

A produção humorística brasileira publicada na revista *MAD*

Roberto Elísio dos Santos*
Waldomiro Vergueiro**

*Universidade Municipal de São Caetano do Sul. (USCS). São Paulo. SP. Brasil.
Contato com o autor: robelisio@yahoo.com.br

**Universidade de São Paulo. (ECA-USP). São Paulo. SP. Brasil.
Contato com o autor: wdcsverg@usp.br

Resumo: Publicada desde 1952 nos Estados Unidos, a revista MAD emprega recursos da metalinguagem e da intertextualidade para satirizar criticamente a sociedade e a mídia. Este trabalho discute a importância desta publicação no campo das histórias em quadrinhos e do humor gráfico pela trajetória da edição brasileira desse produto midiático impresso, lançada em 1974. O objetivo desta pesquisa, qualitativa e de nível exploratório, foi identificar as temáticas abordadas pelos artistas brasileiros. Para tanto, foi realizado um levantamento documental e a análise de conteúdo que utilizou o referencial teórico da semiologia de linha francesa. O estudo propõe que a preocupação dos autores brasileiros em utilizar a realidade nacional como foco do humor foi a grande razão do sucesso e longevidade dessa revista no país. O ineditismo do objeto de estudo (a produção humorística nacional editada na revista MAD) justifica a importância da investigação científica empreendida.

Palavras-chave: Humor gráfico. Histórias em quadrinhos. Revista MAD. Produção editorial. Brasil.

Abstract: **The Brazilian humoristic production published in MAD magazine.** Published since 1952 in the United States, the MAD magazine employs resources of meta language and intertextuality to critically satirize society and the media. This paper discusses the importance of this publication in the field of comics and graphic humor by the trajectory of the Brazilian edition of this printed media product, launched in 1974. The objective of this research, qualitative and of exploratory level, is to identify the topics addressed by Brazilian artists. Therefore, it was made a documentary survey and a content analysis that used the theoretical framework of the French line of semiotics. The study suggests that the concern of Brazilian authors in using the national reality focused humor was the big reason for the success and longevity of this magazine in this country. The novelty of the object of study (the national humorous production published in MAD magazine) explains the importance of scientific research undertaken.

Keywords: Graphic humor. Comics. MAD Magazine. Editorial production. Brazil.



1 Introdução

A revista *MAD* é uma das mais populares revistas de humor gráfico e quadrinhos do mundo. Seu modelo de humor gerou muitos seguidores, com versões da revista sendo publicadas em várias partes do mundo, como Argentina, Canadá, Alemanha, México, Holanda, entre outros, muitas delas ainda sendo publicadas.

Isso também ocorreu no Brasil, onde uma edição em português da revista existe desde a década de 1970, sendo publicada quase que ininterruptamente, por diferentes editoras, até os dias de hoje. Inicialmente se concentrando apenas na tradução do material original norte-americano, aos poucos a edição brasileira foi se abrindo para os artistas do país, que passaram a focar temas locais e inseriram na publicação um viés bastante particular, espelhando o viés nativo, o senso de humor e valores brasileiros, bem como a cultura verde-amarela. Este artigo procura refletir sobre o trajeto e as características da edição brasileira da revista *MAD*, buscando mostrar como esta se dedicou à sátira dos principais aspectos da realidade brasileira, atingindo, assim, popularidade e longevidade de publicação no país.

2 A revista MAD

Pioneiro das revistas de histórias em quadrinhos (*comic-books*) nos Estados Unidos, Max Gaines vislumbrou a potencialidade de mercado de um meio impresso de quadrinhos ao criar em 1933 uma edição promocional distribuída como brinde, intitulada *Funnies On Parade*. No ano seguinte, lançou comercialmente o periódico *Famous Funnies*, que reunia tiras já publicadas em jornais.

Logo, editores que produziam *pulp magazines* – revistas de contos policiais, de aventura ou ficção científica – passaram a colocar nas bancas vários títulos de revistas de histórias em quadrinhos. Em 1935, surgiu a primeira publicação a contar com histórias em quadrinhos inéditas, *New Comics*. Três anos depois, um dos gêneros mais populares nos Estados Unidos, o quadrinho de super-herói, teve início na revista *Action Comics*, onde debutaram as narrativas do Superman. Além deste gênero, as páginas deste tipo de mídia acolheram personagens dos desenhos animados (do universo



Roberto Elísio dos Santos; Waldomiro Vergueiro

Disney, da turma do Pernalonga, entre outros), histórias policiais, de terror, de western, de romance etc

Na década de 1940, Max Gaines decidiu investir em sua própria editora, a EC Comics (Educational Comics), responsável por títulos educativos e religiosos, *Picture Stories from American History* e *Picture Stories from the Bible*. No entanto, essas revistas vendiam pouco e a empresa acumulava muitas dívidas, encontrando-se à beira da falência. Quando Gaines morreu em um acidente náutico, seu filho, William Gaines, herdou os negócios, alterou o nome da editora para Entertainment Comics e criou várias revistas de crime e terror que se tornaram sucesso entre os leitores.

Em meio à paranoia deflagrada pela Guerra Fria, intensificou-se a campanha contra as histórias em quadrinhos nos Estados Unidos. Educadores, líderes religiosos e pais condenavam as revistas de quadrinhos por considerarem seu conteúdo impróprio para crianças e adolescentes. O debate aumentou em 1952 com a publicação do livro *Seduction of the Innocent*, escrito pelo psicanalista alemão Fredric Wertham¹, que trabalhava com menores infratores. Sua tese principal é que as revistas em quadrinhos, especialmente as de crime e terror, levavam os jovens à delinquência. Além disso, o psiquiatra compartilhava com o filósofo alemão Theodor Adorno e outros membros da Escola de Frankfurt uma visão negativa sobre a comunicação de massa.

O debate acalorado na mídia, as audiências no Senado em que editores de revistas de quadrinhos e artistas eram chamados a depor, os artigos inflamados exigindo a proibição da venda dessas publicações e a aprovação de leis restringindo a circulação de determinados títulos em alguns estados levaram os proprietários das editoras a formular seu próprio Código de Ética. As normas excluía[m] palavras como terror do título das revistas, assim como cenas de derramamento de sangue, crimes violentos, erotismo, sadismo e masoquismo, entre outras. As revistas que não seguissem as determinações não poderiam ser distribuídas. Foi um duro golpe para os títulos de terror e crime e, principalmente, para a E.C., a editora mais afetada pela medida.

¹ Sobre os quadrinhos de terror, Wertham e a campanha pela proibição das revistas de quadrinhos nos Estados Unidos, ver Beaty (2005), Hajdu (2008), Nyberg (1998) e Wright (2001).



A produção humorística brasileira publicada na revista MAD

Devido à implantação do Código de Ética, a E.C. teve que cancelar a maioria de seus títulos, uma vez que terror e crime eram temas que entravam em choque com as normas estabelecidas pelos editores. Mas como humor era um gênero que parecia não causar preocupação em educadores, pais e grupos conservadores e religiosos, a revista MAD, lançada em 1952, saiu incólume e continuou a ser publicada, atingindo vendas cada vez maiores.

Concebida pelo editor, roteirista e cartunista Harvey Kurtzman, *Tales calculated to drive you MAD* apresenta aos leitores paródias de filmes e programas televisivos e sátiras políticas e comportamentais. Após a saída de Kurtzman da EC, em 1955, a publicação passou do formato comic-book para o magazine e ganhou o título MAD. Seus colaboradores são identificados como “a usual gangue de idiotas” e seus trabalhos fazem uma crítica ácida às atitudes do ser humano, em especial aos estadunidenses. De acordo com Jacobs

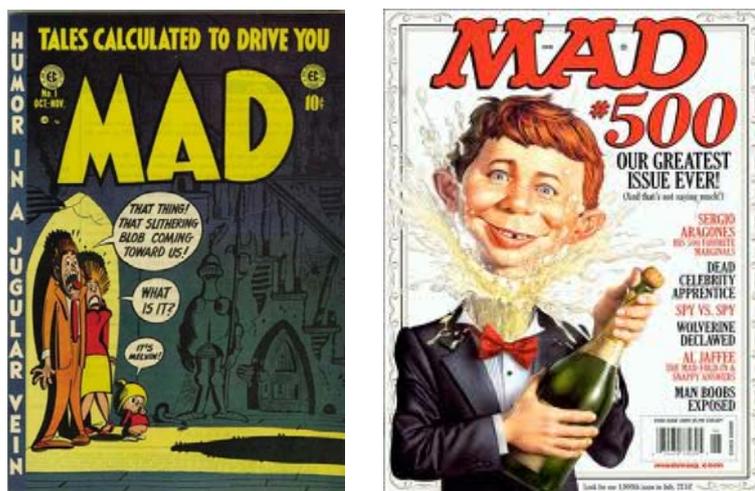
Mad é um animal estranho. Porque ela contém muitos desenhos, muita gente a chama de [revista de] quadrinhos. Pelo fato de agradar a muitos jovens, as pessoas pensam que não é uma leitura adequada para adultos. Por atacar ambas as tendências políticas, é demonizada por todas elas. Uma vez que ataca instituições sagradas, é chamada de antiamericana. Porque se recusa a publicar pornografia, é chamada de careta. Já que ela bate em tudo, é acusada de carecer de um ponto de vista (JACOBS, 1972, p. 198).

A mascote da publicação é Alfred E. Neuman, cuja figura é encontrada em jornais satíricos e peças publicitárias de remédios desde o século XIX. Vários títulos (*Cracked*, *Sick*, entre outros) seguiram a fórmula da *MAD*, mas sem repetir seu êxito e sua longevidade – ainda é publicada, sendo agora propriedade da Warner.



Roberto Elísio dos Santos; Waldomiro Vergueiro

Figura 01 – Capa das edições 1 e 500 da *MAD*, que destaca Alfred E. Neuman.



Fonte: © EC Comics/Warner

3 Publicação e produção brasileira

A versão brasileira da *MAD* chegou às bancas em julho de 1974, publicada pela editora Vecchi. Ao longo de uma década, essa casa publicadora produziu 103 edições da revista, 16 livros de bolso e várias edições especiais. Com a falência da Vecchi, a editora Record ficou responsável pelo título (159 números da revista e diversas edições extras e especiais) de 1984 a 2000, quando a Mythos assumiu a publicação até 2006, totalizando 46 números da revista, 15 edições especiais e 6 da versão em formatinho *MINI MAD*. Em 2008, a editora Panini lançou a nova série. Por mais de 30 anos, o cartunista e editor brasileiro Otacilio d'Assunção Barros, conhecido como Ota, foi o responsável pela revista, tendo trabalhado em todas as editoras que publicaram a *MAD*.

As edições estadunidenses saíam apenas oito vezes por ano, enquanto a nacional tinha periodicidade mensal. Por este motivo, artistas brasileiros de diversas partes do país passaram a colaborar com a versão nacional da *MAD* a partir do número 16, editado pela Vecchi em



A produção humorística brasileira publicada na revista MAD

outubro de 1975. A matéria Mexa-se com um trânsito desses, sobre as agruras do pedestre nas ruas das cidades, tinha roteiro elaborado pelo jornalista e escritor carioca Carlos Eduardo Novaes e arte do gaúcho Vilmar Silva Rodrigues, que ilustrou diversas histórias e desenhou capas da publicação. Pelas páginas da revista passaram artistas veteranos (Flavio Colin e Renato Canini, por exemplo) e estreantes.

A edição nacional da *MAD* segue a mesma fórmula da original estadunidense, com paródias e sátiras ao comportamento e à política, mas aborda questões relativas à cultura, à mídia e à sociedade brasileira. O material produzido por artistas do Brasil compreende capas, textos, ilustrações, cartuns e histórias em quadrinhos, paródias e sátiras comportamentais e políticas.

Os temas das matérias estão impregnados de elementos da vida nacional: se nas edições publicadas nos Estados Unidos Alfred E. Neuman é caracterizado como personagens históricos ou midiáticos, aqui ele ganha feições de Lampião, com o nome de Virgulino Neyman, caricaturado por Carlos Chagas na edição 44 (Editora Vecchi); do ex-presidente Lula, que na época concorria às eleições presidenciais e tem nas mãos um charuto representando sua ligação com Cuba e a ideologia socialista, na capa da *MAD* 108 (Editora Record), de setembro de 1994, com arte de Rogério W.S.; ou do palhaço Tiririca capa do número 31 (Editora Panini), de outubro de 2010, desenhado por Elias Silveira.



Roberto Elísio dos Santos; Waldomiro Vergueiro

Figura 02 – Alfred E. Neuman caracterizado como o cangaceiro Lampião e como Lula.



Fonte: © EC Comics/Warner

Como na edição estadunidense, os artistas brasileiros parodiam histórias em quadrinhos. Um exemplo são as narrativas sequenciais de Mauricio de Sousa, que são questionadas do ponto de vista ideológico: o universo dos personagens da Turma da Mônica não refletiria a realidade nacional, caracterizada pela pobreza e a desigualdade social. Por este motivo, a tira escrita por Domingos Demasi e desenhada por Claudio Almeida mostra Mônica (que, na paródia, é chamada de Vômica) batendo em um garoto carente que não come há dois dias porque ele entrou na “história em quadrinhos errada”. Na capa da mesma edição, ilustrada por Vilmar Rodrigues, Alfred E. Neuman usa um mata-moscas para derrubar os personagens de Mauricio, que voam sobre ele como se fossem insetos.

Figura 03 – Paródia dos quadrinhos da Turma da Mônica



Fonte: © EC Comics/Warner



A produção humorística brasileira publicada na revista MAD

Histórias em quadrinhos são usadas para abordar com humor a política nacional no início da chamada Nova República, em meados da década de 1980, na matéria intitulada “Se o Sarney virasse personagem de quadrinhos”, que tem roteiro de Ota e arte de Vilmar Rodrigues, editada no número 22 (Editora Vecchi), de agosto de 1986. Nas tiras, o ex-presidente é mostrado no papel como Pafúncio, (rebatizado de Sarnúncio), Dick Tracy (renomeado Dick Sarneyfa) ou Garfield (que ganhou o nome de Garfney), todos ostentando volumoso bigode. Como “Sarney Brown”, uma alusão a Charlie Brown, o então chefe de estado brasileiro escreve uma carta pedindo conselhos a seu colega argentino Raul Alfonsín, que havia implantado um pacote econômico pouco antes do Plano Cruzado, que congelou preços para tentar diminuir a inflação.

Figura 04 – O ex-presidente José Sarney com a aparência de Charlie Brown.



Fonte: © EC Comics/Warner

O cinema nacional também recebeu atenção dos artistas brasileiros da *MAD*. A primeira paródia cinematográfica – publicada em 1977 na edição 32 (Editora Vecchi) – foi de *Dona Flor e seus dois maridos*, filme dirigido por Bruno Barreto em 1976 que se tornou um grande sucesso de público. Outro exemplo é *Central do Brasil*, que teve grande repercussão internacional, inclusive com a indicação de Fernanda Montenegro ao Oscar de melhor atriz, e foi escarneada em *O Pior do MAD in Brazil* (Editora Record), de 2000. A violência de *Tropa de elite 2* é explorada em matéria publicada em setembro de 2010 na edição 30 (Editora Panini), com texto e arte de Raphael Salimena.



Roberto Elísio dos Santos; Waldomiro Vergueiro

Além das caricaturas que dão ar cômico aos atores, as sequências principais da narrativa fílmica são mostradas com irreverência, e frases importantes do roteiro são distorcidas para criar situações humorísticas. Toma-se como exemplo o momento em que o Capitão Nascimento tortura um bandido, colocando um saco de plástico em sua cabeça, o rapaz faz um último pedido: “*Grita ‘zero um pede para sai’? Eu i a quadrilha como seus fã número um!*” (sic), colocando em evidência o bordão do policial, que havia se popularizado.

Como no Brasil a programação televisiva possui maior penetração junto ao público do que a produção cinematográfica nacional, as paródias aos produtos culturais veiculados pela TV (programas de auditório, telenovelas, seriados etc.) aparecem com mais frequência na *MAD*. Com a mesma verve humorística aplicada aos filmes brasileiros, os artistas da revista subvertem as tramas repetitivas das novelas, os diálogos pífios e personagens caricatos.

Em Sarabandalha, escrita por Ota e desenhada por Vilmar, publicada na edição 27 (Editora Vecchi), de setembro de 1976, a novela Saramandaia, de Dias Gomes, até o roteirista do folhetim é objeto de humor – diante da máquina de escrever, ele se apresenta: “*E eu sou o **Dias Gosma**, o autor de toda essa besteirada! Consegui a proeza mais fantástica... reunir um punhado de clichês e personagens de minhas novelas anteriores, colocar umas cenas surrealistas no meio e obter sucesso com a crítica!*” Já na paródia à novela Pantanal (exibida pela TV Manchete), intitulada Sacanal (aludindo às cenas de nudez e de insinuação de sexo exibidas) – com roteiro de Ota e arte de Carlos Chagas, publicada em julho de 1990 no número 64 (Editora Record) –, o erotismo da teledramaturgia e os flashbacks constantes são postos em relevo.



A produção humorística brasileira publicada na revista MAD

Figura 05 – Vinhetas que se referem a cenas do filme *Central do Brasil* e da telenovela *Saramandaia*.



Fonte: © EC Comics/Warner

A sátira social e comportamental é encontrada principalmente no Relatório Ota, que faz humor com diferentes temas (sexo, drogas, sequestros, nudismo etc.). Em O Relatório Ota da Internet!, publicado em 2008 na edição O Pior do MAD *In Brazil*, o autor responde se é possível arranjar namoradas pela Internet ou se a Internet deixa o usuário viciado, sempre com afirmações esdrúxulas e explicações deturpadas. Com o fim do regime ditatorial, nos anos 1980, a MAD nacional passou a acompanhar e satirizar a política nacional e a economia, caracterizada pela inflação elevada e por medidas que agravavam o desemprego, a desigualdade social e diminuía o poder de compra da população. Os presidentes Sarney e Collor, assim como a ministra Zélia Cardoso de Melo, foram os políticos mais satirizados. A matéria “Quando o ‘Plano Brasil Novo chegar aos quadrinhos”, realizada por L. Ferreira e Nivaldo – editada no número 62 (Editora Record), de maio de 1990 –, transfere as agruras do povo para os personagens de tiras (Snoopy, Hagar), mesclando a crítica política e a metalinguagem.



Roberto Elísio dos Santos; Waldomiro Vergueiro

Figura 06 – Página do Relatório Ota e capa que satiriza o Plano.



Fonte: © EC Comics/Warner

A partir do século XXI, a edição estadunidense da MAD já não contava com a maioria dos artistas que a consagraram nas décadas anteriores e, além disso, passou a ter como público-alvo o leitor adolescente. No Brasil, quando a revista passou a ser publicada pela editora Panini, também sofreu mudanças. Sem a presença de Ota, o periódico de humor perdeu muito de sua identidade: com mais da metade das páginas ocupadas por material produzido por artistas brasileiros, são histórias e matérias que não possuem um nexos com a linha editorial, que acaba inexistindo.



A produção humorística brasileira publicada na revista MAD

Figura 07 – Humor brasileiro do século XXI, vinhetas de histórias feitas por Marcatti e Marcio Baraldi.



Fonte: © EC Comics/Warner

Considerações finais

Na visão de Santos (2013, p. 169), se comparada à edição estadunidense, a publicação brasileira da MAD apresenta semelhanças e diferenças. As matérias seguem estruturas similares – uma vinheta acompanhada por texto na parte inferior, por exemplo –, a exemplo das paródias de produtos culturais midiáticos, especialmente telenovelas, e a sátira ao comportamento e à política. Como não há um estilo gráfico predominante na publicação dos Estados Unidos, essa característica se repete no Brasil. O que distingue a produção nacional são os temas e referências à cultura brasileira e ao cotidiano do brasileiro, assim como uma abordagem mais direta em relação ao sexo.



Roberto Elísio dos Santos; Waldomiro Vergueiro

Referências

BEATY, Bart. **Fredric Wertham and the critique of mass culture**. Jackson: University Press of Mississippi, 2005.

JACOBS, Frank. **The Mad World of William M. Gaines**. Secaucus: Lyle Stuart, 1972.

NYBERG, Amy Kiste. **Seal of approval: The History of the Comic Code**. Jackson: University Press of Mississippi, 1998.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **Uma revista muito louca: análise do humor da MAD Magazine**. São Paulo: ECA-USP, 2013 [tese de livre docência]

WRIGHT, Bradford W. **Comic Book Nation: The transformation of youth culture in America**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2001.

Artigo recebido em março de 2015 e
aprovado em abril de 2015.