

# DA CULTURA DE MASSA À CULTURA DOS DADOS, DOS RÁDIOS AO STREAMING: UM BREVE HISTÓRICO SOBRE AS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS ADAPTADAS PARA O ÁUDIO

FROM MASS CULTURE TO DATA CULTURE, FROM RADIOS TO STREAMING: A BRIEF HISTORY OF AUDIO ADAPTATIONS OF COMIC BOOKS

DE LA CULTURA DE MASAS A LA CULTURA DE LOS DATOS, DE LAS RADIOS AL STREAMING: UN BREVE HISTORIAL DE LAS ADAPTACIONES DE CÓMICS PARA AUDIO

**Jaimeson Machado Garcia**

■ Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Franciscano (2013, UNIFRA, Santa Maria - RS) e em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria (2014, UFSM, Santa Maria - RS). Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Letras com bolsa do Programa BIPSS - Bolsas Institucionais para Programas de Pós-Graduação da Universidade de Santa Cruz do Sul (Edital 01/2019, UNISC, Santa Cruz do Sul - RS) e doutorando também pelo do Programa de Pós-graduação (UNISC, Santa Cruz do Sul - RS/2021-2025) com bolsa PROSUC/CAPEs - Modalidade II. Durante o segundo semestre de 2023 realizou o doutorado-sanduíche no programa Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP/2023), sob orientação da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lucia Santaella.

■ *Es graduado en Comunicación Social - Publicidad y Propaganda por el Centro Universitario Franciscano (2013, UNIFRA, Santa Maria - RS) y en Comunicación Social - Producción Editorial por la Universidad Federal de Santa Maria (2014, UFSM, Santa Maria - RS). Maestro del Programa de Posgrado en Letras con una beca del Programa BIPSS - Becas Institucionales para Programas de Posgrado de la Universidad de Santa Cruz do Sul (Edital 01/2019, UNISC, Santa Cruz do Sul - RS) y doctorando también en el Programa de Posgrado en Letras (UNISC, Santa Cruz do Sul - RS) con beca PROSUC/CAPEs - Modalidad II.*

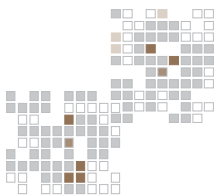
■ E-mail: jaimesonmachadogarcia@gmail.com

**José Arlei Cardoso**

■ Professor pesquisador no programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Santa Cruz do Sul (PPGL - UNISC), com bolsa de Pós-doutorado CAPES - Programa de Desenvolvimento da Pós-Graduação (PDPG) - Pós-Doutorado Estratégico; Doutor em Letras pela UNISC (2021), na linha de Estudos literários e midiáticos; Mestre em Letras pela UNISC (2017), na linha de Processos literários, narrativos e comunicacionais; Especialista em Comunicação Digital pela Universidade de Caxias do Sul - UCS e Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS (2015); Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM (1994).

■ *Profesor investigador en el programa de Posgrado en Letras de la Universidad de Santa Cruz do Sul (PPGL - UNISC), con una beca de posdoctorado de la CAPES - Programa de Desarrollo de la Posgrado (PDPG) - Posdoctorado Estratégico; Doctor en Letras por la UNISC (2021), en la línea de Estudios literarios y mediáticos; Máster en Letras por la UNISC (2017), en la línea de Procesos literarios, narrativos y comunicacionales; Especialista en Comunicación Digital por la Universidad de Caxias do Sul - UCS y la Pontificia Universidad Católica del Rio Grande do Sul - PUCRS (2015); Graduado en Comunicación Social - Periodismo por la Universidad Federal de Santa Maria - UFSM (1994).*

■ E-mail: j.arlei.cardoso@gmail.com



## RESUMO

O rádio foi um dos primeiros meios de comunicação de massa a adaptar e popularizar as histórias em quadrinhos para outras linguagens entre os anos de 1920 e 1950, nos Estados Unidos. Vindo a competir com o cinema durante o seu ápice, esse passado parece hoje esquecido pelas pesquisas acadêmicas ou misturado a estudos sobre narrativas radiofônicas, tais como radionovelas e radioteatros, sem uma ênfase própria. Como parte integrante de uma pesquisa maior de doutoramento, cujo enfoque está nos audiolivros e seus múltiplos aspectos, o presente estudo tem por objetivo fornecer um breve panorama a respeito dos radioquadrinhos a partir das eras culturais propostas por Lucia Santaella (1996; 2013; 2022). Ao fim, apresentamos como os radioquadrinhos desembarcaram no Brasil e como este se tornou um passado esquecido. Em meio a outras considerações, foi possível observar que, no contexto norte-americano, os hoje audioquadrinhos vivem um provável renascimento, enquanto no Brasil ainda é preciso um redescobrimto desse gênero sonoro.

**PALAVRAS-CHAVE:** QUADRINHOS EM ÁUDIO; STREAMING; CULTURA DE MASSA; CULTURA DOS DADOS.

## ABSTRACT

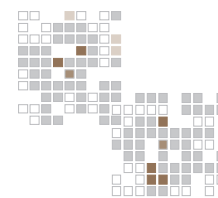
Radio was one of the first mass media to adapt and popularize comic book stories into other forms of media between the years 1920 and 1950 in the United States. Competing with the film industry during its peak, this history seems today forgotten by academic research or blended with studies on radio narratives, such as radio dramas and soap operas, without its own emphasis. As an integral part of a larger doctoral research, focusing on audiobooks and their multiple aspects, the present study aims to provide a brief overview of radio comics within the cultural eras proposed by Lucia Santaella (1996; 2013; 2022). In the end, we present how radio comics made their way to Brazil and how they became a forgotten past. Amid other considerations, it was possible to observe that, in the American context, today's audio comics are experiencing a likely revival, while in Brazil, a rediscovery of this sound genre is still needed.

**KEY WORDS:** AUDIO COMICS; STREAMING; MASS CULTURE; DATA CULTURE.

## RESUMEN

La radio fue uno de los primeros medios de comunicación de masas en adaptar y popularizar las historias en cómic a otras formas de expresión entre las décadas de 1920 y 1950 en los Estados Unidos. Competiendo con la industria cinematográfica durante su apogeo, este pasado parece hoy en día olvidado por la investigación académica o mezclado con estudios sobre narrativas radiofónicas, como radionovelas y radioteatros, sin recibir una atención particular. Como parte de una investigación más amplia de doctorado, centrada en los audiolibros y sus diversos aspectos, el presente estudio tiene como objetivo proporcionar una breve panorámica de los radio cómics desde las eras culturales propuestas por Lucia Santaella (1996; 2013; 2022). Al final, presentamos cómo los radio cómics llegaron a Brasil y cómo este se convirtió en un pasado olvidado. Entre otras consideraciones, se observa que, en el contexto estadounidense, los audiolibros de cómics viven un posible renacimiento hoy en día, mientras que en Brasil aún se necesita redescubrir este género sonoro.

**PALABRAS CLAVE:** CÓMICS EN AUDIO; STREAMING; CULTURA DE MASAS; CULTURA DE DATOS.



## 1. Introdução

Embora possamos afirmar que o cinema e a televisão se tornaram os meios de comunicação de massa mais populares para as adaptações de histórias em quadrinhos, o rádio foi um dos primeiros a abrir caminho para a expansão dessa linguagem a outros formatos a partir de 1929, nos Estados Unidos. Mais do que uma tecnologia de difusão de conteúdos por meio de ondas sonoras, o rádio ajudou a moldar a mitologia de personagens conhecidos pelo grande público e a construir um imaginário coletivo em torno deles que se perpetua até hoje. Um exemplo disso é o bordão: “*É um pássaro! É um avião! Não... é o Super-Homem!*”, que fazia parte da abertura do programa radiofônico diário do alienígena vindo do extinto planeta *Krypton* e passou a integrar o lore do personagem criado por Jerry Siegel e Joe Shuster sob a égide do nacionalismo estadunidense.

Apesar de ter desempenhado um papel importante na formação social dos ouvintes, os radioquadrinhos parecem ter sido relegados às margens das pesquisas acadêmicas ou misturados a outras narrativas radiofônicas, como radionovelas e radioteatros, sem um destaque próprio. Enquanto as adaptações fílmicas e televisivas baseadas em narrativas gráficas parecem ser objetos de estudo constantes, notamos uma ausência de pesquisas sobre programas desse gênero sonoro e como as plataformas de *streaming* de áudio têm possibilitado seu (re)descobrimto por meio da disponibilização daqueles que resistiram ao tempo, juntamente com a oferta de novas produções.

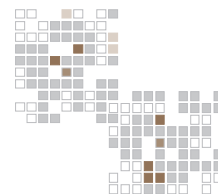
No contexto desse cenário, o presente estudo, parte integrante de uma pesquisa maior de doutoramento em formato multipaper com foco nos audiolivros sob diferentes aspectos por meio dos Estudos de Intermidialidade, tem como objetivo traçar uma breve linha do tempo desse gênero radiofônico devido à escassez de fontes bibliográficas centradas nessa temática. Ao

apresentar esta revisão teórica como uma primeira etapa de reconstrução histórica a partir de uma perspectiva cronológica, almejamos destacar a origem, o desenvolvimento e a resiliência dos radioquadrinhos estadunidenses diante das evoluções tecnológicas que ocorreram desde sua intensa veiculação nos rádios até o momento atual. Dentro desse recorte geográfico também buscamos mostrar as relações e as influências desse tipo de programa de rádio no mercado brasileiro enquanto uma das ferramentas de uso político e ideológico de neocolonialismo durante a Segunda Guerra Mundial, bem como o motivo pelo qual esse importante período parece ter sido “esquecido” ao longo do tempo.

## 2. Dos jornais aos rádios: a origem dos radioquadrinhos

A linguagem das histórias em quadrinhos, tal como a conhecemos hoje, começou a ser propagada durante a década de 1920 por meio das tiras publicadas em jornais diários. Nesse primeiro momento, elas representavam, majoritariamente, personagens brancos e de classe média inseridos em uma sociedade de consumo ao abordarem a apresentação de maneiras apropriadas para incorporar um crescente número de produtos no dia a dia devido à expansão do processo de industrialização.

Ian Gordon (1998) relata que a linguagem dos quadrinhos rapidamente passou a ser incorporada ao cotidiano estadunidense, formando verdadeiras comunidades de leitores dentro de uma mesma cultura visual compartilhada. Os empreendedores da época perceberam logo que poderiam gerar lucros por meio desse público, a partir de um amplo licenciamento: os primeiros foram os fabricantes de bonecos e brinquedos, que aproveitaram o vasto reconhecimento dos personagens obtido pela distribuição massiva dessas tiras; seguidos pelos empresários da *Broadway*, que viram nesse



meio uma rica fonte material para espetáculos teatrais; e as gravadoras, que encontraram nesse formato inspiração para criar partituras e músicas baseadas nessas narrativas gráficas.

Isso fez com que a influência das tiras em quadrinhos se ampliasse de tal maneira que, conforme explica Gordon (1998), determinados personagens se tornaram verdadeiros heróis nacionais. Contudo, com a chegada da década de 1930 e as instabilidades econômicas e sociais ocasionadas pela Grande Depressão, as temáticas das tiras em quadrinhos mudaram. Apesar de ainda sugerirem uma sociedade ordenada por meio de um *ethos* de consumo, o enfoque narrativo voltou-se, a partir de então, à representação de uma classe média composta por indivíduos capazes de superar as inseguranças e ameaças desse período.

Foi em meio a esse contexto que as primeiras tiras em quadrinhos começaram a ser adaptadas para o rádio. Enquanto para os ouvintes os radioquadrinhos eram uma alternativa gratuita de entretenimento, para as emissoras, que estavam se tornando “[...] provedores permanentes de conteúdos, certamente ofertados em função dos anúncios publicitários [...]” (Santaella, 2022, n./p.), esses programas radiofônicos eram um forte atrativo para os anunciantes da época, visto que podiam vincular seus produtos a esses personagens já populares.

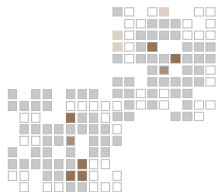
Com isso, os três ou quatro quadros em sequência que dão forma à linguagem das tiras em quadrinhos passaram a competir com a voz desencarnada na sala de estar, diariamente, por meia hora, como afirma Jared Gardner (2013). Rapidamente, o sucesso dessas adaptações sonoras acabou por ultrapassar a preferência do próprio jornal a ponto de competir diretamente com o cinema hollywoodiano, que também buscava nas tiras em quadrinhos uma fonte para produção de narrativas filmicas.

*O rádio providenciava o som, qualquer que fosse, o ouvinte usava a imaginação. O quadro que o ouvinte construía tinha o grau de sofisticação que ele quisesse. Mesmo que o palco sonoro ficasse por segundos em silêncio ele construía uma cena perfeita, dentro da trama que seguia no pensamento, vendo o acontecimento, a situação, o personagem ou o cenário da melhor forma que ele desejaria que fosse. Isso nem o desenho, nem a televisão, nem o cinema podiam fazer uma vez que já eram obras completas* (CARDOSO, 1998, s/p).

Apesar dessa ausência de imagens, Gardner (2013) conta que produtores se esforçavam para fornecer aos ouvintes complementos visuais, como fotografias ou mesmo ilustrações dos atores caracterizados como os personagens que interpretavam. No entanto, à medida em que o processo inverso ocorria, com as radionovelas sendo adaptadas para as tiras em quadrinhos, “[...] elas trouxeram consigo das páginas de quadrinhos as informações visuais para preencher um contorno consistente dos personagens na mente dos ouvintes.” (GARDNER, 2013, p. 249)<sup>1</sup>. Além disso, existiam outras estratégias comerciais voltadas à imersão e fidelização dos ouvintes, como o envio de rótulos dos anunciantes para as emissoras de rádio que, em troca, davam presentes relacionados aos personagens dos programas (LACKMANN, 2014).

Ao final da década de 1930, Gardner (2013) afirma que a lucratividade do rádio com programas desse tipo chegou ao seu ápice. Por consequência, os sindicatos das emissoras radiofônicas passaram a pressionar cada vez mais os quadrinistas a concentrarem as narrativas das tiras dos jornais diários em histórias de

<sup>1</sup> Em inglês: “they brought with them from the comic pages the visual information to fill in a consistent outline of the characters in listeners’ minds”.



aventuras que fossem unificadas, coerentes e facilmente adaptáveis para o meio sonoro. Mas, com a ascensão das revistas em quadrinhos<sup>2</sup> e da popularização da televisão a partir da década de 1950, esse cenário começou a mudar.

Stephen Weiner (2012) conta que as revistas em quadrinhos já não eram uma novidade, visto que os jornais republicavam as tiras por esse formato, por mais que houvesse um significativo desinteresse dos leitores. A grande mudança estava no novo gênero que despontava por meio dela: a dos super-heróis. Gardner (2013) relata que, em 1938, a publicação do primeiro número da *Action Comic*, meio pelo qual foram apresentadas pela primeira vez as aventuras de Super-Homem, fez com que se desencadeasse um fenômeno comparável apenas à chegada da televisão, uma década mais tarde.

Com isso, os jornais diários acabaram perdendo parte dos leitores que dependiam desde os anos 1920. As emissoras de rádio, por sua vez, passaram a buscar nesse meio narrativas gráficas para adaptá-las para os meios sonoros e oferecê-las aos anunciantes. E um desses títulos foi, justamente, *As Aventuras do Super-Homem*, lançado no dia 12 de fevereiro de 1940, cuja abertura se dava da seguinte maneira:

*“Kellogg’s Pep... o cereal super delicioso apresenta... As Aventuras do Superman!”*

2 Para Eisner (2008), existia uma diferença estrutural muito grande entre a narrativa das tiras de jornal e as revistas em quadrinhos, além do formato e da quantidade de quadros usados para a elaboração da história. Segundo o autor, como os jornais estavam conectados ao padrão de vida diário (p. 136), as tiras assimilam essa característica, criando sequências de histórias sempre dependentes da periodicidade diária dos jornais, principalmente com relação a sua continuidade. Já as histórias em quadrinhos publicadas nas revistas – estas, específicas e independentes dos jornais – seguem para uma conclusão definida, uma tradição que começou quando as primeiras revistas em quadrinhos anunciaram edições com todas as histórias completas. Isso resultou, no decorrer de décadas, no surgimento de inúmeros formatos que atendiam necessidades mercadológicas diferenciadas.

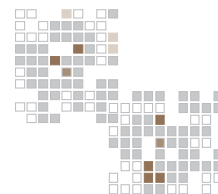
*anunciou Beck. “Mais rápido do que uma bala em alta velocidade”, Beck continuou, seguido pelo som de uma bala de rifle ricocheteando. “Mais poderoso do que uma locomotiva!” seguido pelo som de um apito de trem e um trem nos trilhos. “Capaz de saltar prédios altos com um único pulo!” seguido por uma rajada de vento. “Olhem”, disse Beck então, “Olhem para o céu!”, seguido por pessoas chamando, “É um pássaro... É um avião... É o Superman!”<sup>3</sup> (LACKMANN, 2004, p. 178).*

De acordo com Moya (1993), *As Aventuras do Super-Homem*

*[...] foi para o éter, pela rede da ABC, alcançando o índice 5.6, o maior já conseguido por uma série juvenil, três vezes por semana. O produtor era George Lowther, auxiliado por Robert e Jessica Maxwell, co-roteiristas com B.P. Freeman, e diretores da emissão com Allen Du Covny e Mitchell Grayson. Lowther era o narrador, junto com Jackson Beck. Fitzmaurice e depois Clayton “Bud” Collyer fazia o duplo papel-título e Joan Alexander fazia Lois Lane (MOYA, 1993, p. 131/132).*

Embora as interpretações dos locutores, aliadas à inclusão de efeitos sonoros e música, tenham contribuído para estimular a imaginação dos ouvintes de radioquadrinhos, elas não conseguiram competir com as imagens visuais apresentadas nas telas dos aparelhos de televisão. À medida que essas “caixas mágicas” se tornavam

3 Em inglês: *“Kellogg’s Pep... the super-delicious cereal presents... The Adventures of Superman!” Beck announced. “Faster than a speeding bullet,” Beck continued, followed by the sound of a rifle bullet ricochet. “More powerful than a locomotive!” followed by sound of a train whistle and a train on tracks. “Able to leap tall buildings at a single bound!” followed by a burst of wind. “Look,” Beck then said, “Look up in the sky!” which was followed by people calling out, “It’s a bird... It’s a Plane... It’s Superman!” (Tradução nossa).*



cada vez mais comuns nos lares das famílias estadunidenses, coexistindo ao lado do rádio e de outros meios de comunicação de massa, os radioquadrinhos foram, gradualmente, perdendo seu espaço na preferência do público ouvinte e, conseqüentemente, nas programações das emissoras.

### 3 Os radioquadrinhos no Brasil: um passado esquecido

Durante os anos de 1940 e 1950, o rádio brasileiro também estabeleceu relações com os radioquadrinhos e com as histórias em quadrinhos estadunidenses por meio da política de “boa vizinhança” entre os Estados Unidos e os países sul-americanos durante o Governo Roosevelt. Coordenada pelo *The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, a política de “boa vizinhança” se tratava de uma estratégia não-intervencionista que visava não somente “[...] criar uma unidade panamericana capaz de fazer face às forças do Eixo [...]”, como também “[...] mobilizar a opinião pública latino-americana em favor dos interesses e objetivos dos EUA no contexto da Segunda Grande Guerra”, como explica Bianca Freire-Medeiros (2004).

Entre acordos econômicos que tinham por objetivo reduzir as barreiras comerciais entre nações americanas e a troca de informações relacionadas à Guerra, a política de “boa vizinhança” também buscava a promoção e a exportação do *american way of life* – uma idealização de vida permeada pelo consumismo, pela uniformização social e a adesão aos princípios democráticos liberais. Por isso, apesar de haver um aparente trânsito cultural mútuo entre os países durante esse período, a política de “boa vizinhança” nada mais era do que uma forma de neocolonialismo cultural dos Estados Unidos frente aos povos latino-americanos.

*Foi neste contexto que os brasileiros aprenderam*

*a substituir os sucos de frutas tropicais onipresentes à mesa por uma bebida de gosto estranho e artificial chamada Coca-Cola. Começaram também a trocar sorvetes feitos em pequenas sorveterias por um sucedâneo industrial chamado Kibon, produzido por uma companhia que se deslocara às pressas da Ásia, por efeito da guerra. Aprenderam a mascar uma goma elástica chamada chiclets e incorporaram novas palavras que foram integradas à sua língua escrita. Passaram a ouvir o fox-trot, o jazz, e o boogie-woogie, entre outros ritmos, e assistiam agora a muito mais filmes produzidos em Hollywood. Passaram a voar nas asas da PanAmerican, deixando para traz os “aeroplanos” da Lati e da Condor (MAUAD, p. 49).*

Foi em meio a esse “pacote cultural”, junto aos programas radiofônicos de aventura, que os radioquadrinhos desembarcaram nas terras do carnaval e da malandragem de Carmen Miranda e Zé Carioca, duas importantes figuras que retratavam os estereótipos brasileiros nessa época – que podemos dizer, se perpetuam até os dias atuais. No entanto, Cardoso (1998, s/p) denuncia que séries radiofônicas brasileiras como essas parecem ter sido devoradas pelo tempo, pois “[...] muito pouco sobreviveu ao tradicional descuido dos brasileiros pela cultura nacional [...]”. Lamentavelmente, os programas de aventura transmitidos durante esse período estão – muito provavelmente – perdidos para sempre e as poucas informações que se sabe advém das lembranças nostálgicas de fãs e pesquisadores independentes, em geral, fora do âmbito acadêmico.

Essa lacuna impossibilita nos aprofundarmos sobre como tais produções sonoras eram adaptadas para o contexto brasileiro, visto que, no caso das histórias em quadrinhos, pesquisadores como Theresa Tensuan (2020, p. 141) as veem



como “[...] um meio improvável para encontrar desafios às convenções culturais, dada a extensa documentação das tiras, *cartoons* editoriais e séries de quadrinhos que inscreveram e amplificaram estereótipos raciais, étnicos e de gênero”<sup>4</sup>.

Ou seja,

*os quadrinhos renegociam as dicotomias criadas entre o alto e o baixo, as notícias e o entretenimento, o eu e o outro, como meio de traçar as circulações de poder e as reverberações da violência e de reformular a compreensão do leitor sobre como certas narrativas e visões ganham relevância cultural enquanto outras são moldadas para as margens* (p. 141).

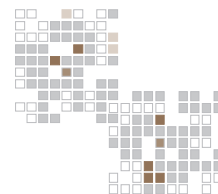
Embora nosso enfoque seja especificamente os radioquadrinhos exportados dos Estados Unidos para o Brasil, é possível termos um pequeno vislumbre a respeito dos possíveis conflitos entre as ideologias estadunidense propagadas durante esse período e da “[...] nossa capacidade de apropriação dos modelos da cultura da massa americana [...]” (Cardoso, 1998, s/p) por meio de títulos que surgiram originalmente por meio de programas de rádios, mas que vieram a ganhar adaptações para as histórias em quadrinhos. Exemplos disso são *As Aventuras do Vingador*, “[...] sem dúvida, um plágio de [*The*] *Lone Ranger* [...]” (1998, s/p) e *Jerônimo, o herói do sertão*, que “[...] representou bem um dos protótipos do herói nacional, com muitos ingredientes para dar certo: um herói, vaqueiro nordestino, vilões, também locais, aventuras, lutas e cenário exuberante, caracteristicamente nacional. (Bibe-Luyten, 1985, p. 72-74) – sendo esse último tão

popular na época que sua revista em quadrinho “[...] chegou a vender tanto quanto *Fantasma* e *Mandrake*, tornando-se o primeiro herói brasileiro a ombrear com os célebres heróis americanos” (Cardoso, 1998, s/p).

Essa, no entanto, é uma outra discussão que carece de um estudo mais aprofundado, pois, especificamente sobre os radioquadrinhos estadunidenses que acabaram sendo produzidos para o público brasileiro, é possível identificarmos entre os citados por Cardoso (1998) que *Little Orphan Annie* foi um dos que desembarcaram e ganharam versões em português durante a década de 1940 – recebendo aqui o título de *Annie, a pequena órfã*. Mas, em razão da ausência de fontes, não é possível sabermos mais informações sobre o elenco, os anunciantes ou mesmo a emissora radiofônica responsável pela sua veiculação.

Ao observarmos as informações disponíveis sobre *As Aventuras do Vingador*, *Jerônimo, o herói do sertão*, e outros programas de rádio originais desse meio ou baseados em personagens da literatura *pulp*, é possível termos uma noção geral sobre tal contexto. Assim como os radioquadrinhos estadunidenses, tais programas também tinham um apelo comercial: *As Aventuras do Vingador*, por exemplo, era um oferecimento do sabonete *Palmolive*. Além disso, também havia os “clubes” de fãs dos programas que, para fazer parte, era necessário “[...] remeter nome e endereço para a sede da rádio, fita de três sabonetes *Palmolive* e um cupom, publicado nos jornais e revistas de grande aceitação, com o juramento: Juro ser sempre honesto e defender o fraco contra o forte” (Cardoso, 1998, s/). Em troca, os sócios do Clube do Vingador recebiam um distintivo representando o herói; um jornalzinho com uma aventura completa do personagem; e a senha secreta para que os membros pudessem se reconhecer.

4 Em inglês: “[...] may seem an unlikely medium in which to find challenges to cul-tural convention, given the ample documentation of the strips, editorial car-toons, and comic book serials that have inscribed and amplified racial, ethnic, and gendered stereotypes. Comics art has an ugly history of spectacular-izing and exploiting difference” (tradução nossa).



O que se evidencia de diferença entre os radioquadrinhos brasileiros dos radioquadrinhos estadunidenses que se tem conhecimento era a forma como eram produzidos. Enquanto nos Estados Unidos os programas eram produzidos ao vivo, Cardoso (1998) conta que, no Brasil, programas como *As Aventuras do Vingador* eram gravados por meio de grandes discos do tamanho dos LPs antigos e distribuídos para as emissoras e, quando o disco com o novo episódio não chegava a tempo, o capítulo anterior era reprisado. O consumo também era um desafio, pois os ouvintes que tinham energia elétrica em suas residências podiam escutar tais programas por meio dos pesados rádios de válvulas que ficavam localizados nas salas de estar. Já os que não tinham contornavam a falta de acesso por meio de aparelhos movidos a galena, um mineral composto por sulfeto de chumbo, que possibilitava a captação das ondas de rádio.

Para Cardoso (1998), esse período de maior evidência dos programas radiofônicos de aventura chegou ao fim no começo de 1960. Dentre os fatores, podemos elencar a popularização da televisão, que assim como nos Estados Unidos, encantou os espectadores brasileiros com uma ampla gama de opções de entretenimento visual, levando a uma queda no interesse pelo rádio como principal meio de entretenimento.

#### **4 da cultura de massa à cultura dos dados: radioquadrinhos e audioquadrinhos nas plataformas de *streaming***

Os radioquadrinhos surgiram e, com a mesma velocidade em que se popularizaram, deixaram de fazer parte do cotidiano dos cidadãos estadunidenses. Das fontes bibliográficas que tratam especificamente sobre esse gênero radiofônico, encontramos no livro *Comic strips & comic books of radio's golden age: a biography of all radio shows based on comics*, escrito por Ron Lackmann (2004), um catálogo disposto em

ordem alfabética com quarenta e nove programas desse tipo que foram ao ar durante os anos de ouro do rádio nos Estados Unidos<sup>5</sup>.

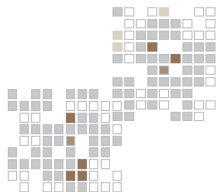
Ainda que nem todos tenham sido sucessos comerciais, visto que alguns duraram menos de um ano, como *Blue Beetle* (1940-1940), ao tempo em que radioquadrinhos como *Archie Andrews* (1943-1953) se perpetuaram por mais de uma década, quando os dispomos em uma ordem cronológica, é possível notarmos uma profusão de estreias que se concentram entre anos 1920 a 1950, sendo, neste intervalo, as décadas de 1930 e 1940 as de maior abundância de lançamentos<sup>6</sup> – o que corrobora com a afirmação de Gardner (2003), citada anteriormente, desse ser o momento de maior prosperidade comercial.

Esse período em específico se encontra inserido no que Santaella (1996; 2013; 2022) denomina de Cultura de Massa<sup>7</sup>, uma entre uma série de categorizações temporais baseadas em eras culturais que são cunhadas pela pesquisadora a partir das linguagens “[...] que estão em uso dominante nas culturas históricas irradiando para todas as dimensões de seu funcionamento social” (Santaella, 2022, s/p). Essas eras culturais, que se sobrepõem e se mesclam umas às outras,

5 Dentro desse escopo, Lackmann (2014) considera como radioquadrinhos todos aqueles que envolvem personagens que, eventualmente, também acabaram sendo adaptados para as histórias em quadrinhos. No entanto, todos os exemplos citados ao longo desse estudo focam somente naqueles que vieram diretamente das páginas das tiras de jornais e das páginas das revistas.

6 Sendo uma estreia em 1929, com Buster Brown; 25 estreias durante a década de 1930; 19 estreias durante a década de 1940; e apenas uma estreia durante a década de 1950, com Mark Trail.

7 A referida pesquisa de doutoramento se encontra alicerçada na teoria proposta por Lars Elleström para os Estudos de Intermedialidade e nas perspectivas sobre semiótica, mídias e inteligência artificial desenvolvidas por Lucia Santaella – junto, ainda, a uma gama de autores complementares. A fim de manter uma unidade teórica entre os artigos que integram essa pesquisa *multipaper*, optamos por centrar a conceitualização sobre a Cultura de Massas a partir de Santaella, embora cientes que há outros pesquisadores possíveis de serem elencados.





nos permitem elucidar como a chegada da televisão nas casas das famílias estadunidenses acabou por desempenhar um papel crucial no declínio das transmissões de radioquadrinhos nas estações de rádio – bem como traçar o seu contexto atual e seus novos desdobramentos.

Pois, apesar de ter sido gestada a partir do jornal diário, junto ao telégrafo e a fotografia, passado pelo cinema, a noção de Cultura de Massa somente se consolidou como uma nova estratificação cultural, social, filosófica, tecnológica e cognitiva – sobrepujando a Cultura da Oralidade e a Cultura do Livro, suas predecessoras – com o advento da televisão. E isso se deu em razão da televisão ter absorvido não somente todas as outras mídias da época, como também as formas de culturas artesanais, folclóricas e prosaicas. Por isso, esse meio de comunicação de massa, cuja linguagem combina a imagem em movimento em sincronia com o som, foi, em um passado muito remoto, considerado por Santaella (1996, p. 42) como “[...] uma mídia das mídias [...]” – um título que, cabe ressaltar, passou para o computador, considerado hoje como uma metamídia (Santaella, 2013; 2021).

Podemos dizer que foi em meio a essa antropofagia midiática da televisão, como denomina Santaella (1996), que os radioquadrinhos deixaram de ser uma presença diária na programação das emissoras de rádio e as adaptações passaram a se voltar para os programas televisivos a partir da década de 1950. Um desses casos foi *As Aventuras de Super-Homem*, que, segundo Cardoso (1998, s/p.), saiu do ar quando era apresentado pela ABC, em 1º de março de 1951, retornando após um ano “[...] com George Reeves que iniciou sua carreira cinematográfica em “O Vento Levou”. No entanto, segundo o autor, “[...] nesse novo meio de comunicação, Reeves, voando suspenso por fios de arame e com a ação sujeita a efeitos especiais primitivos, não conseguiu alcançar na tela os níveis de aventura épica que era comum

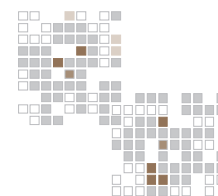
no rádio” (Cardoso, 1998, s/p).

Apesar dessas significativas mudanças, os radioquadrinhos conseguiram sobreviver à sobreposição da Cultura das Mídias e da Cultura do Digital<sup>8</sup>, duas das eras culturais que se sucederam após a Cultura de Massa, chegando, até o presente momento, à Cultura dos Dados. Esta última marcada, especialmente, pela Internet das coisas e dos corpos e da instauração cada vez maior da Inteligência Artificial (IA) em nosso cotidiano, como aponta Santaella (2022).

Para que essa passagem fosse possível, foi preciso a confluência de diferentes fatores, como: o trabalho de manutenção dos acervos das emissoras radiofônicas e das empresas licenciadoras das histórias em quadrinhos; do resgate e conservação por parte dos museus de tais programas; das pesquisas de estudiosos e a iniciativa de entusiastas, fãs desse gênero; da comercialização desses programas por meio de mídias de armazenamento, como discos de vinil e fitas cassetes; do processo de digitalização das mídias; e a popularização da internet para o uso doméstico e suas novas formas de distribuição de produtos culturais.

Um exemplo que ilustra a “sobrevivência” desse gênero radiofônico foi o próprio *Aventuras de Super-Homem*, que teve os seus primeiros 27 capítulos restaurados, remasterizados e armazenados em CD em 1997. Segundo Cardoso (1998), esse resgate somente foi possível graças a uma parceria entre *Smithsonian Institution* e uma empresa privada, que o tornou disponível para o público junto a títulos de mesmo tipo, como *Blue Beetle* e outros que não eram adaptações de histórias em quadrinhos, embora tenham

8 De acordo com Santaella (2022), a Cultura das Mídias se consolida com a *Pop Art*, a Pós-modernidade, e a intervenção crescente dos computadores a partir de 1990. A Cultura do Digital, por sua vez, se estabeleceu, entre outros fatores, pela ubiquidade e hipermobilidade oportunizada por meio de dispositivos eletrônicos conectados à internet.



convergiu para esse meio, como *The Shadow*, que, na época, se encontrava acondicionado, em fitas cassetes.

Concomitantemente, o rádio, junto aos outros meios de comunicação, também foi afetado pelas ondas metamórficas das eras culturais. Durante a Cultura Digital, por exemplo, houve a “sua expansão por meio da *web* e dos *podcasts*, que preparam terreno para a atual onipresença do [...] *streaming* de áudio [...]” (Santaella, 2022, s/p.). Agora, em meio a Cultura dos Dados, é possível notarmos um possível ressurgimento desse gênero radiofônico encabeçado, justamente, por essa ressignificação nas formas de produção e dos novos hábitos de consumo de conteúdos auditivos.

Tal percepção a respeito desse cenário se assenta em quatro hipóteses possíveis de serem observadas empiricamente. A primeira é a de que parte dos radioquadrinhos produzidos entre 1929 e 1950 se encontram disponíveis em plataformas de *streaming* de áudio. Para termos uma dimensão, somente na *Audible*, da Amazon, é possível encontrarmos *Blondie*, *As Aventuras de Super-Homem*, *Blue Beetle*, e, entre outros que não foram citados ao longo deste estudo, *Straight Arrow* e *The Cisco Kid*. Por consequência, essa forma de consumo não somente revitaliza esses produtos sonoros, como também os torna acessíveis a novas gerações de ouvintes, possibilitando, assim, sua fruição à um público mais amplo.

A segunda se dá em razão de novas adaptações de histórias em quadrinhos para o áudio lançadas nas últimas décadas. Dessas, destacam-se audioquadrinhos<sup>9</sup> como *The Sandman* (2020), *The Sandman: Act II* (2021) e *The Sandman: Act III* (2022), baseados na *graphic novel* homônima

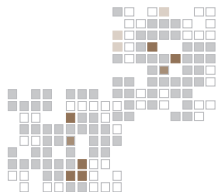
roteirizada por Neil Gaiman sobre Morpheus, a figura antropomórfica do Sonho e rei do Sonhar. Considerado como um dos clássicos contemporâneos dentro do gênero das narrativas gráficas, *The Sandman* (2020) e seus respectivos atos se sobressaem em meio a outros em razão de suas produções equiparáveis às produções cinematográfica por conta da presença de atores hollywoodianos dando vida aos diversos personagens da saga por meio da voz, a exemplo de James McAvoy (de *Fragmentado*, *X-Men: Primeira Classe* e *It – A Coisa*), que interpreta o protagonista, além da integração e combinação de efeitos sonoros e músicas originais.

A terceira, por sua vez, evidencia-se pelo aparente investimento de plataformas de *streaming* no desenvolvimento de produtos originais e exclusivos. Isto é, audioquadrinhos que não são adaptações de narrativas gráficas já publicadas e em circulação, mas narrativas transmídias diretamente para o áudio ou novelizações escritas, lançadas como livro, que são posteriormente adaptadas para o meio sonoro<sup>10</sup> visando outros públicos. Os audioquadrinhos *Batman Unburied* (2022) e *Harley Quinn & The Joker: Sound Mind* (2023), uma parceria entre a editora DC Comics e o Spotify, são alguns exemplos disso.

Já no Brasil, dos poucos exemplos que se tem hoje disponível, podemos listar os audioquadrinhos da Turma da Mônica, em parceria com o serviço de *streaming* *Ubook*, mas que, na verdade, se trata de uma narrativa transmídia (Jenkins, 2009) voltada para o público infantil e não uma adaptação específica de alguma revista. Além desse título, há também disponível *Batman Despertar*, uma adaptação de *Batman Unburied* (2023) com elenco brasileiro

9 A fim de diferenciar os contextos de produção, distribuição e consumo, chamaremos as adaptações contemporâneas de audioquadrinhos, principalmente por não dependerem mais do rádio como único meio de comunicação de massa para a sua veiculação.

10 Tanto as narrativas transmídias quanto as novelizações serão melhor aprofundadas em um estudo posterior a esse a partir de teóricos como Henry Jenkins (2009), Florian Moine (2020) e Benoît Glaude (2023), em conjunto ainda a outros autores com ideias correlativas dentro dos estudos de Intermidialidade.



composto por atores conhecidos pelo grande público, como Rocco Pitanga (*Desejos de Mulher, Da Cor do Pecado e Impuros*) interpretando o protagonista e Camila Pitanga (*Paraíso Tropical, Velho Chico e Mulheres Apaixoadas*) dando voz a personagem *Kell*.

A quarta e última hipótese se encontra fundamentada no surgimento de produtoras com enfoques voltados, especificamente, a esse gênero sonoro. Esse é o caso da *GraphicAudio*<sup>11</sup>, que tem em seu catálogo adaptações de editoras como *Archie Comics* e *Dynamite*, com títulos como *The Boys*, de Garth Ennis e Darick Robertson, e *spin-offs* do universo de Archie Andrews.

Diante do exposto, percebe-se que o ressurgimento dos audioquadrinhos nos Estados Unidos não apenas resgata uma tradição do passado, mas também ressignifica o cenário radiofônico, oferecendo uma alternativa de consumo sonoro frente ao cinema e a televisão. Contudo, no contexto brasileiro, é prudente reconhecer que ainda é muito cedo para afirmar que os audioquadrinhos (re)conquistarão um lugar no gosto dos ouvintes contemporâneos. Apesar disso, o futuro, certamente, reserva-nos novas e instigantes possibilidades de pesquisa em torno dessa temática.

## Referências

- BIBE-LUYTEN, Sonia M. *O que é história em quadrinhos*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.
- CARDOSO, Athos Eichler. *A origem das séries de aventura e mistério da radiofonia brasileira e sua interação como história em quadrinhos (1940-1959)*. Anais do XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco, 1998.
- EISNER, Will. *Narrativas gráficas: princípios e práticas da lenda dos quadrinhos*. 2. ed. São Paulo: Devir, 2008.
- FREIRE-MEDEIROS, Bianca. *Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhança*. Transit Circle, Niterói, v. 3, p. 60-79, 2004.
- GARDNER, Jared. A History of the Narrative Comic Strip. In: STEIN, Daniel; THOM, Jan-Nöell Thon (ed.). *From Comic Strips to Graphic Novels: Contributions to the theory and history of graphic narrative*. Berlin, Boston: De Gruyter, 2013. <https://doi.org/10.1515/9783110282023>
- GLAUDE, Benoît. *Comics and Novelization: a literary history of Bandes Dessinées*. Nova York: Routledge, 2023.
- GORDON, Ian. *Comics strips and Consumer Culture (1890-1945)*. Washington, DC: Smithsonian Institute, 1998.
- JENKIS, Henry. *Cultura da convergência*. Trad. De Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- MAUAD, Ana Maria. *Genevieve Naylor, fotógrafa: impressões de viagem (Brasil, 1941- 1942)*. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 25, nº 49, junho de 2005.
- MOINE, Florian. *La Novellisation Dans La stratégie transmédiatale De Casterman (années 1960-années 1980)*. In: DÉOM, Laurent; GLAUDE, Benoît. *Les Novellisations Pour La Jeunesse: Nouvelles Perspectives transmédiatiques Sur Le Roman Pour La Jeunesse*. Louvain-la-Neuve: Academia L'Harmattan, 2020.
- SANTAELLA, Lucia. *Comunicação Ubíqua: repercussões na cultura e na educação*. São Paulo: Paulus, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Cultura das Mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.
- \_\_\_\_\_. *Neo-Humanos: a sétima evolução do Sapiens*. São Paulo: Paulus, 2022. Edição Kindle.
- TENSUAN, Theresa. *Difference*. In: HATFIELD, Charles; BEATY, Bart. *Comics Studies: a Guidebook*. Nova Jersey: Rutgers University Press, 2020, p. 138-150.
- WEINER, Stephen. *Faster Than a Speeding Bullet: the rise of the graphic novel*. Nova Iorque, NY: NBM Publishing, 2012.
- \_\_\_\_\_.  
Artigo enviado em 15/09/2023 e aceito em 06/12/2023.

11 Disponível em: <<https://www.graphicaudiointernational.net/>>. Acesso em: 30 de ago. de 2023.

