

MULHERES NOS QUADRINHOS: INVISIBILIDADE E RESISTÊNCIA

Carolina Ito Messias / Giulia Crippa

Carolina Ito Messias, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo. São Paulo – Brasil

Giulia Crippa, docente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo. Ribeirão Preto – São Paulo – Brasil.

RESUMO

O objetivo do artigo é reconstituir historicamente a atuação feminina no mercado editorial de quadrinhos, com foco nos Estados Unidos e Brasil, e refletir sobre os caminhos da produção contemporânea, sobretudo, com uso de ferramentas online. Também será apresentado um levantamento das principais autoras de quadrinhos que publicam na internet no Brasil. O mercado editorial de histórias em quadrinhos no Brasil foi influenciado, desde o início, pelo mercado norte-americano e muitos títulos foram importados, desde a década de 1930. A trajetória do mercado norte-americano é marcada por avanços e retrocessos da participação feminina, entre as décadas de 1930 e 1990. Em geral, o trabalho feminino nas editoras era feito às margens da produção majoritariamente feita por e para homens, o que fez com que muitas desenhistas, roteiristas e coloristas fossem desconhecidas do público. A formação do mercado *underground* de quadrinhos (ou *comix*, como ficaram conhecidos), juntamente com a evolução das técnicas de impressão, abriram novos caminhos para as mulheres, que passaram a produzir histórias com viés feminista, abordando temas ligados à identidade, sexualidade e luta contra o sexismo. Muitas dessas HQs foram reunidas em antologias, que tinham como objetivo dar visibilidade ao trabalho feminino, de acordo com as pesquisas de Hilary Chute e Trina Robbins. Com a popularização da internet, as dinâmicas de produção e consumo de histórias em quadrinhos (HQs) vêm se diversificando. Além da ampliação dos formatos disponíveis, as ferramentas digitais auxiliam a formação de grupos com interesses comuns, onde é possível trocar experiências e divulgar trabalhos, características que se aproximam da noção de convergência midiática, proposta por Henry Jenkins. Sites e grupos nas redes sociais foram criados no Brasil para discutir a falta de mulheres no cenário dos quadrinhos e para dar visibilidade às produções femininas, como é o caso do Lady's Comics e do Zine XXX.

PALAVRAS-CHAVE: Quadrinhos; Mulheres; Internet

ABSTRACT

The objective of this article is to reconstitute the female performance in the comic book market, with a focus on the United States and Brazil, and to reflect on contemporary production methods, especially with the use of online tools. Also will be presented a survey of the main comic authors who publish on the internet in Brazil. The comic book market in Brazil was influenced from the beginning by the US market and many titles were imported since the 1930s. The trajectory of the North American market is marked by advances and setbacks of women's participation, between the 1930s and 1990s. In general, female publishing work was done on the margins of production mostly made by and for men, which meant that many designers, writers and colorists were unknown to the public. The formation of the underground comic market (or comix, as it became known), together with the evolution of printing techniques, opened up new paths for women, who began to produce stories with a feminist bias, addressing themes related to identity, sexuality and struggle against sexism. Many of these comics were collected in anthologies, which were intended to give visibility to female work, according to Hilary Chute and Trina Robbins. With the popularization of the Internet, the dynamics of production and consumption of comics (comics) have been diversifying. In addition to expanding the available formats, the digital tools help the formation of groups with common interests, where it is possible to exchange experiences and disseminate works, characteristics that are close to the notion of media convergence proposed by Henry Jenkins. Sites and groups on social networks were created in Brazil to discuss the lack of women in the comic scene and to give visibility to women's productions, as is the case of Lady's Comics and Zine XXX.

KEYWORDS: comics; language; balloon.

TEXTO DO TRABALHO

O objetivo do artigo é reconstituir historicamente a atuação feminina no mercado editorial de quadrinhos, com foco nos Estados Unidos e Brasil, e refletir sobre os caminhos da produção contemporânea, sobretudo, com uso de ferramentas online.

O mercado editorial de histórias em quadrinhos no Brasil foi influenciado, desde o início, pelo mercado norte-americano e muitos títulos foram importados, desde a década de 1930. O trabalho das mulheres na produção de quadrinhos norte-americanos é considerado marginal (CHENAULT, 2007) o que pode oferecer pistas para compreender a falta de representatividade feminina no mercado de quadrinhos brasileiro. A trajetória do mercado norte-americano é marcada por avanços e retrocessos da participação feminina, entre as décadas de 1930 e 1990. Em geral, o trabalho feminino nas editoras era feito às margens da produção majoritariamente feita por e para homens, o que fez com que muitas desenhistas, roteiristas e coloristas fossem desconhecidas do público. A formação do mercado underground de quadrinhos (ou comix, como ficaram conhecidos), juntamente com a evolução das técnicas de impressão, abriram novos caminhos para as mulheres, que passaram a produzir histórias com viés feminista, abordando temas ligados à identidade,

sexualidade e luta contra o sexismo. Muitas dessas HQs foram reunidas em antologias, que tinham como objetivo dar visibilidade ao trabalho feminino, de acordo com as pesquisas de Hilary Chute (2010).

Com a popularização da internet, as dinâmicas de produção e consumo de histórias em quadrinhos (HQs) vêm se diversificando. Além da ampliação dos formatos disponíveis, as ferramentas digitais auxiliam a formação de grupos com interesses comuns, onde é possível trocar experiências e divulgar trabalhos, características que se aproximam da noção de convergência midiática, proposta por Henry Jenkins. Sites e grupos nas redes sociais foram criados no Brasil para discutir a falta de mulheres no cenário dos quadrinhos e para dar visibilidade às produções femininas, como é o caso do Lady's Comics e do Zine XXX.

MERCADO DE QUADRINHOS NORTE-AMERICANOS E ATUAÇÃO FEMININA

A atuação das mulheres como profissionais dentro das editoras de quadrinhos é marcada por movimentos de avanço e retrocesso, como reflete Chenault (2007), que reconstitui essa atuação, desde a década de 1930 até 1990, nos Estados Unidos. O autor observa que havia mais mulheres trabalhando em cargos que não estavam diretamente ligados à criação, como, por exemplo, colorização e letreiramento. Em grandes editoras como a Marvel, na década de 1940, era comum que as profissionais não recebessem crédito pelos seus trabalhos, usassem pseudônimos com nomes masculinos ou assinassem apenas o sobrenome para ocultar o sexo e, assim, atraírem mais atenção para suas produções.

June Tarpé Mills criou, em 1941, a personagem Miss Fury, que teria sido a primeira super-heroína dos quadrinhos. A quadrinista foi quem roteirizou e ilustrou a história e assinava apenas o sobrenome, como uma estratégia para atrair os leitores homens.

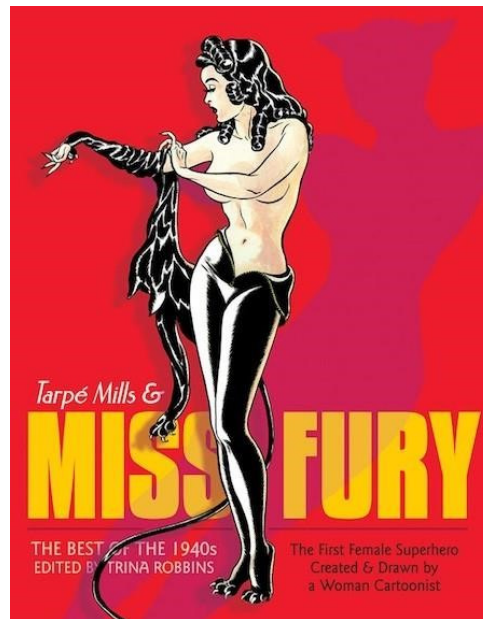


Fig. 1 – Livro sobre Tarpé Mills lançado pela pesquisadora Trina Robbins

Fonte: <http://womenwriteaboutcomics.com/2016/04/11/review-miss-fury-1/>

A Segunda Guerra Mundial marca a entrada de muitas mulheres no mercado de quadrinhos pela necessidade de substituição da mão de obra masculina que havia sido recrutada para a guerra. De acordo com Nogueira (2015, p. 86) as personagens não eram “super-heroínas, mas desempenharam um papel bem parecido, inspiradas no dever cívico”, ou seja, as personagens, assim como as mulheres da época, estavam de alguma forma envolvidas com a guerra. Nessa época, surgem personagens como Miss América, Mulher Maravilha e a série Girl Commandos. Durante a Segunda Guerra Mundial, outra autora que obteve êxito no mercado de quadrinhos norte-americano foi Delia Messick, que criou a personagem Brenda Star.

A chamada “Era de Ouro”, tanto para o mercado de quadrinhos quanto para as mulheres quadrinistas, acaba com o fim da guerra e a volta dos homens a seus postos de trabalho. Em 1950, o backlash cultural (onda de conservadorismo em que as mulheres eram coagidas à retomarem atividades ligadas à família, fora do mercado de trabalho) e a campanha contra os quadrinhos lançada por Fredric Wertham, psiquiatra do New York Department of Hospitals, fez com que muitas mulheres perdessem seus cargos nas editoras. Boff (2014, p. 33) explica que o período é marcado pela “consolidação da propaganda da

vida doméstica para as mulheres”, já que o trabalho feminino fora do lar já não era desejado.

Wertham, em seu livro de grande sucesso comercial, *Seduction of the Innocent* (“Sedução do Inocente”), alegava que a leitura de quadrinhos produzia um efeito perigoso na mente de crianças e adolescentes, por conta dos conteúdos envolvendo crimes, sexo e violência (NOGUEIRA, 2015). A onda de crimes cometidos por jovens da época motivou a interpretação de Wertham de que os comics estavam associados a comportamentos violentos:

Wertham publicou um tratado implacável contra os comics com base em conclusões que teria tirado dos tratamentos feitos em sua clínica em crianças e adolescentes com distúrbios de comportamento. A obra denunciava, de modo contundente, que terríveis crimes praticados por crianças nos últimos anos foram estimulados pela leitura dos comics (GONÇALO JUNIOR, 2004, p. 235).

No mesmo ano em que o livro foi lançado, as editoras de quadrinhos norte-americanas se reuniram para fundar a Comics Magazine Association of America - CMAA (Associação Americana de Revistas em Quadrinhos), que teria como função estabelecer padrões de qualidade para os quadrinhos, garantindo que as histórias não teriam conteúdos que pudessem estimular o mau comportamento dos leitores. Nas reuniões da CMAA foi elaborado o Comics Code Authority, “uma tábua de auto-regulamentação com regras que censuravam o conteúdo das histórias” (GONÇALO JUNIOR, 2004, p. 242).

A aplicação do código inibiu a produção criativa dos comics e provocou uma crise no mercado até o final da década de 1950. Se no mainstream os quadrinhos eram censurados, a alternativa para alguns artistas era publicar fora dos circuitos comerciais tradicionais, ou seja, no mercado underground. Isso resultou em um movimento que revolucionou a noção sobre os assuntos que os quadrinhos poderiam abordar e, sobretudo, como isso poderia ser feito, a partir da década de 1960, os chamados comix (CHUTE, 2010).

Esse movimento abriu caminho para experimentações e histórias que fugiam das fórmulas narrativas das HQs de super-heróis e de aventura, que terminam com uma lição de moral. Nessa época, a cultura dos fanzines se fortaleceu e muitos autores independentes passaram a publicar, com inspiração no humor satírico da revista Mad, fundada pelo quadrinista Harvey Kurtzman, ainda na década de 1950. Os fanzines eram produzidos por jovens, com materiais de baixo custo e distribuídos informalmente. Teria sido nessa fase que o termo “graphic novel” foi usado publicamente pela primeira vez:

Em 1964, em um boletim de notícias que circulava entre os membros da Amateur Press Association, foi utilizado publicamente, pela primeira vez, o termo graphic novel, por Richard Kyle. O termo foi posteriormente apropriado por Bill Spencer, em seu fanzine Graphic Story World (CHUTE, 2010, p. 15, tradução nossa).

O que CHUTE (2010) chama de imprensa underground também foi viabilizada pela tecnologia de impressão offset, que tornou possível publicar jornais em formato tabloide com baixo custo, como Los Angeles Free Press, Berkeley Barb, East

Village Other, San Francisco Oracle, Detroit’s Fifth State e Chicago Seed. Nessas publicações, as HQs refletiam a contracultura dos anos 60, que nada tinham a ver com os quadrinhos de editoras como Marvel e DC Comics. As histórias lidavam com abordagens “adultas, identitárias, experimentais e confessionais” (CHUTE, 2010, p. 14).

MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO E ATUAÇÃO FEMININA NOS QUADRINHOS

Destacar aspectos da trajetória do mercado editorial norte-americano é relevante pela influência na consolidação do mercado brasileiro de quadrinhos. Gonçalo Junior (2004) faz uma reconstituição histórica da formação do mercado editorial de quadrinhos no Brasil e a atuação de grandes figuras da imprensa como os jornalistas Adolfo Aizen (jornal A Nação, EBAL), Roberto Marinho (O Globo) e Assis Chateaubriand (Diários Associados), que foram os principais responsáveis por alavancar esse mercado e formar gerações de leitores de HQs.

A atuação das mulheres como criadoras de histórias em quadrinhos, no início do século XX, não estava vinculada diretamente a um mercado voltado para esse tipo de linguagem, mas sim, à imprensa burguesa ou ligada movimentos políticos e artísticos de vanguarda. Há poucos registros sobre personalidades femininas marcantes da época, mas, entre as pioneiras das artes gráficas, podemos destacar os nomes Nair de Teffè, Patrícia Galvão, a Pagu, e Hilde Weber.

O protagonismo feminino nas artes e na produção científica é um assunto relativamente recente nos estudos acadêmicos, fruto da influência do movimento feminista, a partir da década de 1960. No Brasil, o Núcleo de Estudos Pagu, fundado na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) é uma referência nos estudos sobre feminismo e evoca o apelido de Patrícia Galvão, personalidade da cena cultural e política do início do século XX, que, além de ser jornalista, escritora, crítica de arte e integrante do movimento modernista, também desenvolveu trabalhos utilizando a linguagem dos quadrinhos (BOFF, 2014).

Pagu produziu ilustrações e tirinhas para o jornal “O Homem do Povo”, criado por ela e pelo marido Oswald de Andrade. Sua série de tirinhas tinha como título “Malakabeça, Fanika e Kbelluda” e contava a história de Kbelluda, a sobrinha de Malakabeça e Fanika, casal que não teve filho (FONSECA, 2012).

Nair de Teffè, que assinava seus trabalhos com o pseudônimo Rian, se aventurou mais pela arte da caricatura, produzindo retratos de personalidades da época para as revistas Fon-Fon e O Malho. Em suas caricaturas, é possível observar “o deboche crítico a respeito das figuras femininas da aristocracia (a própria artista era fruto dessa classe) com a construção exagerada de pescoços longos e peitos estufados” (BOFF, 2014, p. 221).

Nas décadas de 1930 e 1940, Hilde Weber (alemã que veio morar no Brasil) trabalhou na produção de charges políticas e caricaturas, destacando-se por suas charges sobre Getúlio Vargas. Atuou em publicações como A noite, O cruzeiro, O Estado de São Paulo e Tribuna da Imprensa (BOFF, 2014, p. 224).

Quando os quadrinhos foram trazidos ao Brasil, na década de 1930, só havia um representante dos syndicates norte-americanos. Décadas depois, novos agentes passaram a atuar no mercado editorial, o que permitiu o aumento de títulos norte-americanos publicados no país. Em 1945, Adolfo Aizen funda a Editora Brasil-América Limitada

(EBAL) destinada a publicar revistas infantis, com a introdução de super-heróis brasileiros nos quadrinhos. Não demorou para que a guerra contra os quadrinhos nos Estados Unidos refletisse no mercado brasileiro.

O lançamento do livro *Seduction of the Innocent*, do psiquiatra Fredric Wertham, repercutiu entre a imprensa no Brasil, o que pressionou os editores das revistas de quadrinhos a criarem mecanismos de autocensura. Durante a Segunda Guerra Mundial, grupos religiosos e anti-fascistas lançaram campanhas contra os quadrinhos, sobretudo os de origem norte-americana, pois eram associados ao imperialismo, à perversão e ao empobrecimento da leitura concentre os jovens.

Sob a mira de investigações, os quadrinhos passaram a ser questionados quanto às representações de personagens femininas nas histórias, mas não com uma discussão sobre igualdade de gênero, mas sim, com a crítica sobre a recorrência de temas ligados ao sexo, expondo personagens sexualizadas. Na década de 1950, a EBAL lançou uma revista de quadrinhos destinada ao público feminino chamada “Rosalinda”.

Lacerda tomou como argumento que a crise de 1929, nos Estados Unidos, forçou os desenhistas a buscarem atrativos para as histórias, substituindo os comics de humor por histórias guiadas pela violência (crimes, terror) e pelo “sex appeal”.

A década de 1970 é marcada pelo lançamento de revistas alternativas, como *O Pasquim*, *Balão* e *O Bicho*. As mulheres atuaram junto a essas publicações como exceções dentro de ambientes dominado por homens e, hoje, o registro de suas obras não é de fácil acesso. Maria Cláudia França Nogueira, conhecida como Crau da Ilha, era uma das poucas mulheres da revista *O Bicho*. Preocupada com a falta de representatividade das mulheres quadrinistas no contexto brasileiro, idealizou e editou, em 2013, a revista-livro “*As Periquitas*”, com contribuições de diversas artistas. A publicação chegou a ser indicada ao Troféu HQMIX, na categoria Publicação de Humor Gráfico, em 2014.

Durante o período da ditadura militar, dois nomes de mulheres se destacam na produção de quadrinhos para a imprensa: Mariza Dias Costa e Ciça. Mariza colaborou com *O Pasquim*, com a *Folha de São Paulo* e foi uma das poucas a participarem da revista *Chiclete com Banana*, publicada pela Circo Editora, que reunia quadrinistas que se tornaram conhecidos na imprensa brasileira, como Glauco, Luiz Gê, Angeli e Laerte.

Ciça, criadora da série de tirinhas “Pagando o Pato”, criticava a situação sociopolítica do país, com personagens animais. Apesar de ser considerada uma quadrinista importante de O Pasquim, a obra de Ciça sequer é citada no documentário O Pasquim – A subversão do humor, 2004, dirigido por Roberto Stefanelli (BOFF, 2014).

PRODUÇÃO FEMININA DE QUADRINHOS E ARTICULAÇÕES EM REDE

Com a diversificação do mercado de quadrinhos surgiram novos tipos de suporte, que relativizaram as limitações que permeavam a produção ligada aos veículos de comunicação impressa. É possível mencionar o caso dos fanzines, das graphic novels e das HQs publicadas da internet, em que a tecnologia aumenta as possibilidades de publicação e disseminação de conteúdo.

Jenkins (2008, p. 27) traz o conceito de “convergência” dos meios de comunicação, que vem mudando profundamente os modos de socialização, promovendo o que chama de “cultura participativa e inteligência coletiva”. Se o mercado editorial tradicional oferece poucos espaços para atuação da mulher, a internet, como uma ferramenta acessível e de baixo custo, permite que elas publiquem e divulguem seus trabalhos de forma independente.

Nesse processo de diversificação das experiências em rede, uma questão veio à tona, movendo o circuito de produção de quadrinhos no Brasil: a falta da atuação feminina, seja no plano do consumo quanto no plano da criação. Mas será que elas, de fato, não leem e não fazem quadrinhos? Em resposta a esse questionamento, mulheres se organizam nas redes para discutir a representatividade da produção feminina e divulgar trabalhos que, muitas vezes, não chegam ao circuito mainstream de quadrinhos.

Com o surgimento de ferramentas como blogs e redes sociais, o número de quadrinistas independentes que publicam online cresce a cada ano. O site Minas Nerds, que produz conteúdo sobre cultura pop voltado para o público feminino, criou uma pesquisa chamada "Um guia dois quadrinhos das minas na internet" e, até maio de 2017, foram mapeadas cerca de cem publicações online (AR, 2017). No site Lady's Comics, há uma seção intitulada "BAMQ!" Com 62 registros voluntários de quadrinistas mulheres.



Fig. 2 Cabeçalho do website Lady's Comics

Fonte: ladyscomics.com.br

No Brasil, é possível citar grupos de discussão que se mesclam uma espécie de curadoria do que vem sendo produzido, como é o caso do Mulheres nos Quadrinhos (página do Facebook com mais de 100 seguidores), Mulheres em Quadrinhos (grupo no Facebook com mais de 3 mil membros), Lady's Comics (site e página no Facebook com mais de 19 mil seguidores) e o Zine XXX (grupo exclusivo para mulheres e transexuais com mais de 3 mil membros).

Na internet, surgem novas personagens femininas a cada dia, no universo da produção independente de quadrinhos. Se, historicamente, o mercado editorial silenciou ou não ofereceu oportunidades para profissionais mulheres, as publicações em blogs, sites e páginas nas redes sociais têm crescido, revelando autoras de várias partes do Brasil.

Alguns quadrinhos criados por mulheres e publicados online, que alcançaram prestígio dentro e fora das redes sociais (com o reconhecimento de veículos jornalísticos e do circuito de premiações, por exemplo) podem ser citados, como: Garota Siririca, série de Gabriela Masson, que usa o pseudônimo Lolove6; Lizzie Bordello e as Piratas do Espaço,

série de Germana Viana e Bear, de Bianca Pinheiro, quem também publicou pela série Graphic MSP. As três HQs possuem protagonistas femininas e foram publicadas em sites, de modo que os leitores e leitoras pudessem acompanhar o desenvolvimento das personagens a partir de atualizações semanais.



Fig. 3 Página da HQ online “Garota Siririca”

Fonte: <http://revistasamba.blogspot.com.br/2013/08/garota-siririca-3.html>

Publicar na internet envolve algumas vantagens como redução dos custos de produção e divulgação e a possibilidade de acompanhar eventos em tempo real, o que é interessante para autoras que trabalham com tiras, cartuns e charges, por exemplo, e que dialogam com acontecimentos noticiados pela mídia.

Abrecht (2012) comenta que milhares de quadrinhos têm sido publicados na internet, mas, ao mesmo tempo em que é fácil acessá-los, é difícil encontrar aquilo que dialoga com os próprios interesses. O que vai ser mostrado ou não a um usuário que procura

por quadrinhos online, ainda depende de instâncias que legitimem e divulguem o trabalho, que garantam maior repercussão nas ferramentas de busca e nas redes sociais. Isso se apresenta como um entrave para a disseminação da produção feminina, já que o nicho de público nerd e geek representa majoritariamente os interesses masculinos. “Por mais que seja um lugar aceitável para as masculinidades alternativas, a cultura nerd também fetichiza narrativas da masculinidade normativa, com base na força de heróis de quadrinhos e sexualização dos corpos femininos” (ABRECHT, 2012, p. 37, tradução nossa).

As mulheres estão buscando alternativas à indústria dos quadrinhos e reivindicando espaço, se articulando em torno de interesses comuns. É possível que a internet e as redes sociais tenham se tornado ferramentas fundamentais nesse processo e é disso que trataremos nos próximos capítulos.

Capellari (2010) comenta sobre as transformações na difusão de HQs com a popularização da internet, destacando a existência de projetos coletivos de divulgação:

Além das publicações convencionais, o universo de quadrinhos para leitura no computador permite também a difusão de histórias alternativas, que não encontraram espaço no mercado editorial. Essas narrativas podem estar em sites individuais dos autores ou em páginas coletivas destinadas a ajudar novos talentos em histórias em quadrinhos [...] (CAPELLARI, 2010, p. 231).

Em 2015, a 27ª edição do Troféu HQMIX, que é a maior premiação de quadrinhos existente no Brasil, contou com, aproximadamente, 82% de pré-indicações masculinas (121 obras feitas exclusivamente por homens) e 13% de pré-indicações femininas (19 obras feitas exclusivamente por mulheres) – o restante são obras feitas a partir de parcerias entre homens e mulheres ou coletâneas nas quais não foi possível identificar todos os autores envolvidos. Isso mostra que o campo dos quadrinhos, assim como muitos outros campos profissionais e artísticos, ainda é um espaço no qual predomina o reconhecimento do trabalho masculino.

No Festival Internacional de La Bande Dessinée d’Angoulême, o maior evento de premiação de quadrinhos da Europa, nenhuma mulher foi indicada em 2016, algo que foi

noticiado em várias partes do mundo e mobilizou mulheres quadrinistas, sobretudo, nas redes sociais. Isso mostra que o campo dos quadrinhos, assim como muitos outros campos profissionais e artísticos, ainda é um espaço no qual predomina o reconhecimento do trabalho masculino.

As mulheres passam a contestar a falta de visibilidade e representação no meio dos quadrinhos, reivindicando um espaço “próprio”, utilizando os recursos da internet como ferramenta de divulgação e discussão.

A cultura da convergência envolve as mudanças trazidas pela tecnologia digital, tanto no plano das grandes corporações de entretenimento quanto no uso das mídias pelos consumidores, que acabam assumindo papéis dentro na produção cultural. Jenkins (2008, p. 46) sintetiza que “a convergência, como podemos ver, é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima” e o que está em jogo nesse processo não envolve apenas assuntos ligados ao entretenimento, mas sim, um fluxo amplo de ideias.

É evidente que existem outros espaços de socialização do que é feito em termos de HQs, sem a especificidade de abordar a produção feminina (como eventos nacionais ou regionais, blogs, sites e grupos nas redes sociais), mas, essas iniciativas podem não ser capazes de refletir a quantidade e complexidade dos trabalhos que têm sido desenvolvidos por mulheres, sobretudo, com as possibilidades da internet como meio de divulgação. É possível dizer que a internet e os recursos oferecidos pelas redes sociais possibilitam a inserção de novos discursos, antes invisibilizados pelas formas de comunicação centralizadas ou descentralizadas. Na formação da inteligência coletiva, mencionada por Jenkins (2008), os “membros trabalham juntos para forjar novos conhecimentos, muitas vezes em domínio em que não há especialistas” (JENKINS, 2008, p. 48) em relações marcadas pela diversidade de opiniões e pela solidariedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das informações mencionadas neste artigo sobre atuação feminina na produção de quadrinhos é possível lançar alguns questionamentos, com o objetivo de instigar futuras reflexões sobre a falta de representatividade das mulheres na área: de onde

parte a visibilidade e reconhecimento que as quadrinistas e leitoras de quadrinhos reivindicam? Se a internet é marcada pelo excesso de informação, em que milhões de conteúdos são publicados a cada dia, quem tem o poder de legitimar e de garantir a visibilidade daquilo que é publicado na internet, em relação às HQs? O que falta para equiparação entre autores homens e mulheres?

Em relação à falta de mulheres indicadas a prêmios como o Troféu HQMIX, no Brasil, dois depoimentos podem oferecer pistas que justificam essa lacuna. Em entrevista à Revista Trip, Arnaud Vin, diretor executivo da editora Nemo, comenta que a falta de indicação de mulheres indicadas ao HQMIX reflete a “falta de espaço e de visibilidade da artista mulher”, ponderando que o público de leitoras ainda está em formação no país (BORGES, 2015).

Mariamma Fonseca, uma das idealizadoras do site Lady’s Comics, observa que as premiações não são os únicos espaços em que fica evidente a falta de representatividade feminina, mas também, em eventos sobre quadrinhos e entre as contratações das editoras. Em contraposição ao argumento de Arnaud Vin, ela considera que o público feminino aumentou nos últimos anos e que “está faltando é reconhecer que há uma produção frenética de mulheres se expressando por meio dos quadrinhos na internet e nos zines” (BORGES, 2015).


REFERÊNCIAS

ABRECHT, Kristi Lynn. **Illustrating Identity: Feminist Resistance in Webcomics**. A Thesis Presented to the Faculty of San Diego State University. 2012.

AR, Roberta. 2017. “Um guia dos quadrinhos das minas na internet”. **Site Minas Nerds**. Disponível em: <<http://minasnerds.com.br/2017/05/03/um-guia-dos-quadrinhos-das-minas-na-internet-14/>>. Acesso em 25 jun. 2017.

BOFF, Ediliane de Oliveira. De Maria a Madalena: representações femininas nas histórias em quadrinhos. **Tese** (Doutorado em Comunicações e Artes) Universidade de São Paulo, São Paulo. 2014.

BORGES, Gabriela. 2015. “Cadê as minas?”. **Site da Revista Trip**. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/quadrinhos-as-mulheres-saopraticamente-invisiveis-na-hq>>. Acesso em 17 jun. 2017.

 JORNADAS INTERNACIONAIS DE
**HISTÓRIAS EM
QUADRINHOS**
22 a 25 de agosto de 2017
Escola de Comunicações e Artes da USP

CAPPELLARI, Marcia Schmitt Veronezi. 2010. “A transição dos quadrinhos dos átomos para os bits”. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 33, n. 1, p. 221-235.

CHENAULT, Wesley. **Working the Margins: Women in the Comic Book Industry**. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements for the Degree of Master of Arts in the College of Arts and Sciences Georgia State University, 2007.

CHUTE, Hillary L. **Graphic Women: Life Narrative and Contemporary Comics**. New York: Columbia University Press, 2010.

FONSECA, Mariamma. As tiras de Pagu. 2012. **Site Lady's Comics**. Disponível em: <<http://ladyscomics.com.br/as-tiras-de-pagu>>. Acesso em: 4 abril 2017.

GONÇALO JUNIOR. **A guerra dos gibis: a formação do mercado editorial brasileiro e a censura aos quadrinhos, 1933-1964**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

JENKINS, Henri. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

NOGUEIRA, Natania Aparecida da Silva. As representações femininas nas histórias em quadrinhos norte-americanas: June Tarpé Mills e sua Miss Fury (1941 – 1952). **Dissertação** apresentada para obtenção do Grau de Mestre em História - Universidade Salgado de Oliveira, 2015.