas revistas de suspense e terror que eram bastante populares na época e nas patologias dos jovens e adolescentes que tratou. O impacto de suas denúncias foi tão grande que culminou na criação do *Comics Code Authority*, uma forma de autocensura por parte das editoras norte americanas, em resposta ao evento (VERGUEIRO, 2006 apud SANTOS, 2010; CHINEN, 2013; CRUZ, 2017) onde nem mesmo os quadrinhos de super-heróis escaparam de seu controle. Segundo os estudos de Werthan, as revistas de histórias em quadrinhos estimulavam a prostituição, a violência, o crime e até mesmo o homossexualismo, exemplificado por uma suposta relação entre Batman e Robin. Segundo o autor, como os dois dividiam a mesma casa, isso poderia acarretar a um desvio dos leitores a se tornarem homossexuais. (JONES, 2006; NUNES; SILVA; MOURA, 2015).

Para Reblin (2012) e Cruz (2017), alguns exemplos de super-heróis homossexuais que tiveram maior relevância e destaque no público e na mídia: Jean-Paul Beaubier, conhecido como Estrela Polar, criado por John Byrne em 1979, membro da tropa Alpha, grupo de super-heróis da editora Marvel comics, que se casou com seu companheiro Kyle Janadu numa edição especial em 2012, 20anos após ter assumido sua homossexualidade nos quadrinhos;

Kathy Kane, a *BatWoman*, criada em 1956 como interesse do homem morcego em resposta aos ataques de Werthan, teve sua origem alterada em 2006 nos Novos 52 da DC Comics, se envolveu com Renee Montoya (Questão) e quase se casou com Maggie Sawyer em 2013; Allan Scott, o Lanterna Verde criado em 1940 por Martin Nodell e Bill Finger, outrora heterossexual, teve sua sexualidade alterada no título Terra 2 dos Novos 52 da DC Comics em 2012. Vale ressaltar ainda Apolo e Meia Noite da equipe *Authority*, da editora *WildStorm* e criados por Warren Ellis em 1996, configuram como uma espécie de versão de Super Homem e Batman que oficializaram sua união em 2002 (CRUZ, 2017), Rictor e Shatterstar, personagens do título *X-Factor*, da Marvel Comics (DALBETO, 2014) e mais recentemente o personagem Bobby Drake, vulgo Homem de Gelo, membro original dos *X-men*, super equipe criada por Stan Lee e Jack Kirby em 1963, entrou para esta contagem em 2015, quando a jovem versão da equipe é trazida para os tempos presentes (CRUZ, 2017; CRUZ; AMARAL; C. P. SOUSA, 2018).

A apresentação de personagens homossexuais nem sempre é bem aceita. Um bom exemplo, segundo Reblin (2012) e Cruz (2017), é o personagem *Estraño*, primeiro homossexual dos quadrinhos de super-heróis, apresentado em 1988 na saga Millenium da DC Comics, que trazia consigo todo um conjunto de características estereotipadas, como roupas extravagantes e portador do vírus HIV; o que fez com que não fosse aceito pelos fãs e mesmo ganhando um design mais masculino posteriormente, acabou desaparecendo das revistas. Como Moura, Nascimento, Barros (2017) comentam, os gays afeminados e as lésbicas masculinizadas são os que mais sofrem com o preconceito social, pois não seguem a forma aceitável de comportamento em meio a sociedade, visto que gays afeminados são colocados numa posição de fragilidade em virtude de padrões de dominação do homem heterossexual construídos socialmente, sejam nas famílias, escolas, igreja, trabalho, etc., havendo ainda uma fratura, uma divisão dentro do próprio grupo *gay* (SOUZA; PEREIRA, 2013).

Para Cruz (2017), embora tenha havido uma evolução no que diz respeito à representação da homossexualidade nos quadrinhos, gerando uma reinterpretação deste universo sobre uma nova percepção, sobretudo por espaço, direito civil e de igualdade, isso desagradou parte dos consumidores e fãs do gênero mais conservadores que veem esta mudança como uma deturpação de valores e relações sociais, por se tratar de um gênero construído sobre padrões heteronormativos. Bertolli Filho, Amaral (2017) salientam ainda que o repúdio e o não reconhecimento de personagens homossexuais, como no caso o Lanterna Verde, são formas de frear qualquer tentativa que ofereça risco a heteronormatividade, visto que segundo Guatarri (1990) *apud* (Dalbeto 2014), os quadrinhos

como produtos culturais, tem o poder de influenciar na construção e na compreensão das relações sociais.

2.3. CCT (*consumer culture theory*)

Criada na década de 1980, a *Consumer Culture Theory* (CCT) trouxe, para Souza *et al.* (2013), um ponto de vista alternativo à corrente em voga, a perspectiva teórica econômico-cognitivista, na qual o indivíduo é visto na figura de um ser previsível e sujeito a influência no que diz respeito ao consumo. Assumindo uma abordagem focada no conhecimento humano, suas percepções e as relações entre o sujeito e o objeto, esta corrente trata o consumo como um fenômeno cultural a partir das escolhas comportamentais e as práticas sociais.

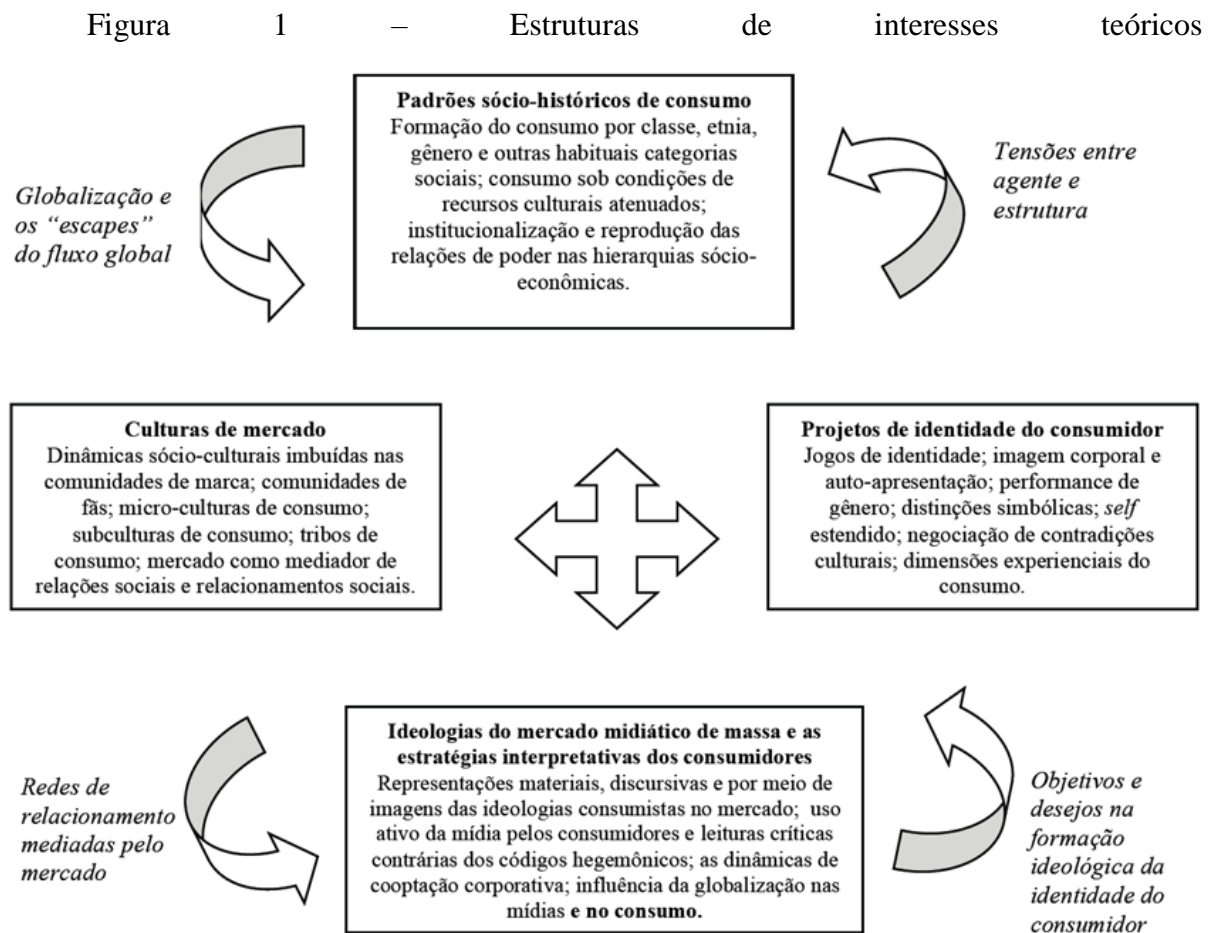
Constituída por um conjunto de teorias referente à cultura criada, disseminada e assimilada pelos consumidores, bem como seus processos, o modo de vida, a simbologia dos materiais e as experiências vivenciadas, que contribuem para o desenvolvimento das identidades individual e coletivas dos consumidores; ela surgiu como uma corrente preocupada em explorar a cultura e as influências sociais como estruturas componentes do consumo, uma vez que as experiências de consumo dos indivíduos são sistematicamente influenciadas pelo sistema cultural predominante (ARNOULD; THOMPSON, 2005; PINTO; ZAMPIER, 2013).

Gaião *et al.* (2012) veem na CCT a possibilidade de uma análise desta como uma nova escola de pensamento independente da escola do Comportamento do Consumidor, mesmo que esta ainda seja tratada apenas como uma corrente alternativa, uma vez que os consumidores na CCT são observados sob a ótica de produtores de cultura e não mais como meros portadores de cultura como outrora. Deste modo, a CCT se preocupa em tratar a cultura do consumo como um reflexo de nossa realidade atual, em que o valor atribuído aos bens não mais comungam de sua funcionalidade, utilidade ou do valor econômico a ele atribuído, mas das representações simbólica e cultural, criadas e assimiladas pelo sujeito e presentes no mercado sob a forma de propagandas, marcas e bens materiais; que corroboram para definir as práticas sociais e valores culturais dos indivíduos (ARNOULD; THOMPSON, 2007; SOUZA *et al.*, 2013).

Segundo Souza *et al.* (2013), a CCT no Brasil, se apresenta composta por um corpo sólido de conhecimento, sendo cada vez mais enfatizada no meio acadêmico, embora, sua maior abrangência tenha sido em determinados núcleos de teorias e temas característicos, em que seus autores optam primordialmente pelo uso de métodos qualitativos de pesquisa, adotando uma abordagem de caráter descritivo e essencialmente interpretativista. Deste modo, os trabalhos em CCT buscam analisar situações singulares de consumo, e assim desenvolver

conhecimentos que sejam pertinentes para definir o fenômeno e como ele se dá diante de seus mais diversos aspectos (GAIÃO *et al.* 2012).

Porém, esta corrente se difere de outras formas mais conservadoras de pesquisa de consumo, por não haver necessidade de fidelidade a quaisquer orientações metodológicas, apresentando uma característica híbrida que pode ser representada por um vasto conjunto de abordagens teóricas e metas de pesquisa, ao passo que suas descobertas não se limitam ao contexto e teorias, mas que se constroem a partir de uma estrutura de interesses teóricos baseada em quatro grupos temáticos (ARNOULD; THOMPSON, 2005; ARNOULD; THOMPSON, 2007), conforme pode se visualizar na figura 1.



Fonte: ARNOULD, THOMPSON (2007), adaptado por PINTO, ZAMPIER (2013, p.8).

Para Rocha e Barros (2006) o consumo consiste em um fenômeno simbólico e coletivo, no qual os indivíduos constroem sua identidade por meio do consumo de bens através de relações culturais que não se moldam em uma única realidade grupal de forma homogênea e dominante. Elliott e Jankel-Elliott (2003) apud Rocha e Barros (2006) ressaltam que para entender o comportamento do consumidor faz-se necessário compreender

o mundo simbólico dos sujeitos, seus pontos de vista e significados compartilhados em grupo e que refletem nas relações cotidianas do meio social. O significado cultural tem seu ponto de partida um mundo culturalmente desenvolvido, migrando para os bens de consumo e a partir destes para o consumidor por meio da publicidade, o sistema da moda e por meio dos rituais de troca, de posse, de cuidados pessoais e de desapropriação (MCCRACKEN, 2007).

3. METODOLOGIA

O presente estudo configura-se como uma pesquisa de campo de natureza básica e descritiva, uma vez que, segundo Prodanov e Freitas (2013) busca por novos conhecimentos, sendo neste caso, a percepção dos consumidores da nona arte quanto a adoção de um personagem homossexual. Com o objetivo de produzir novos conhecimentos ao tema proposto para análise, em virtude do escasso conhecimento que se tem sobre o assunto, e sem qualquer pretensão de aplicação prática prevista; a pesquisa se destina ao registro, descrição e análise dos dados coletados sem a intervenção do pesquisador.

A abordagem utilizada para tal foi a qualitativa, por apresentar um caráter mais reflexivo diante da realidade observada (ALÍRIO, 2009) de modo interpretativista diante dos fenômenos e atribuindo a estes significação (CRESWELL, 2007; PRODANOV; FREITAS, 2013), uma vez que, se buscou extrair a subjetividade dos relatos coletados e assim a percepção dos sujeitos.

O instrumento de pesquisa utilizado foi a entrevista semiestruturada, com roteiro previamente elaborado, que proporciona uma maior interação com o sujeito durante coleta de dados, por se tratar de um processo que consiste em uma relação social, verbal e não verbal, ao ser face a face (MANZINI, 2004). O roteiro semiestruturado se apresenta dividido em duas partes conforme pode se observar no Anexo I. A primeira, que foi precedida por uma breve explanação da pesquisa, seu contexto e objetivos ao entrevistado, é composta por 5 perguntas de identificação do sujeito. A segunda parte, composta por 11 perguntas quanto ao tema pesquisado, aborda temas mais subjetivos de modo a extrair a percepção do sujeito quanto à temática proposta. Os relatos foram gravados e em seguida transcritos integralmente, conforme sugere Vergara (2005). Foram entrevistados 13 consumidores de revistas de histórias em quadrinhos de super-heróis, sem que critérios como renda, sexo ou faixa etária fossem propostos como meios de segregação dos sujeitos, mas sob livre e espontânea deliberação do autor a partir da adequação a temática pesquisada, facilidade na obtenção e conveniência (CARVALHO, 2003; VERGARA, 2005).

Os indivíduos foram selecionados através do uso da metodologia bola de neve (*Snowball sampling*), na qual, é nomeada uma semente, um indivíduo que detém as características necessárias para a pesquisa, sendo nesta, o consumo de revistas de histórias em quadrinhos de super-heróis. Deste modo um entrevistado indica outro para ser entrevistado e assim sucessivamente (BALDIN; MUNHOZ, 2011; VINUTO, 2014). As entrevistas foram executadas com sujeitos residentes na região centro oeste mineira, abrangendo diferentes faixas etárias, sexo e renda. As entrevistas foram concedidas após o preenchimento formal do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (apêndice I).

Por se tratar de um estudo fenomenológico interpretativo, permitirá a exploração das situações, dos valores e as práticas diante dos relatos de visão dos sujeitos da pesquisa (VERGARA, 2005), uma vez que busca utilizar a Teoria da Cultura de Consumo (CCT) que trata as relações de consumo como um fenômeno cultural (SOUZA et al., 2013), utilizando o interpretativismo como forma de análise, por se tratar da subjetividade dos aspectos do consumo, através de uma visão filosófica e sociológica (VERGARA; CALDAS, 2005), pautada pela organização categórica inspirada pela análise de conteúdo de Bardin (1977). Assim foram adotadas quatro categorias em virtude do conteúdo dos discursos dos entrevistados a cerca do tema proposto: O homem sob a capa e o collant; A bandeira da discórdia; Menos rótulo, mais conteúdo; e Pode ser homossexual, desde que não pareça ser.

O tratamento dos dados ocorreu com o objetivo de identificar e descrever, por meio dos relatos dos próprios sujeitos, suas percepções diante do tema proposto por meio de três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos dados e interpretação (BARDIN, 1977; VERGARA, 2005). Assim, os resultados observados através dos relatos dos entrevistados foram confrontados à literatura que se tem sobre o assunto a fim de responder a questão da presente pesquisa.

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir dos critérios estabelecidos pelo referencial e metodologia que orientam este trabalho, buscou-se a análise dos resultados através da interpretação das transcrições das entrevistas dividindo o conteúdo das mesmas em categorias a fim de facilitar e organizar as respostas, conforme objetiva o atual trabalho, em virtude dos termos e conceitos que melhor descrevem o ponto de vista dos entrevistados diante da adoção de um super-herói homossexual como protagonista de uma revista de histórias em quadrinhos. Vale ressaltar quanto a sexualidade, que do total de 13 entrevistados, sendo 10 do sexo masculino e 3 do

sexo feminino, onde 8 se classificaram como heterossexuais, 2 como homossexuais, 2 como bissexuais e 1 como assexual de idades que variam de 19 a 51 anos.

4.1. O homem sob a capa e o collant

O super-herói, sob a ótica dos entrevistados, se mostra como aquele que define um modelo a ser seguido, que se espelha, define a superação diante das adversidades “Acho que a superação. A capacidade de ir além, de fazer coisas que os outros não podem” (E3); o confronto às dificuldades cotidianas e a energia de correr atrás de seus sonhos, superando seus próprios limites e os obstáculos que a vida os reserva, e refletindo os desejos do ser humano que vê em seu personagem aquilo que ele queria ser de forma a criar uma empatia pelo personagem. Logo, existe uma relação de identificação do leitor com o super-herói através de um movimento de desenvolvimento das identidades individual e coletivas dos consumidores (ARNOULD; THOMPSON, 2005; PINTO; ZAMPIER, 2013).

O que mais me faz identificar, é que muitas das vezes eles fazem aquilo que a gente tem vontade de fazer, mas não tem força para fazer ou não consegue fazer (E1).

Determinação! A vontade de sempre querer mais né!? Como ele está aumentando os poderes dele ou coisa assim. Eu uso como uma determinação para aprender mais; tipo pesquisar mais (E2).

O fato de poder fazer coisas que as outras pessoas não podem. Isso é o que faz com que esses personagens sejam tão fascinantes. Esse poder diferente da real (E5).

Acho que eu gosto primeiro da parte de superação do super-heróis, todo super-herói tem uma trajetória. [...]se ele não tiver perseverança ele não vai ter superação e se não tiver superação ele não vai virar super-herói no final (E13).

Este representa ainda formas de comportamento ideais e bem vistas socialmente, definindo um caráter virtuoso, “Deve ser valente, humilde. Ter humildade para com todos aqueles que o cercam.” (E1), corajoso e destemido, “Deve ser forte, imponente, valente; não deve ter medo.” (E1). Deve ser inteligente e sagaz ao lidar com as mais diversas e complexas situações: “Ele deve ser imponente, ter um discernimento e um intelecto mais apurado, que saiba lidar e agir em qualquer situação. Que tenha atitude” (E3). Características que o colocam acima do ser humano comum, não exclusivamente pelos seus poderes, mas pela postura polida que mescla os mais diversos e desejados valores físicos e sociais, visto que as experiências de consumo dos indivíduos são sistematicamente influenciadas pelo sistema cultural predominante (ARNOULD; THOMPSON, 2005; PINTO; ZAMPIER, 2013).

É aquela coisa bem do preto e branco mesmo, do bem contra o mal, dos valores corretos, de proteger as pessoas menos favorecidas, as pessoas oprimidas, lutar contra a opressão. Valores nobres sempre me chamaram a atenção dos super-heróis desde a minha infância. [...] Ele tem obrigatoriamente um senso de moral. [...] Acho que o que faz dele herói é esta questão dele se identificar com uma situação que é iníqua, que é injusta e que ele pode intervir, aí entra o super. Ele pode intervir por que ele tem subterfúgio para isso, ou superpoder; como no caso do Batman, por exemplo, é um cara extremamente inteligente, rico, muito preparado e usa esses recursos que ele tem para promover o conceito dele de justiça e de intervir em favor de quem está sendo oprimido. (E9)

Eu valorizo muito a inteligência dos dois (Homem de Ferro e Gavião Arqueiro). Eu acho que a inteligência na verdade é um dos maiores princípios pelo qual eu leio uma história em quadrinhos. [...] a destreza e a inteligência para mim são os maiores pilares. (E11)

É possível notar ainda uma mudança significativa na visão do leitor em relação a sua percepção diante da forma física que define um super-herói. Pode se observar uma quebra de estereótipo do corpo perfeito e praticamente inatingível. Nota-se uma inclinação pelo tido como homem comum: “Acho que tanto faz o super-herói ser magro, gordo, mulher, homossexual. Tanto faz! [...] pode ser normal, um ser humano normal.” (E2) como forma de se vê representado e se sentir mais próximo, mais à vontade com o personagem, demonstrando uma preocupação muito maior com o homem sob o uniforme do que pela estética e pelos poderes a ele associados.

Acho que aborda mais a questão de você se enxergar naquele personagem, como está mais próximo de sua realidade como pessoa, acho que você se encontra nele e acaba tomando um “amorzinho” por ele (E8).

Por exemplo, todos os caras que a gente vê de super-heróis são bombadões, sei lá um cara normal sem muito músculo, ou magrelo ou meio gordinho, não sei, alguma coisa diferente assim. Não precisa forçar nenhum outro aspecto específico, fazer um cara normal (E10).

Eles possuem o corpo perfeito, possuem uma aparência perfeita. As mulheres são saradas, são magras, são bonitas, e os homens são sarados, são fortes, são altos... talvez um super-herói que quebre um destes padrões; que seja normal né?! Que é isso que a sociedade está buscando agora, né, alguém que saia fora dos padrões, né (E11).

A adoção de um perfil estético mais condizente com uma estrutura humana comum foi um aspecto recorrente nas falas dos entrevistados que buscam não uma mera inspiração, mas a retratação do ser humano em todas suas infinitas faces, adotando uma predileção por personagens mais humanizados e falhos – os anti-heróis, “Acho que por eu me identificar mais com o anti-herói; eu prefiro o anti-herói. Ele é mais a vida real. Tipo, como a gente queria; como eu queria que fosse” (E2). Aceitar suas falhas e ainda assim buscar a qualquer custo atingir um objetivo maior é o que inspira muitos a comprar e se identificar com estes personagens. Suas falhas, seus desvios, suas dores e suas mazelas são elementos que os fazem mais humanos do que super-heróis e os aproximam ainda mais dos leitores. Logo, observa-se uma aceitação do “super-herói politicamente incorreto” que não mede esforços para atingir seus objetivos. O que se pode notar nos trechos a seguir é uma prevalência do humano sobre o divino:

Embora eu prefira personagens que não sejam tão, como eu posso dizer? Que não tenham regras. Que possam ir além do que faz o *Superman* por exemplo. Um que eu gosto muito é o *Deadpool*. [...] eles (os anti-heróis) podem fazer coisas que os heróis não podem fazer. Eles erram e fazem o que for preciso para alcançarem o objetivo (E3).

Eu não acredito em super-heróis, por que não existe ninguém bom cem por cento. Acho que o único super-herói que eu criei alguma identidade recentemente foi o *Deadpool* (E7).

A parte mais legal dos quadrinhos na questão de super-herói, é a parte que eles pegam os problemas e solucionam [...] Se tem uma personalidade mais bruta, se ele é um personagem mais frio digamos assim, normalmente são os super-heróis em busca de vingança, são os que me prendem mais. (E8)

Assim, eu gosto muito de super-heróis que tenham um perfil que eu gostaria de ser ou gostaria de ter, e eu acho que essa imagem que a gente mais vê né? Eu gosto muito de gavião arqueiro, eu gosto muito de arco, eu sempre quis praticar arco e flecha e tudo mais. Eu gosto do estilo mais *dark* dele, então acho que esta identidade é um dos maiores fatores (E11).

Percebe-se assim, a existência de uma relação de identidade dos entrevistados com seus super-heróis das revistas que consomem, e seu anseio pela aproximação entre a ficção e a realidade, em que estes apresentem características morfológicas ou psicológicas mais coerentes com a realidade do consumidor e assim ampliar ainda mais o vínculo entre as partes.

4.2. A Bandeira da discórdia

Enquanto os entrevistados concordam que a representatividade dos homossexuais deve ocorrer nos quadrinhos, estes também salientam o quão sensível é a realização deste tipo de procedimento, uma vez que não necessariamente isto possa representar uma forma de combate ao preconceito e dar mais representatividade aqueles que são considerados minorias e inferiorizados socialmente, podendo em contrapartida desagradar a uma parcela conservadora (CRUZ, 2017; BERTOLLI FILHO; AMARAL, 2017).

Nesta visão, a implantação de um personagem homossexual no mercado de quadrinhos como protagonista poderia não ser aceita pelo público pela forma como sua história e mais precisamente sua trajetória seja retratada no meio, a exemplo do personagem *Estraño*, que sofreu a rejeição do público pelo seu visual e comportamento (REBLIN, 2012; CRUZ, 2017). Levantar a bandeira, apresentar um personagem homossexual como protagonista pode não significar a representação natural e respeitosa de uma parcela da sociedade, mas pode indicar uma tendência do mercado, voltando seus olhos para este nicho. É perceptível um declínio à compra pelos entrevistados de uma revista de história em quadrinhos de um super-herói homossexual como protagonista, caso esta adoção não demonstre uma forma de inclusão, mas uma estratégia do mercado.

Não se isso for conduzido de uma forma muito impositiva. Que a militância seja colocada na frente da história ou do desenvolvimento dos personagens. Algo que você tenha que engolir goela abaixo. Acho interessante o que fizeram no filme do Pantera Negra, que embora o elenco é predominante negro, em nenhum momento este é o foco da história. A história flui e isso é algo natural, não uma forma de militância que alguém quer impor (E3).

Olha eu acho que vai ter dos dois lados; vai ter pessoas que realmente estão procurando fazer um trabalho honesto e verdadeiro, buscando atingir essa diversidade; e outros que vão estar fazendo isso por dinheiro simplesmente (E5)

Eu como criador, vejo oportunidade de tentar mudar a sociedade para melhor dentro de uma corporação. A corporação enxerga lucro, e este lucro pode vir do que for, pode vir de uma polêmica ou de conquistar um novo mercado, que é um mercado de consumidores LGBT que tem representação agora, por que não tinham antes; ela enxerga o número, o lucro. Dentro ai dessa corporação você tem executivos que também estão mais ligados ao número (E9).

Não posso nem falar que é aproveitador, porque eles estão seguindo o ritmo né? O mercado ele se adapta ao consumidor. Se o consumidor está pedindo e

está querendo se identificar mais com os produtos que são vendidos, as empresas ou elas se adaptam ou elas falem. Né! Então eu acho que as empresas estão forçando a se adaptar a este novo nicho, porque senão elas vão perder mercado para outras que fazem, que respondem ao consumidor (E11).

Não, não vou ser cética e ingênua e falar que é só pela minoria, que é só para buscar as pessoas, fazer as pessoas se sentirem mais confortáveis. O dinheiro move tudo, mas eu acredito que não seja de todo mau. (E12)

Eu acho que só sentiria confortável se fosse sutil. Se for uma coisa tipo: Nossa! Vamos... um novo super-herói. Olha, ele é gay! Jogar isso na cara e tentar fazer as pessoas consumirem aquele produto só por causa disso. Não tem que ser isso. (E12)

A sociedade ainda se apresenta muito conservadora e preza pelos seus valores, visto que os entrevistados, embora se descrevam como pessoas avessas ao preconceito, demonstram uma preocupação e até mesmo um desconforto, em uma determinada parcela, diante da compra de uma revista de um super-herói homossexual; o que contribui para a visão de que homossexuais fogem do padrão social vigente, no caso o heteronormativo imposto a partir da expansão do cristianismo (FACCO, 2009, BORRILLO 2011).

Embora nenhum dos entrevistados tenha demonstrado resistência em consumir determinado produto: “[...] mas eu não vejo problema de consumir uma história que fale de um herói homossexual de forma alguma. Vai depender do contexto da história, do que a história conta.” (E1), a parcela de entrevistados heterossexuais masculinos demonstraram dificuldade de se identificar com um título com este direcionamento: “Como hétero, não teria interesse se o anime tivesse este direcionamento. Acho que não acompanharia, não por preconceito, mas por não me identificar” (E3), “Não compraria revista homossexual nenhuma.” (E7). A abordagem da sexualidade do personagem é vista com olhos desconfiados. A forma como esta será feita e os meios utilizados para tal geram controvérsia e receio se isto realmente contribuiria em algo para a história.

Ah! Acho que é porque muitas pessoas, o publico em geral não aceita porque como... é... tem muitos pais que não vão aceitar comprar uma revista assim para os filhos. Ai eu acho bem complicado cê começar no Brasil. Eu acho que é todo mundo assim! Bem complicado! Ainda mais para esta faixa de idade assim, os pais acham que estão incentivando o filho a querer ser homossexual. [...]Acho que a maioria pensa assim. Acho que a maioria aqui do Brasil pensa assim. [...] A maioria dos pais não iriam aceitar comprar uma

revista para os filhos assim. [...] Eu acho que depende da cabeça da pessoa. Porque, eu na minha opinião, eu tenho 19 anos, não me importaria em ler e também eu não ia ficar com este pensamento né!? ... de virar homossexual. Não! Isso vai mais da cabeça da pessoa. Eu não! Eu não! (E2)

Acho negativo, pois a sexualidade do personagem é irrelevante diante da história. Não vejo necessidade. Acho mais negativo que positivo para a história que isso seja o tema principal (E3).

Eu acho que isso é bem interessante deve ser feito mesmo, no sentido de inclusão, de representatividade, embora não goste desta forma de representar alterando a sexualidade de personagens já conhecidos (E5).

Tem que ser uma coisa mais fluída, mais natural que não seja forçada igual de, ah tal personagem tem dificuldade de expressar isso e a trama inteira gira em torno disso. Não! Acho que não é essa a abordagem, isso faz parte do personagem, está ali nele, a história não gira em torno disso. Isso faz parte, é importante, ele tem questões próprias dele, tem os inimigos dele que são inimigos dele por outras causas não necessariamente por isso; mas a história não gira em torno disso. Porque senão fica só uma rivalidade das pessoas que são LGBT e as que não são, vai ficar só um conflito disso? Eu acho que não é a direção a ser seguida. [...] Que pode ser bastante explícito fazer parte claramente, mas que não gire em torno só disso. Pode ter conflito? Sim, relacionado e tal, mas que a história não gire em torno só disso, ou, por exemplo, se fizer várias histórias que nem todas sigam por esta mesma linha, que tenha variedade. (E10)

Que isso não fosse o foco da história. É igual o que fizeram com super-drags. Lançaram na *Netflix*, fizeram... São super-heroínas, se não me engano, só que são drags. Só que eles não quiseram focar em super-heroínas, eles quiseram focar em *drags*. (E12)

Depende de como for usado, se ele quiser se apoiar no herói somente pela sexualidade eu acho que não vai ser uma história muito sobre um super-herói, será mais uma história sobre orientação sexual, agora se isso for usado para o crescimento do herói sem ser o foco principal eu acho que sim contribui bastante por causa do preconceito é mais um obstáculo para ele superar (E13).

Outros veem isso com bons olhos, como um modo de se identificar, ter uma figura próxima de sua realidade e de suas características. Uma representação de uma parcela da população carente de representatividade que busca seus direitos resguardados como nos traz Cruz (2017), sendo algo valioso para uma mudança de percepção da sociedade, no que diz respeito a direitos civis e de

igualdade e assim influenciar no consumo diante da formação de grupos de fãs que se identificam com conteúdo ali representado (ARNOULD; THOMPSON, 2005; PINTO; ZAMPIER, 2013).

Se eu tivesse tido uma referência deste tipo, teria sido muito mais tranquilo. Eu não ia, ia me eliminando questões internas. Inconscientemente muitas questões que eu tive crescendo. [...] quando você conhece alguém que te representa, você vai ter mais interesse pelo personagem e você tendo interesse pelo personagem você vai ter consequentemente interesse pelo universo que ele vive e um interesse por personagens que ele se relaciona (E4).

É uma forma de representar, mas tudo depende de como isso seria abordado. De uma forma mais sutil ou não? Mas eu acho que é bem intencionado. [...] Eu acho que é uma forma bacana de demonstrar a representatividade. E porque a população não é toda igual, então é bacana você trazer essas nuances de pessoas, e porque isso torna a história mais real (E5).

Acho que ajuda na questão da imaginação, reconhecer seu caráter. Não só caráter, mas sua personalidade. Tanto quadrinhos, como livros, filmes, quando você se envolve com o personagem e nele você enxerga coisas que você tem pra si, você não se sente tão estranho. Aquilo ali te ajuda a ser você mesmo (E8).

Hoje em dia tem muita mulher, tem muito homossexual assumido, muito negro produzindo e pessoa com conhecimento de causa, não meramente na boa vontade, igual eu falei de Stan Lee e Jack Kirby foram no Pantera Negra. Gente com conhecimento de causa, que pesquisa, que milita produzindo para os grandes. Esses caras querem fazer um trabalho assim como eu no sentido de mudar a sociedade para melhor. [...] Sabe o personagem, as pessoas existem na vida real e precisam ser representadas na ficção também. Não é você fechar os olhos e fazer de conta que não existe, que vai deixar de existir. Elas existem e merecem ser representadas (E9).

Acho que depende de como é feita, acho que é importante citar. Por que isso é uma característica de todo mundo né, todo mundo tem uma sexualidade [...] Contribui, enriquece o personagem, dá contexto pra ele. [...] Sim, é viável e vai dá voz pra quem está sentindo sem espaço (E10).

Acho que contribui! Porque o personagem, acima de super-herói, ele é uma pessoa! Ele tem a riqueza dele, as características dele. E quando se forma o caráter de alguém, se ele é homossexual ele cresceu de outra maneira, ele se

sente um pouco marginalizado; então isso vai contribuir com a forma de como ele vai atuar como super-herói, querendo ou não, [...] Homens se espelham muito; principalmente homens se espelham muito em super-heróis. Talvez tenha um menino que esteja em um canto e precise dessa, desse espelho. Dessa representatividade. [...] Eu acho que talvez é importante para criar um... assim, como eu falei, não pode ser escancarado, mas de certa forma crie um grupo de pessoas que se identifique, um grupo de fãs (E12). Eu acho bacana porque apesar de algumas pessoas não aceitarem é uma coisa que acontece no dia a dia. Então não colocar isso no mundo dos super-heróis seria fechar demais a visão de mundo geral sabe. Apesar das revistas de super-heróis serem obras fictícias elas usam muito do mundo real como base para criar, então ignorar isso seria ignorar uma parte importante que existe por aí de verdade (E13).

Diante disso, nota-se uma cisma entre os entrevistados no que diz respeito à abordagem da homossexualidade nos quadrinhos de super-heróis, na qual parte vê apenas um estratagema das editoras, para abocanhar uma parcela outrora esquecida de consumidores e outra que vê como uma forma louvável de representação da diversidade, mas ambas concordam que esta deve ser o mais sutil possível.

4.3. Menos rótulo, mais conteúdo

É notável a preocupação de como este personagem, um super-herói homossexual protagonista de uma revista de história em quadrinhos, pudesse ser apresentado. Incluir um personagem apenas porque é homossexual é cair nos clichês sociais de uma visão estereotipada de senso comum do que é ser e como age um homossexual (MOURA; NASCIMENTO; BARROS, 2017). Seguir esta receita poderia levar o personagem à entropia, uma vez que parte do público poderia não se sentir a vontade em comprar uma revista deste tipo e outra parcela poderia não se sentir representada ali e também ignoraria o título. Praticamente todos concordam que a apresentação do personagem como homossexual deve acontecer no decorrer da história, logo após o desenvolvimento da trama e que isso ocorra de forma sutil e fluida, sem alarde ou burburinho.

É o que eu disse! Vai depender do que se trata a história. O contexto da história está tratando de que?! Trata como eu disse no começo da entrevista, se trata de um super-herói, que por acaso é homossexual, ou um homossexual que por acaso é super-herói; o apelo dessa história, a quem esta história é direcionada; e se esta história for direcionada a crianças e adolescentes e tal, o que esta história tem a abordar. Abordar só, vai abordar

somente o fato dele ser homossexual ou vai contar várias histórias que ele derrota vilões e tudo mais.(E1)

Acho que seria no decorrer. Igual você falou, deveria ser no decorrer da história. Porque seria mais interessante, iria mostrar mais a realidade né? No decorrer da história, aí vai desenrolando. [...] Bom eu acho que a história fica mais interessante, porque se o personagem usa máscara e a gente fica naquela curiosidade se ele é homem ou mulher. Seria interessante saber sobre esta pessoa, se ele é homem ou mulher homossexual. Acho que seria interessante. (E2)

Não precisa ser o foco central da história dele, porque a minha sexualidade não é o foco central da minha história. (E4)

Quando o autor é homossexual, ou fez uma pesquisa muito intensa ele tem *knowhow* para fazer isso (E9).

É! De preferência, uma equipe que esteja na área, né! Que seja, que transcenda o gênero, ou seja, que tenha tanto homens quanto mulheres do público LGBT trabalhando juntos, né? E sejam também de mane... de perfis diferentes. Tenham inúmeros perfis aí. Porque para cada um dos sexos, porque a diversidade que estes quatro gerariam, supondo dois homens e duas mulheres LGBTs com dois perfis diferentes cada um. Aí seria, teria menos risco, né. Menos capacidade de dar errado. (E11)

As pessoas têm que se sentir confortáveis, tem que se sentir representadas, mas como eu falei, tem que ser sutil. Não pode ser assim, olha compre este super-herói porque ele é *gay*. Não! Compre este super-herói! Ele é incrível! Ele sobe nas paredes! Hum. ele tem um namorado! Qual o problema? Ele pode ter um namorado. [...] Depende da história! Eu não acho que chegaria, na leitura, por exemplo, e falar: Hum eu vou comprar porque ele é homossexual! E Brasileiro! Eu pegaria, pegaria a sinopse é olha que interessante, ele sofre uma certa radioatividade e tal. Vou ver se é divertido. Então que realmente, se a história for boa eu compraria. Independente de que for; podia ser um gnomo. Se a história é boa, poderia ser uma árvore com pé falante, não tem problema (E12).

A preocupação com a arte da revista e o roteiro é outro ponto a ser levantado, demonstrando uma preocupação dentre os consumidores de quadrinhos quanto ao consumo de revista pela arte e roteiro e mais precisamente pelos nomes a estes associados, ou seja, a compra devido a determinado artista ou roteirista. Uma vez que como nos apresenta Eisner (1985) e Marinho (2003), os quadrinhos são compostos basicamente de arte e literatura, de

modo que haja uma experiência visual comum entre quem cria e o público para que a percepção visual e a compreensão da mensagem aconteça.

Tem que ser do desenhista que eu gosto, que eu admiro as obras dele. Tem que ser do escritor... né, que eu goste também. E a história tem que ser uma história interessante, o desenrolar da história tem que ser interessante. [...] Não é pelo fato de ele ser homossexual e tal, dele ser heterossexual que eu vou consumir esta história. Eu tenho que gostar do autor, do desenhista, tenho que... que me chamar a atenção. Me chamou a atenção o, o desenrolar da história, eu compro sem problema nenhum. (E1)

Bem, na verdade um conjunto de fatores, mas o roteiro, a forma como a trama é conduzida, como o personagem é apresentado e desenvolvido acho que seja o principal. (E3).

Eu geralmente compro por causa da arte. É o que eu mais levo em consideração; ou o roteiro da história, que também é um ponto muito importante. São as duas coisas que mais me preocupam na hora de comprar a revista. [...] Bom, eu acho que tem que ter um bom desenvolvimento, um background do personagem, uma história onde o personagem, ele se supera a cada momento e que haja uma empatia com público. [...] eu compraria pela arte, pela história. Se no caso fosse um bom desenhista, um bom roteirista trabalhando, sim compraria (E5).

Desenho! Depois comecei a gostar mais da história. Quando era criança e adolescente eu gostava muito dos desenhos, mas depois na fase adulta eu gostava mais das histórias. Mas não via revistas com desenhos ruins, eu gostava de desenhos bons e histórias boas. (E6)

Capacidade intelectual do roteirista, exemplo Sandman. Todo o argumento, narrativa visual que faz toda a diferença, é necessário que o roteirista tenha um casamento muito grande com o desenhista. Por exemplo, o lobo solitário, tem exemplares que tem 30 páginas sem valer de texto e eu consigo entender a história perfeitamente. Por que se eu quisesse ler, eu leria um livro, gosto de quadrinhos por que tenho desenho. Essa narrativa com pouco texto também me atrai muito sabe. (E7)

A história pra mim ainda é mais importante. Assim, se for colocar critérios de classificação, primeiro lugar, uma história que prenda, depois uma arte que me agrade. Algumas vezes eu já comprei histórias somente pela arte e fica como referência né, eu trabalho com isso, mas não é nenhum padrão do consumidor normal. (E9)

Olha, eu valorizo muito mais o roteiro do que a própria arte em si, né! Tanto que eu gosto muito de histórias em quadrinhos e animes. São preto e branco, não tem uma arte tão boa assim, sabe?! Mais antigos. Então assim, tendo um roteiro bom, uma história que convença, né, por causa do roteiro e um super-herói, um herói que me representa... representa as coisas que eu gosto, aí é um motivo pelo qual eu compro. (E11)

O meu foco é sempre a história, porque a forma mais incrível de sair da realidade, de fugir do dia a dia, é uma boa história. Então, arte não me surpreende. Assim, eu sei que na história em quadrinhos é muito importante a visão, mas é algo que não me chama a atenção. (E12)

Se eu ver um quadrinho que não conheço, um personagem que não conheço ou coisa assim que tenha uma arte bacana, arte me chama muito atenção porque eu gosto de desenhar. [...]Arte me chama muito atenção, traçado quanto mais bonito mais atenção chama. [...]Eu compraria pela história e pela arte, eu não compro revista pelo rótulo ou qualquer outra coisa assim diferente da história e da arte que é o que me chama a atenção em uma revista em quadrinhos (E13).

Logo, é possível notar que os consumidores entrevistados estão mais propensos à compra de uma revista de história em quadrinhos de um super-herói homossexual, não pela abordagem apresentada, que para estes não deveria ser o tema principal, mas pelo meio como esta seria apresentada, as pessoas envolvidas no projeto, a arte e o roteiro.

4.4. Pode ser homossexual, desde que não pareça ser!

A forma como este personagem é esteticamente apresentado é outro ponto sensível a se notar. Os consumidores de revistas heterossexuais masculinos não se sentiriam a vontade em acompanhar um título de um personagem que fosse apresentado de forma muito “afetada” em seus trejeitos e em seu design, refletindo uma visão social do homossexual aceito e do rejeitado (REBLIN, 2012; CRUZ, 2017; MOURA, NASCIMENTO E BARROS, 2017).

Primeiro que todas estas características do universo homossexual não fossem jogadas no design do personagem. Que você de imediato soubesse que ele é gay. Segundo que a história não se moldasse em torno da sexualidade do personagem, que isso fosse apenas uma informação e não o enredo da revista.” (E3)

[...]os personagens gays que tem, que são bem aceitos, entre aspas, são os personagens higienizados, personagens brancos, personagens fortes, os personagens que tem performam masculinidade. [...] Para ele ser bem aceito pelo público? Ser higienizado. Infelizmente! Para ele ser bem aceito pelo

público, tem que ser branco, forte e de classe média. Infelizmente, o que seria muito mais interessante um personagem da favela, negro, afeminado, ao meu ponto de vista seria muito mais interessante (E4).

Eu não vejo a necessidade de estereotipar o personagem só por causa disso. Você estereotipar um personagem, acho que dá uma alimentada no preconceito das pessoas de que todo *gay* é afeminado e toda lésbica tem um comportamento mais masculinizado. Não acho que tem necessariamente que seguir esse estereótipo, por que vai alimentar o que as pessoas julgam que é. (E8)

É, realmente tem esta questão de ser estereotipado. Tem mesmo que tirar, dissociar se não vai acontecer igual a personagem de novela, não vai dá certo. (E10)

As pessoas tem muito preconceito com homossexuais, tanto homens, como mulheres. Homens, por se mostrar de uma maneira mais feminina e mulheres por se mostrarem de maneira mais masculina. Esse é o grande preconceito que a sociedade tem . Então assim, existe este tipo de, estas pessoas dessa orientação sexual que são desta forma existem, mas existem outras que não também. [...] Assim, porque quando você vai fazer uma representação, igual a gente vê dessa aí do homem Unicórnio (Cara Unicórnio – personagem de Adri A.), ela é uma representação estereotipada que vai ter um certo preconceito pela sociedade em si e pela própria comunidade LGBT que vai ver aquilo como: oh cara, você está colocando o estereótipo errado na gente! , né!? Isso acontece já. Eu tenho vários amigos que são homossexuais e lutam contra a, este tipo de estereótipo. [...] Representar um homossexual afeminado ou masculinizado para representar toda uma classe dos LGBT, entendeu?! Mas sim tentar ver como que os LGBTs podem ser bem representados saindo do estereótipo (E11).

Então vai ser aquele personagem que é estereotipado. Se for homem, tem uma fala mais mansa, que tem um jeito mais afeminado, não que alguns homossexuais não sejam assim, mas acho que isso é forçar a barra. Mesmo, em primeira instância assim. Ah, ele só anda de legging, super Glitter, acho que fica pesado (E12).

Sim. Se fosse algo muito, muito explicito; não sei, tipo colocar o estereótipo exagerado na capa, sim poderia assustar. Se fosse algo mais brando, mesmo que colocasse de cara, não teria tanto efeito de causar um espanto tão grande (E13).

Pode se observar ainda, um recorte dentro da própria comunidade LGBTQIA+, uma fragmentação do grupo devido aos padrões de comportamentos aceitáveis que levam gays afeminados e lésbicas masculinizadas à marginalização nas estruturas sociais (SOUZA; PEREIRA, 2013; MOURA, NASCIMENTO E BARROS, 2017).

[...] por exemplo, você vai em balada LGBT, tem algumas que eu vou que fica separados os grupinhos. Tipo assim, ficam os caras e as... são tudo bicha, todos gays, mas uns chamam de poc poc, afeminado, não sei o quê, ficam lá no cantinho dançando, se divertindo mais que os outros; enquanto os outros fazem carão, para mostrar quem é mais bonito, quem é mais ostentação. Então assim, isso aí é um recorte da comunidade que reflete dentro dos quadrinhos e em qualquer mídia. [...] uma coisa que também é apagada da comunidade é a bissexualidade. Sofre preconceito de quem é gay é de quem é hétero. [...] o que que é o gay aceitável? É o gay masculino forte né? O bem padrãozinho que fala Grosso, não é afeminado, é extremamente masculino. E o que incomoda? É um gay afeminado, é o gay da favela, o gay negro. Então isso aí é reflexo, às vezes das pessoas já cancelaram o personagem de bater o olho nele e ver que ele era afeminado e negro. E isso existe um preconceito bizarro dentro da própria comunidade LGBT. [...] se um amigo meu gay virar e falar olha ali que bicha afetada, isso é homofobia. Homofobia de outro ser gay, entendeu? [...] Porque o homem que, o gay bem aceito é o gay masculino. A lésbica bem aceita é a lésbica feminina. Porque é fetiche para um hétero, né!? [...] O cara é gay, ele é abertamente gay, tem sei lá, um namorado e tal, e ele acha que não deve casar. Ou seja, ele acha que não deve ter os direitos, os mesmos direitos civis que uma pessoa, um casal hétero tem. Tipo assim, porque sei lá, o presidente que ele gosta falou que não pode. (E4)

Nota se ainda, mesmo que de forma velada, outrora explícita, o preconceito nos discursos de entrevistados mais conservadores, que como cita Borrillo (2011); Bertolli Filho, Amaral (2017), buscam através do discurso heteronormativo o não reconhecimento ou até mesmo a anulação de qualquer tentativa de construção de um título cujo protagonista fosse um super-herói homossexual, colocando a homossexualidade em uma posição de perversão sexual que deve ser repreendida, (FACCO, 2009); como se pode notar na reposta do Entrevistado 7 (E7) ao ser questionado se sentira confortável se um de seus filhos estivesse lendo uma revista desse tipo, e em respostas de outros entrevistados.

Dava um murro na cara dos dois, quebrava a boca dos dois. Eu não saberia lidar com um filho... acredito que meus filhos com 18 e 16 anos já tenham

feito as opções deles, e pegam muitas meninas aí e eu fico muito feliz com isso. Eu obviamente teria que me adaptar de um jeito ou de outro, eu disse que quebraria a boca deles, mas isso é uma figura de linguagem, mas não saberia como reagir; porque levo meus filhos nos lugares onde aprendi a ir, campo de futebol, andar de bicicleta. Quando no início, infância, adolescência, se eu pegasse com uma revista dessas, eu rasgaria e dava um chute na bunda deles mesmo. (E7)

As pessoas na faixa dos 50 aos 45/40. O que estas pessoas têm de visão dos *gays*, dos "GLSs", que não é usado mais, é a pessoa promíscua, a pessoa com HIV (E4).

Ninguém quer saber se o super-herói é veado, a não ser que você compre uma revista de sexo, a vida sexual de Batman. [...] O entretenimento do herói é bem focado, o Huck, por exemplo, ele não seria o Huck se fosse *gay*, seria uma *drag Queen*, imagina ele fresco. [...] As pessoas não querem ter contato com homossexual, *drag queen*, você não quer porque, foi lhe ensinado que não é interessante, a sua religião não permite. [...] tem que ter preconceito, porque sem preconceito como a pessoa vai se proteger? (E6)

Na verdade eu acredito muito na referência materna e paterna. Tenho dois filhos, eu percebo claramente o que eles absorvem da referência materna e paterna.... Me disseram que o filme *Brokeback Mountain* tinha um casal *gay*, eu não tive interesse em ver o filme. Se alguém me der uma revista em quadrinhos com personagem *gay*, não vou ter interesse em ler. [...] não compraria revista homossexual nenhuma. [...] Acho que não tem público para isso, por que se tem *gay* para ler quadrinho eu não conheço, apesar que tem *gay* para caramba, mas não vejo neles interesse nisso, porque *gay* gosta de moda. [...] Porque o cara que não gosta de revista *gay*, se tiver um *gay* nela ele não vai comprar essa não. Pode até ser contraditório, eu trabalho com publicidade, o mercado *gay* está em alta expansão, crescem e precisam ser observados, mas tem áreas que eles não têm tanto interesse assim, por exemplo, produtos para casa é algo que eles consomem bastante. Por não ter filhos gastam mais com casa, mas revista em quadrinhos não vejo interesse, eles gostam é de moda. [...] Na verdade uma revista em quadrinhos não iria fazer ninguém *gay*, mas que iria mostrar uma coisa mais normal, que na minha cabeça não é tão normal assim. [...] Meu filho fez uma festa lá em casa, eu percebi que dois amigos dele eram *gays*, claramente no jeito de se vestir, nos trejeitos. Pra ele é mais normal, mas pra mim não é. Eu teria mais dificuldades (E7).

Porque as pessoas tem muito na mente que por você ter orientação sexual, tal, tal. Tem muita gente que pensa que por você ser *gay*, você é um puto. Você praticamente está falando sobre sexo o tempo todo, e eu não enxergo que um quadrinho poderia abordar isso de forma alguma. Então no máximo que vai acontecer sei lá o carinha lá ter um amor secreto por amigo e pronto. Porque nenhum quadrinho que eu já li da *Marvel* e *DC* tem sexo explícito por exemplo. [...] É muito sexualizada, parece que todos os homossexuais viram na esquina ali e já está fazendo sexo entendeu? E não é assim que funciona (E8).

Eu acho que é pelo resquício histórico que o super-herói já trás. Já tem bastante tempo e é bem tradicional. É aquela ideia de um homem bem resolvido, inteligente, forte, que vai salvar a mocinha, porque a mulher que é a fraca e que tem que ser salva. (E12)

Assim, embora seja possível verificar uma evolução no que diz respeito à aceitação, principalmente entre os entrevistados mais jovens, observa-se certa dificuldade em assimilar um super-herói homossexual como protagonista devido à complexidade das possibilidades de apresentação do personagem sem cair na estereotipação e gerar uma resposta contrária. Por outro lado, uma parcela mais conservadora de consumidores não vê com bons olhos apresentar um personagem com estas características, seja por não se identificarem, ou por acreditarem que isso não é correto ou normal e deste modo, não deveria ser abordado em uma revista em quadrinhos de super-heróis.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou identificar a percepção do consumidor de revistas de histórias em quadrinhos de super-heróis quanto ao que o faz se identificar e a comprar este tipo de mídia, bem como sua opinião quanto à adoção de um super-herói homossexual como protagonista; como esta abordagem deveria ser feita, se consumiria este tipo de revista e os motivos pelos quais o levam a tal. Para isso, esta pesquisa qualitativa interpretativista utilizou-se das respostas de 13 consumidores de revistas de histórias em quadrinhos obtidas através de entrevistas baseadas em um roteiro semiestruturado.

É possível observar que os leitores de quadrinhos de super-heróis buscam muito mais neste tipo de produto do que um mero entretenimento, ali encontram certos padrões de representação com os quais se identificam e os unem formando verdadeiras comunidades de fãs, (ARNOULD; THOMPSON, 2007; PINTO; ZAMPIER, 2013); seja na forma física e personalidade de seus personagens favoritos ou em aspectos como arte e literatura, que

envolve a nona arte; o que de certa forma casa com o que diz Eisner (1985), sobre ser necessário que haja uma experiência comum entre quem cria e os consumidores deste produto para que a mensagem seja compreendida.

É possível perceber novas visões sobre a construção do super-herói, onde os indivíduos entrevistados ainda presam por certos valores, mas demonstrando uma maior inclinação para o anti-herói, com todas suas falhas e imperfeições, que o aproximam ainda mais de consumidores que buscam uma representação mais coerente com a realidade, ansiando por um rompimento do padrão de corpo perfeito e a aceitação de formas mais realistas e coerentes. Revelando assim, uma identificação que está mais ligada ao Homem do que ao Super; seus aspectos físicos, seu comportamento, seus valores, suas dificuldades e sua superação diante das adversidades.

Pode se notar junto a estes consumidores, uma rejeição por personagens com trejeitos, sejam gays afeminados ou lésbicas masculinizadas, demonstrando que a sociedade ainda não aceita tão bem este tipo de iniciativa. Embora não se apresentem como pessoas que tenham preconceito, o público não se sente totalmente confortável quanto à criação e venda de um super-herói homossexual como protagonista de uma revista, algo que demonstra o quão amarrados estamos aos padrões heteronormativos vigentes. Nota se também uma rejeição ao produto caso isso seja utilizado pelas corporações apenas para obtenção de lucros, sem que haja qualquer representatividade real.

A percepção da amostragem de consumidores de revistas de histórias em quadrinhos sobre a adoção de um super-herói homossexual é mista, mas assim como nos mostra Cruz (2017), que houve uma grande evolução nas últimas décadas, é possível notar uma maior aceitação pelo público mesmo que ainda com certas ressalvas, principalmente no que diz respeito a como este deveria ser apresentado; de forma mais sutil e respeitosa, fugindo de estereótipos afetados, e sob a tutela de pessoas do meio ou que tenham know-how para falar do assunto.

Vale ressaltar, que existe em contrapartida uma mudança significativa, principalmente entre os entrevistados mais jovens, quanto à possibilidade de adoção de um super-herói homossexual. A busca pela representação de uma sociedade multifacetada, que anseia e clama por aceitação se mescla na necessidade de apresentar personagens mais realistas no que diz respeito a trazer uma parcela marginalizada da sociedade. Apresentar um personagem homossexual neste contexto é romper com uma barreira há muito criada e trazer identidade e representatividade aqueles que não se sentem vistos.

Por fim, diante da amplitude e das ramificações do tema, e devido a limitações como a heterogeneidade da amostra, bem como um desequilíbrio na faixa etária dos entrevistados, visto que foi evidenciado uma notável divergência na percepção dos entrevistados mais jovens na faixa dos 20 anos para aqueles acima de 40 anos, recomenda-se para trabalhos futuros, pesquisas que se valham de outras formas de metodologias de coletas de dados, como por exemplo, análise quantitativa, e que possam aprofundar ainda mais na compreensão quanto a identificação e o comportamento dos consumidores de histórias em quadrinhos em virtude da adoção de um super-herói homossexual como protagonista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALÍRIO, R. D. **Métodos e técnicas de pesquisa em administração**. Rio de Janeiro: Fundação CERIERJ, 2009.

ALMEIDA, G. T. As técnicas projetivas em estudos sobre a *consumer culture theory* - CCT. **Revista Ciências Administrativas**, v. 24, n. 2, p. 1-15, 2018.

ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. *Consumer culture theory (CCT): twenty years of research*. **Journal of Consumer Research**, v.31, n.4, 2005.

ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. *Consumer culture theory (and we really mean theoretics): dilemmas and opportunities posed by an academic branding strategy*. In: BELK, R. W.; SHERRY, J. F. (Ed.) **Consumer culture theory**. Oxford: Elsevier, 2007.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. B. Educação ambiental comunitária: uma experiência com a técnica de pesquisa *snowball* (bola de neve). **REMEA - Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, [S.l.], v. 27, dez. 2012. ISSN 1517-1256. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/remea/article/view/3193>> Acesso em: 11 nov. 2018. doi:<https://doi.org/10.14295/remea.v27i0.3193>.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERTOLLI FILHO, C.; AMARAL, M. E. P. A recepção da sexualidade nos quadrinhos: analisando o caso Lanterna Verde. **ECCOM - Revista de Educação, Cultura e Comunicação**, v. 8, n. 15, jan./jun. 2017.

BORRILLO, D. 2011. **Homofobia: história e crítica de um preconceito**. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.

CARVALHO, J. L. F. S.; MOTTA, P. C. Experiências em cenários temáticos de serviços. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 42, n. 2, p. 1-12, Jun. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902002000200005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 07 nov. 2018.

CHINEN, N. Reinterpretando Wertham. influência de *seduction of the innocent* nos estudos de quadrinhos no Brasil. In: JORNADAS INTERNACIONAIS DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS, 2., 2013, São Paulo, **Anais...** São Paulo, SP: Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo – 20 a 23.08.2013.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CRUZ, D. P. **A outra ponte do arco-íris: discursos e representações LGBTTT nas histórias em quadrinhos de super-heróis norte-americanas**. Dissertação (Ciências da Comunicação).

Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2017.

CRUZ, F. B.; AMARAL, V. C.; C P SOUSA, M. Homossexualidade e a cultura pop – A representação *gay* nos quadrinhos retratada pelo jornalismo. In: XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Belo Horizonte - MG – 7 a 9/6/2018

DALBERTO, L. C. Por esta eu não esperava: o devir homossexual nas superaventuras do *x-factor*. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DA FACULDADES EST, 2., 2014, São Leopoldo. *Anais do Congresso Internacional da Faculdades EST*. São Leopoldo: EST, v. 2, 2014.

DESIDÉRIO, M. Os números impressionantes da comic con de SP, a maior do mundo. **Exame**. 9 dez. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/os-numeros-impressionantes-da-comic-con-de-sp-a-maior-do-mundo/>> Acesso em: 25 set. 2018.

EISNER, Will. *Comics & sequential art*. São Paulo: Martins Fontes, 1985.

FACCO, L. **Era uma vez um casal diferente**: a temática homossexual na educação literária infantil. São Paulo: Summus, 2009.

FRADE, R. M. Se você ainda duvida, os números comprovam: diversidade dá certo. **Judão**. Publicado em: 14 jul. 2016. Disponível em: < <http://judao.com.br/gibis-provam-diversidade-da-certo/>> Acesso: 07 nov. 2018.

FREY, A. Você tem sua diversidade nos quadrinhos, então por que não compra? **Tradutores de Direita**. Publicado em: 18 mai. 2016. Disponível em: < <http://tradutoresdedireita.org/voce-tem-sua-diversidade-nos-quadrinhos-entao-por-que-nao-compra/>> Acesso em: 07 nov. 2018.

GAIÃO, B. F. S.; SOUZA, I. L.; LEÃO, A. L. S. Consumer culture theory (CCT) já é uma escola de pensamento em marketing? **Revista de Administração de Empresas**, v. 52, n. 3, p. 330-344, 2012.

JONES, G. **Homens do Amanhã**: geeks, gângsteres e o nascimento dos gibis. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2006.

MAGALHÃES, J. C.; RIBEIRO, P. R. C. Para além de um corpo transparente: investigando métodos e estratégias de esquadrihar o sujeito homossexual. **História, Ciências, Saúde - Manguinhos**, v.22, n. 2, p. 461-482, 2015.

MANZINI, E. J. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE PESQUISA E ESTUDOS QUALITATIVOS, 2, 2004, Bauru. **A pesquisa qualitativa em debate. Anais...** Bauru: USC, 2004. CD-ROOM.

MARINHO, E. S. Histórias em quadrinhos, a oralidade em sua construção. In: CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA, 3, 2004, Rio de Janeiro. In: III CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA e I CONGRESSO INTERNACIONAL DE ESTUDOS FILOLÓGICOS E LINGÜÍSTICOS, Rio de Janeiro: 2004. **Anais...** Rio de Janeiro: 2004. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/viiiicnlf/anais/caderno12-11.html>>. Acesso em: 15 out. 2018.

MCCRACKEN, G. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 99-115, jan.-mar. 2007.

MCCLLOUD, S. **Desvendando os quadrinhos**. São Paulo: Makron, 1995.

MOURA, R. G., Nascimento, R. P., & Barros, D. F. (2017). O problema não é ser *gay*, é ser feminino: o *gay* afeminado nas organizações. **Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, 4(11), 1478-1541.

NUNES, E. F. S.; SILVA, R. C.; MOURA, C. A. P. Usos dos quadrinhos em escolas públicas: um olhar pedagógico em um universo cartunizado. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, nº 64, p. 231-250, set 2015 – ISSN: 1676-2584.

PINTO, M. R.; ZAMPIER, R. L. Os significados do consumo de imóveis de luxo na perspectiva da *consumer culture theory* (CCT). **Revista ADM. MADE**, v. 17, n. 3, p. 1-26, 2013. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/27117/os-significados-do-consumo-de-imoveis-de-luxo-na-perspectiva-da-consumer-culture-theory--cct-i/pt-br>>. Acesso em: 15 out. 2018.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REBLIN, I. A. Relacionamentos homoafetivos nos quadrinhos e seu lugar na discussão acerca do princípio da igualdade de direitos. In: III Encontro Internacional de Ciências Sociais, 2012, Pelotas, RS. **Anais do III Encontro Internacional de Ciências Sociais**. Pelotas, RS: UFPel, 2012. p. 1-14.

ROCHA, E.; BARROS, C. Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor. **Revista de Administração de Empresas**, v. 46, n. 4, p. 1-12, 2006.

SAFFIOTI, H. I. B. **Gênero, patriarcado, violência**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SANTOS, M. O. Formação de leitores: um estudo sobre as histórias em quadrinhos. **Revista ACB**, [S.l.], v. 15, n. 2, p. 5-23, set. 2010. ISSN 1414-0594. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/765>> Acesso em: 23 set. 2018.

SANTOS, R. E.; VERGUEIRO, W. Histórias em quadrinhos no processo de aprendizado: da teoria à prática. **EccoS – Revista Científica**, São Paulo, n. 27, p. 81-95, jan./abr. 2012. Disponível em: <<http://repositorio.uscs.edu.br/bitstream/123456789/244/2/HIST%C3%93RIAS%20EM%20QUADRINHOS%20NO%20PROCESSO%20DE%20APRENDIZADO.pdf>> acesso em: 21 set. 2018.

SOUSA, L. N. **A pederastia em Atenas no período clássico: relendo as obras de Platão e Aristófanes**. Dissertação (História). Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2008.

SOUZA, I. L.; GAIÃO, B. F. S.; SILVA, J. D. S.; LEÃO, A. L. M. S. Uma abordagem alternativa para a pesquisa do consumidor: adoção da *consumer culture theory* (CCT) no Brasil. **Revista Alcance**, v. 20, n. 3, p. 383-399, 2013.

SOUZA, E. M.; PEREIRA, S. J. N. (re)produção do heterossexismo e da heteronormatividade nas relações de trabalho: a discriminação de homossexuais por homossexuais. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, SP, V. 14, n. 4, jul./ago. 2013 - ISSN 1518-6776.

TORRÃO FILHO, A. **Tríbadés galantes, fanchonos militates**: homossexuais que fizeram história. São Paulo: Summus, 2000.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas (UNICAMP)**, v. 44, p. 201-218, 2014.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VERGARA, S. C.; CALDAS, M. Paradigma interpretacionista: a busca da superação do objetivismo funcionalista nos anos 1980 e 1990. **Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 4, p. 66-72, 2005. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/10957/paradigma-interpretacionista--a-busca-da-superacao-do-objetivismo-funcionalista-nos-anos-1980-e-1990/i/pt-br>>. Acesso em: 06 nov. 2018.

VERGUEIRO, W. A atualidade das histórias em quadrinhos no Brasil: a busca de um novo público. **História, imagem e narrativas**, v. 3, n. 5, p 1-20, 2007.

VERGUEIRO, W. As histórias em quadrinhos no limiar de novos tempos: em busca de sua legitimação como produto artístico e intelectualmente valorizado - **Visualidades. Revista do Programa de Mestrado em Cultura Visual - FAV I UFG**, v. 7, n. 1, abr. 2012. ISSN 2317-6784. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/18118>>. Acesso em: 21 set. 2018. doi:<https://doi.org/10.5216/vis.v7i1.18118>.

VERGUEIRO, W.; PIGOZZI, D. Histórias em quadrinhos como suporte pedagógico: o caso *Watchmen*. **Comunicação & Educação**, v. 18, n. 1, p. 35-42, 30 jun. 2013.

**ANEXO I - ROTEIRO PARA ENTREVISTA: A PERCEPÇÃO DO CONSUMIDOR
DE REVISTAS DE HISTÓRIAS EM QUADRINHOS, DO ESTILO COMICS
AMERICANO, SOBRE A ADOÇÃO DE UM SUPER-HERÓI HOMOSSEXUAL
COMO PROTAGONISTA.**

Dados de identificação:

- 1 - Sexo?
- 2 - Idade?
- 3 - Escolaridade?
- 4 - Profissão?
- 5 - Renda?

Dados relativos ao objetivo da pesquisa:

- 1 - O que o faz se identificar com os quadrinhos de super-heróis?
- 2 – Quais fatores o levam a comprar este tipo de revista: roteiro, desenho, personagem?
- 3 - Para você quais características um super-herói deve ter?
- 4 - Hoje temos várias revistas americanas com super-heróis assumidamente homossexuais, como o Estrela polar, *BatWoman*, Apolo e Meia-noite, Lanterna verde da fase 52 da DC, etc. Você se sentiria confortável em ler uma revista de história em quadrinhos de super-herói homossexual? Por quê?
- 5 - Você já consumiu alguma revista de histórias em quadrinhos com super-heróis homossexuais?
- 6 - Qual a sua opinião sobre elas?
- 7 - Você acha que a abordagem da sexualidade de um super-herói é negativa ou positiva para a história ou para a venda da revista?
- 8 - Sabe se que o mercado, não só de quadrinhos, tem investido, e muito, na diversidade ao abordarem temas realistas de cunho racial, social e sexual, ou nas chamadas minorias, nas quais se incluem os homossexuais. O que você acha deste direcionamento do mercado de quadrinhos atual?
- 9 – Se fosse lançada uma revista de história em quadrinhos de um super-herói homossexual brasileiro, você compraria? Por quê?
- 10 – Quais as características seriam necessárias para que você comprasse uma revista de história em quadrinhos de um super-herói homossexual brasileiro?

11 – Recentemente foi lançado Cara-Unicórnio de Adri A, a primeira revista de história em quadrinhos de super-herói cujo protagonista é homossexual. Para você qual o motivo de não haver nenhuma outra revista de história em quadrinhos de super-heróis homossexuais no mercado nacional?

APÊNDICE I - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CAMPUS FLORESTAL
35.690-000 – FLORESTAL – MINAS GERAIS - BRASIL

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

O Sr.(a) está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa **A percepção do consumidor de revistas de histórias em quadrinhos, do estilo *Comics* americano, sobre a adoção de um super-herói homossexual brasileiro como protagonista.** Nesta pesquisa pretendemos identificar, sob a ótica dos consumidores de revistas de histórias em quadrinhos de super-heróis que residem na região centro oeste mineira, quais são suas percepções diante da adoção de uma revista com um protagonista homossexual. Ressalta-se ainda que pretendemos analisar rastros de cultura que emergem das relações de consumo bem como seu ponto de vista diante deste tipo de produto, o que poderia auxiliar na promoção de um trabalho posterior que possa avaliar a viabilidade deste tipo de projeto.

Para esta pesquisa adotaremos os seguintes procedimentos de coleta de dados: entrevistas com roteiro semiestruturado, com perguntas abertas e duração aproximada de 40 minutos. As entrevistas serão gravadas digitalmente, mediante sua concordância, e posteriormente transcritas para a análise.

Os riscos envolvidos na pesquisa consistem em se você se sentir constrangido (a) em algum momento ou com alguma pergunta feita pode se recusar a responder.

Para participar deste estudo, o Sr.(a) não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. O seu nome será mantido em sigilo, a fim de se evitar qualquer retaliação decorrente da sua participação. Mas, se eventualmente, acontecer algum problema como consequência desta pesquisa, os pesquisadores se colocam à disposição para esclarecimentos e apoio. O Sr.(a) tem garantida plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem necessidade de comunicado prévio. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que o Sr.(a) é atendido(a) pelo pesquisador. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O(A) Sr.(a) não será identificado(a) em nenhuma publicação que possa resultar. Seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, na Universidade Federal de Viçosa/Campus de Florestal e a outra será fornecida ao Sr.(a).

Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos após o término da pesquisa, e depois desse tempo serão destruídos. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo e confidencialidade, atendendo à legislação brasileira, em especial, à Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, e utilizarão as

informações somente para fins acadêmicos e científicos.

Eu,

_____,
contato _____, fui

informado(a) dos objetivos da pesquisa **A percepção do consumidor de revistas de histórias em quadrinhos, do estilo *Comics* americano, sobre a adoção de um super-herói homossexual brasileiro como protagonista**, de maneira clara e detalhada, e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi uma via original deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer minhas dúvidas.

Florestal, _____ de _____ de 2019.

Assinatura do Participante

Assinatura do Pesquisador

Nome do Pesquisador Responsável: Fábio Nunes Cerqueira
Endereço: Rua Londrina, 122, Jardim Beatriz - Pará de Minas/MG
CEP: 35661-260 Telefone: (37) 99916-0684
E-mail: fabiocerqueira87@gmail.com

Em caso de discordância ou irregularidades sob o aspecto ético desta pesquisa, você poderá consultar:

CEP/UFV – Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos Universidade Federal de Viçosa

Edifício Arthur Bernardes, piso inferior Av. PH

Rolfs, s/n – Campus Universitário Cep. 36570-

900 Viçosa/MG

Telefone: (31)3899-2492

E-mail: cep@ufv.br/Site:www.cep.ufv.br