



De Blanka a Bart Simpson:
Imagens do Brasil nos tempos da globalização

From Blanka to Bart Simpson:
Images of Brazil in times of globalization

Alessandro de Almeida¹
UFU - Universidade Federal de Uberlândia

RESUMO: Tenciona-se, neste artigo, discutir imagens do Brasil apresentadas no jogo *Street Fighter II* e na série *Os Simpsons*, respectivamente, por meio da análise dos personagens Blanka e Bart Simpson. Com tal proposta, busca-se ainda abordar acerca da utilização de jogos de videogame e desenhos animados como fonte historiográfica e discutir problemáticas da globalização que se insere no duelo entre as representações de nação *versus* o mundo globalizado.

PALAVRAS CHAVE: Desenho; Jogos de Videogame; História.

ABSTRACT: It is intended, in this article, to discuss images of Brazil presented in the game *Street Fighter II* and in the series *Simpsons*, respectively, through the characters analysis Blanka and Bart Simpson. With such a proposal, we still looked for to demystify the use of videogames and cartoons as a History source and to discuss problems of the globalization that interferes in the duel among the representations of nation versus the globalized world.

KEYWORDS: Drawing; Videogames; History.

Dois dos mecanismos que mais despertam a atenção de jovens, de crianças e mesmo de adultos, certamente, são os aparelhos de televisão e os modernos videogames. Talvez devido ao grande número de produções audiovisuais, sobretudo desde meados do século XX, e a recente proliferação dessas fontes, muitos intelectuais optaram por não se dedicar ao estudo desses objetos. Dessa maneira, mesmo com o advento da Escola dos *Analles* e sua proposta de investigação de novas fontes com novas abordagens, a historiografia ainda parece “adormecida”, ou mesmo “sonolenta”, em relação à análise de materiais audiovisuais. Cremos que, frente a investigações referentes à música e ao cinema, os primeiros passos se seguiram. Em relação aos jogos de videogame e a programas infantis transmitidos pelas emissoras de televisão, entretanto, as produções são, de certo modo, insignificantes. Assim, os estudos destas documentações apresentam-se como promissoras áreas de pesquisa para a historiografia.

Segundo Jacques Le Goff, o historiador deve tomar consciência de que o documento é um monumento dotado de sentido e que se deve recorrer a ele com precaução. Essa perspectiva de não considerar o documento como inócuo e que as intervenções devem

¹ Mestre e doutorando em História pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

ser calcadas nos princípios historiográficos abre espaço para investigações de diversos tipos de documentação, entre eles, destacamos de maneira peculiar, o audiovisual. Assim, desprendidos dos medos em relação às falsificações e mentiras que podem estar expressas em qualquer documento, cremos que “no limite não existe um documento verdade. Todo documento é mentira, cabe ao historiador não fazer o papel de ingênuo” (LE GOFF, 1989, p. 95).

Marcos Napolitano, em “A História depois do papel”, destaca a relevância dos estudos das fontes audiovisuais para o historiador, ressaltando dois estigmas centrais que causam receios em alguns especialistas de história. Esses preconceitos dizem respeito à objetividade excessiva ou subjetividades pensadas a partir de tais fontes. Sobre a visão “objetivista”, o autor aponta que as imagens e os sons produzidos pela documentação em evidência dão ao espectador um “efeito de realidade” que pode confundi-lo. Dessa forma, ele exemplifica os documentários, pois neles o “efeito de real” é maior. Esclarece ainda que o historiador não deva ser ingênuo ao analisar esse tipo de documentação. Acerca da perspectiva “subjetivista”, Napolitano cita como exemplo a música, ressaltando que sua natureza estética e polissêmica sugere uma “ilusão de subjetividade”, fazendo com que a maioria dos historiadores opte pela análise das letras e não da musicalidade ou dos efeitos emotivos que determinadas músicas causam nos ouvintes. Contudo, afirma que:

[a]s fontes audiovisuais e musicais ganham crescente espaço na pesquisa histórica. Do ponto de vista metodológico, são vistas pelos historiadores como fontes primárias novas, desafiadoras, mas seu estatuto é paradoxal. Por um lado, as fontes audiovisuais (cinema, televisão e registros sonoros em geral) são consideradas por alguns, tradicional e erroneamente, testemunhos quase diretos e objetivos da história, de alto poder ilustrativo, sobretudo quando possuem caráter documental, qual seja, o registro direto de eventos e personagens históricos. Por outro lado, as fontes audiovisuais de natureza assumidamente artística (filmes de ficção, teledramaturgia, canções e peças musicais) são percebidas muitas vezes sob o estigma de subjetividade absoluta, impressões estéticas de fatos sociais objetivos que lhes são exterior (NAPOLITANO, 2006, p. 236).

Com o intuito de perceber os códigos internos simbólicos de representação da realidade expressos nos personagens Blanka, de *Street Fighter II*, e de Bart Simpson, da série *Os Simpsons*, utilizaremos o *game* em questão e dois episódios da série *Os Simpsons*, intitulados “Marge não se orgulhe” (sétima temporada) e “O feitiço de Lisa” (décima terceira temporada). Nesse propósito, lembramos a existência de diferenças que devem ser consideradas ao se referir ao desenho e ao jogo de videogame. É salutar destacar que, nos videogames, os personagens, apesar de possuírem uma história vinculada aos interesses artísticos e políticos daqueles que os produzem, são conduzidos pelo sujeito (jogador). É produzido um sentimento de ação interativa direta do indivíduo com o jogo, algo que não ocorre, por exemplo, com séries televisas, como no caso de *Os Simpsons*. Os recursos audiovisuais dos jogos de videogame produzem uma sensação peculiar no jogador, que o difere de um telespectador, pois, nesses *games*, “o efeito de realidade” se dá em um nível diferenciado e, por vezes, mais acentuado do que nos demais recursos audiovisuais. Em outras palavras, ser e representar o personagem que se optou por jogar proporciona sentimentos motivados por uma excitação que, por instantes, proporcionam ao jogador a sensação de “ser” (representar) o personagem escolhido, principalmente em *Street Fighter II*, no qual, aos moldes do filme “Dragão Branco” e dos “Vale Tudo”, ação, violência e rivalidade são

sensações ativados no jogador. Convém ressaltar ainda que, em termos de seriados animados para “crianças” e, sobretudo, no formato de videogames, a produção japonesa concorre ou se associa diretamente com a dos Estados Unidos, mesmo sabendo que os americanos são os principais dominadores dos mercados concernentes às indústrias culturais audiovisuais vinculadas ao entretenimento. Nesse sentido, podemos destacar que:

[o] acesso a videogames, telemarketing, informação nacional e internacional também se generaliza através das televisões e computadores de uso doméstico. Os europeus se perguntam quem controlará estas redes: a produção audiovisual de informação e entretenimento está majoritariamente em mãos americanas, enquanto 70% das vendas mundiais de aparelhos eletrônicos para o grande público são controladas por firmas japonesas. A Europa está quase tão desesperada à reorganização da comunicação de massa cultural quanto a América Latina (CANCLINI, 2006, p. 145).

Ao estudar acerca da realidade mundial após a queda do muro de Berlim, tomando como referência a América Latina, Nestor Garcia Canclini percebe que, a partir do desmoronamento das ditaduras na América Latina, no final da década de 1970 e 1980, instalou-se um quadro de fragilidade democrática em que os “novos cidadãos” se transformaram em “consumidores atomizados”. Assim, as noções de cidadania e de consumo se confundem e essa junção se altera com o desenvolvimento econômico, tecnológico e cultural, fazendo com que as identidades se organizem cada vez menos por símbolos nacionais e, cada vez mais, pelos produtos colocados em consumo pelas indústrias culturais. Observemos neste ponto a importância dos investimentos americanos e japoneses em aparelhos eletrônicos que potencializem o domínio das produções audiovisuais de entretenimento.

Ao direcionarmos esse eixo de discussão para o contexto brasileiro do início da década de 1990 e para os nossos objetos de análise, percebemos que o cenário nacional foi marcado por um lento processo a caminho da democracia. Tal processo se pautou em, pelo menos, três episódios fundamentais para pensarmos a política nacional e o poder das indústrias culturais: fatos como a morte de Tancredo Neves, projetado pela rede Globo como o líder da democracia brasileira; a eleição do “salvador”, caçador de marajás e modernizador Fernando Collor de Mello, em 1989; e seu impeachment, que pode ser considerado como um grande teste para a democracia brasileira, ocorrido após aproximadamente dois anos da sua posse. O Plano Collor e a inserção do Brasil na perspectiva política neoliberal aos moldes das determinações do Consenso de Washington de 1989 potencializaram a inserção brasileira na Nova Ordem Mundial que, como diria Canclini, fez com que os consumidores/cidadãos, nesta ordem de palavras, pudessem ouvir *Guns in Roses*, *Nirvana*, *Pearl Jam* e assistir a *Jaspion*, *Changeman*² com grande frequência. Muitos jovens passaram a ter contato com videogames e

² *Jaspion*, junto com *Changeman*, abriu as portas do mercado brasileiro para diversos seriados do mesmo estilo continuando o impacto iniciado com *National Kid* nos anos 60 e *Ultraman* e *Ultraseven* nos anos 1970 e 1980. Toda criança daquela época queria uma fantasia dos seus heróis favoritos ou os brinquedos (bonecos, jogos de tabuleiro, cadernos) ligados ao seriado naquela época. No que muitos considerariam uma astuta jogada de “marketing”, a TV Manchete exibia *Jaspion* aproximadamente às 18h30 - justamente o horário em que as crianças saíam das escolas, uma garantia de audiência. (Ver em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Jaspion>. Acessado em 12 de janeiro de 2008).

jogos de fliperama mais modernos do que “o velho Atari”³. Contudo, o contato com o jogo de sucesso *Street Figther II* e a série *Os Simpsons* passou a ganhar espaço no cotidiano de muitas famílias de brasileiros.

Em 1993, houve uma reunião com representantes de 117 países, o Gatt (Acordo Geral sobre as Tarifas de Comércio). Ocorreu nesse encontro a maior liberalização da economia da história, porém três áreas estiveram próximas do fracasso: o setor agrícola, o têxtil e o audiovisual. No caso dos dois primeiros, alguns acordos regularizaram razoavelmente a questão. No setor audiovisual, existem algumas medidas internas de proteção nacional de alguns países da Europa e do próprio Brasil, porém o predomínio americano e o progressivo sucesso do Japão frente a esse campo fazem-se notórios e deixam alarmados europeus e latino-americanos.⁴ Percebe-se, portanto, que no início dos anos de 1990, a proliferação de produções audiovisuais americanas e japonesas “invadiu o Brasil”. Foi neste contexto que a série americana *Os Simpsons* e o jogo de videogame criado no Japão e produzido também nos Estados Unidos *Street Figther II* passaram a compor o cotidiano de vários brasileiros.

Stuart Hall (2005), ao pensar acerca das identidades culturais em tempos de globalização, afirma que as mudanças na vida social, as imagens da mídia e os sistemas de mercados globais interligados fazem com que as identidades se desalojem das noções de tempo, lugar, história e tradição específica. Essa perspectiva torna-se fundamental para nossa investigação na medida em que algumas visões de Brasil, produzidas por empresas culturais americanas e japonesas, são permeadas por críticas de tom pejorativo semelhantes às produzidas pelos europeus há séculos. Porém, essas representações de Brasil, ao serem projetadas nos novos veículos de comunicação e entretenimento, podem se tornar risíveis. Ridicularizadas e facilmente acessíveis, essas representações permitem a cristalização de imagens do Brasil nas diferentes nações. Mesmo desqualificando povos e/ou nações, as indústrias culturais galgam espaços de produção e difusão de imagens que fundamentam o mundo globalizado e, por mais paradoxal que possa parecer, transformam os cidadãos em meros consumidores da sua própria ridicularização. Os desenhos ou mesmo os jogos de videogame invadem as casas do “cidadão global” e, por meio de um disfarce de crítica, ironia, humor e imagens caricaturadas, criam um “efeito do real” que pode canonizar o antigo ideal imperialista que coloca o dominador / civilizado em uma condição melhor do que a do colonizado / selvagem. Nesse sentido, a idéia de um Brasil monstruoso, expressada nas peripécias de Bart ao viajar para o Brasil, ou no personagem Blanka de *Street Figther II*, pode gerar um sentido de “inércia” nos sujeitos que assistem ao desenho ou jogam o *game*.

Com isso em vista, recentes preocupações com a análise audiovisual têm procurado refletir sobre a pluralidade dessas construções imagéticas provenientes daquele que assiste. Assim, o mesmo incômodo com tais imagens, que gera passividade ou conformismo, também pode provocar delação ou insatisfação. Atentando-nos à recepção, convém frisar que

³ Atari, Inc. é uma empresa de produtos eletrônicos, e uma das principais responsáveis pela popularização dos video games. Foi fundada em 1972 por Nolan Bushnell e Ted Tabney, e no mesmo ano começou a produzir em massa máquinas que reproduziam o jogo Pong. Durante os anos 70, a Atari se destacou ao produzir dezenas de jogos para arcade. O primeiro console portátil foi o Atari VCS (*Video Computer System*), produzido em 1977. Seu preço era alto demais (em torno de 200 dólares), e uma sucessão de novos consoles foi lançado para tentar estabelecer uma fonte de renda segura, até que, em 1978, lançou o Atari 2600, de longe seu maior sucesso (e posteriormente o ícone da empresa). (Ver em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Atari>. Acessado em 20 de fevereiro de 2008).

⁴ Idem.

nossa análise comparativa está pautada em uma das premissas de pacto de recepção⁵, em que a instância receptiva será examinada a partir da promessa de encontro entre aqueles que se propõem a elaborar o desenho e o jogo e aqueles que se propõem a apreciá-los e interpretá-los. Para tanto, os pressupostos da historicidade, temporalidade, conjuntamente com a proposta de examinar as (re)construções imagéticas de Brasil é que darão sustentação ao artigo.

Em meio a este contexto de crescimento do acesso à produção das indústrias culturais em tempo de globalização constrói-se, por meio da comparação, a necessidade de se refletir acerca das imagens de Brasil projetadas em *Street Fighter II* e *Os Simpsons*. Uma coincidência interessante nessas produções é que, tanto no caso do desenho animado como no do jogo de videogame, o marco inicial das estréias foi no final da década de 1980. No caso de *Street Fighter*, lançado em 1987, alguns fãs da série e os números de vendas mostram que o *game* obteve êxito moderado ao comparar-se ao “carro chefe”, *Street Fighter II*. Esse jogo, criado em 1991, constituiu absoluto sucesso da vendagem de games, sobretudo por intermédio da Nintendo⁶ que, associando-se à produtora japonesa *Capcom*, lançou um jogo que popularizou os jogos de luta (um contra o outro) e o próprio Super Nintendo console de videogame que ganhou os lares de muitas famílias no mundo, principalmente depois do sucesso do *Street Fighter II*. Nesse contexto, cabe ressaltar que:

Street Fighter II revolucionou a jogabilidade "fighting game" da época, fazendo deste o melhor jogo de luta já lançado até então. Foi um sucesso, Street Fighter ganhou o título de melhor jogo de luta de todos os tempos, eleito pelos jogadores de todo o mundo, fascinando as crianças que se identificavam com o personagem de sua pátria. São oito lutadores de vários lugares do mundo, que podem ser escolhidos, mais quatro personagens mestres, os quais não podem ser selecionados nessa versão.⁷

Uma problemática que se depreende do trecho acima se refere ao fato de que o internauta e produtor do “*Street Fighter Web Site*”, o “Junião”, que é associado do “Deco”, afirmou que o jogo fascina “as crianças que se identificavam com os personagens de sua pátria”. É relevante destacar que, no caso do Brasil, o personagem Blanka tinha pele verde, cabelos longos e alaranjados e, em um de seus golpes (pressionando o botão de soco próximo ao adversário), ele chupa o sangue do rival. A partir dessa “identificação” de “Junião”, criador

⁵ Maria Carmem Jacob de Souza estuda sobre a perspectiva de pacto de recepção correspondente ao tratamento dado a determinado tema correspondendo com as expectativas ou demandas dos telespectadores virtuais. (SOUZA, 2006).

⁶ A Nintendo Company Limitede é uma empresa japonesa que nos anos de 1950 chegou associar-se a Disney. Visando investir no mercado americano produziu fliperamas nas décadas de 1970 e 1980. Apenas no final dos anos de 1980 e início dos anos de 1990 é que surgem os consoles Famicom (Family Computer) lançados no Japão em 1983 e o NES (Nintendo Entertainment System) versão americana lançada em 1985. Em 1991 foi lançado o Super NES e o jogo Street Figther II, Seper Mário e Donkey Kong fundamentara o sucesso de venda na última década do século XX. (Ver em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Nintendo>. Acessado em 18 de junho de 2009).

⁷ Depoimento retirado do site: <http://www.streetfighter.com.br/sf2/index.htm>. Acessado em 12 de janeiro de 2008. “Junião” e “Deco” são os organizadores do site sobre Street Fighter.

do *site*, com o Blanka, é que parte uma de nossas principais inquietações que nortearão a escrita deste texto, retomada a seguir...

Em relação a *Os Simpsons*⁸, a série é lançada anualmente e se encontra na sua décima nona temporada. A mesma possui intensa popularização nos Estados Unidos e, atualmente, em 100 países onde é transmitida. Uma das características centrais do desenho é o “humor politicamente incorreto” de crítica à sociedade americana e aos problemas da globalização que engendram o cotidiano dos americanos desde fins da década de 1989, quando a série é criada. O próprio autor e produtor Matt Groening afirma ter criado o desenho a partir da realidade da cidade em que vivia e da percepção de que muitas coisas propostas pelo ambiente, possivelmente homogeneizador, criado pela globalização, encontravam-se problemáticas quando se defrontavam com a realidade vivida por Matt Groening em sua infância. Dessa maneira, surgiu a “bagunçada” família nuclear caricaturada, composta por Homer, Marge, Lisa, Bart e a pequena Maggie. Acerca de *Os Simpsons* salienta-se que:

O desenho aborda a questão política por meio da família, e esse método em si é uma estratégia política. Lidando centralmente com a família, *Os Simpsons* aborda temas humanos reais que todos podem reconhecer; e, por isso mesmo, acaba sendo em muitos aspectos menos ‘desenho’ que muitos outros programas de televisão (CANTOR, 2004, p. 155).

A percepção do desenho e do *game*, como representações políticas da realidade mundial e brasileira, nos primeiros anos após o fim da Guerra-fria, ser-nos-á fundamental para compreendermos as imagens de Brasil, ou de multiculturalidade que foram e são veiculados por meio do desenho *Os Simpsons* e do *game Street Fighter II*, que fazem e fizeram parte da realidade vivida por inúmeros brasileiros.

Conforme acrescenta o historiador Eric Hobsbawm (1995), o período de guerra-fria foi marcado por um desmembramento das famílias nucleares e por uma explosão de movimentos culturais jovens que caracterizaram principalmente as décadas de 1960, 1970 e 1980. Devemos ater nosso olhar ao sucesso das empresas culturais, principalmente americanas, que, por intermédio do *rock in roll*, filmes de Hollywood e, sobretudo, de desenhos animados e de empresas de games, fomentaram a consolidação do processo de globalização em voga. Esse momento é contemporâneo da criação das séries *Os Simpsons* e *Street Fighter II*, assim a apresentação de representações históricas, terrorismo, violência e críticas sociais fazem-se presentes, constantemente, nos objetos de análise em questão.

A concepção da série e do jogo coincide ainda com o governo de Mikail Gorbatchev e o processo de abertura política e econômica, respectivamente *glasnost* e *perestroika*. A partir dessa perspectiva, desde o processo de abertura da ditadura militar no Brasil, após 1985, algumas séries animadas e, em grande medida, violentas, fizeram parte do cotidiano dos brasileiros. Nos quadrinhos e em séries animadas, heróis americanos como *Superman*, *Homem Aranha* e *o Capitão América* povoavam, cada vez mais, a literatura infantil e a televisão. Produções audiovisuais, principalmente japonesas, como: *Ultramen*,

⁸ Surgiu em 1987 como uma série de curtas de trinta segundos, produzidos por Matt Groening e James Laurence Brooks para a série televisiva *The Tracey Ullman Show*. A reação dos telespectadores foi tão positiva que “*Os Simpsons*” evoluiu para um programa, estreando como um especial de Natal de meia hora, em 17 de dezembro de 1989, e depois como série regular em 14 de janeiro de 1990. (Ver em http://pt.wikipedia.org/wiki/The_Simpsons. Acessado em 12 de janeiro de 2008).

*Ultraseven*⁹, *Jaspion* e *Changeman* também se faziam presentes em boa parte das programações e do imaginário de crianças brasileiras.

Em 2002, o episódio “O feitiço de Lisa”, da décima terceira temporada de *Os Simpsons*, incomodou a Rio Tur, as lideranças políticas do Rio de Janeiro, a Rede Globo e, inclusive, o presidente Fernando Henrique Cardoso, estes potencializaram a proibição e a veiculação de tal episódio nos canais abertos de televisão. Neste, a família Simpson viaja para o Brasil, devido a algumas doações feitas por Lisa Simpson a um órfão brasileiro chamado “Ronaldinho”. O dinheiro empregado pela garota, além de despertar a ira de sua família, a princípio, propiciou à personagem “Ronaldinho” condição econômica para comprar um par de sapatos a fim de dançar no carnaval e uma porta para o orfanato, objetivando se proteger dos macacos que o ameaçavam constantemente. Sensibilizados com a situação do “pobre” garoto, a família Simpson viaja para o Brasil. Na viagem, Homer, baseando-se nos diferentes climas que marcam as estações de ano no Brasil, afirma que: “então é a terra do contrário, ladrão corre atrás da política, o gato tem cão”. Apresentando novamente descaso em relação ao Brasil, na poltrona do avião, Bart Simpson diz: “Prepare-se, Brasil, agora eu falo um espanhol fluente”. Após a repressão de sua mãe é que ele percebe que, no Brasil, o idioma corrente é o português. Em um diálogo com o personagem que representa o Brasil na série de jogos eletrônicos *Street Fighter II*, Blanka foi um apelido dado pelos produtores do game (*Capcom*) para se referir em espanhol a “*hombre blanco*”, sendo que o último nome originaria Blanka, fato que demonstra um total descaso dos produtores americanos da *Capcom* em relação ao Brasil. De maneira peculiar, a crítica apresentada pelo produtor de *Os Simpsons*, Matt Groening, referente ao Bart, passa a adquirir grande sentido quando contraposta ao personagem “brasileiro” de *Street Fighter II*. Nos dois momentos, o desconhecimento em relação à língua e à realidade brasileira ficam evidenciados e são colocados pelos produtores como um recurso de atração e vendagem.

Uma particularidade do jogo *Street Fighter II* é que ele é formado por lutadores que representam países. Esses, por sua vez, objetivam combater *Mister Bison*, que é o líder de uma organização chamada de *Shadaloo* e que procura testar lutadores do mundo no *Street Fighter II* para concluir o seu intuito de dominação internacional. Vejamos que a perspectiva de combate ao terrorismo, recorrente na guerra-fria, é propagada pela mídia intensamente após a queda da União Soviética em 1991 e o ataque às Torres Gêmeas, no 11 de setembro de 2001. Entre estes dez anos marcados pela propagação do terrorismo em escala global é possível observar que o “simples” jogo de videogame apresenta mais do que entretenimento. Abaixo, observemos as duas principais capas e telas de aberturas das versões de *Street Fighter II*:

⁹ No Brasil, a série foi exibida pela Rede Tupi no início dos anos 1970. Integrou, já em meados da década, o cast de atrações do Capitão Aza. Depois foi exibida pela Rede Record, quando, no começo dos anos 1980, era exibida em horário nobre, às 20h, junto com Robô Gigante e Tunel do tempo. Sua última exibição no Brasil data-se do ano 1986, quando era exibida às 8h da manhã na mesma Rede Record, quando perdeu espaço para um programa evangélico e nunca mais voltou ao ar. (Ver em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ultraseven>. Acessado em 12 de janeiro de 2008)



Examinando a ilustração acima, é possível realçar, no *Street Figther II – The World Warrior*, o formato de uma esfera na parte baixa (sugestão do globo terrestre) seguido da imagem de personagens que compõem o jogo, representando as nacionalidades americana, brasileira, japonesa, chinesa e soviética (russa). À esquerda do leitor, na parte mais alta, Honda, lutador de sumô japonês; abaixo, Major Guile, membro da Força Aérea Americana: destaque para a tatuagem com a bandeira dos Estados Unidos no seu braço esquerdo; do lado direito, temos, na parte alta, Ken, lutador americano de quimono vermelho; logo abaixo, Blanka, personagem selvagem brasileiro, que se apresenta mordendo uma madeira; e Dhalsin, o indiano mestre na arte do Yoga. Ao centro, temos, na parte alta, Zangief, lutador de luta livre, nascido na antiga União Soviética; Chun-Li, que é uma mulher chinesa; e o personagem principal do primeiro game da série, Ryu, japonês. Vale notar que os personagens mais “estranhos” são os da Índia, União Soviética, China e Brasil.

No caso da Índia, o personagem Dhalsin é incumbido da missão de arrecadar dinheiro no jogo para fortalecer o lugarejo indiano de sua origem. Suas pernas e braços se esticam de forma estranha para atingir o adversário, não é muito veloz, lança fogo pela boca e sua jogabilidade é considerada pela maioria dos fãs como ruim. Outra personagem curiosa é a chinesa Chun-Li. Única personagem feminina do jogo representa a emergência das mulheres no mercado de trabalho ocidental e o igual desenvolvimento da China como país oriental em tempos de globalização. Um dos principais meios de fomento das propagandas da proposta de globalização ocidental, frente ao ocidente, fundamenta-se no sucesso da China, no

¹⁰ Imagens retiradas do site: <http://www.streetfighter.com.br/sf2/index.htm>. Acessado em 12 de janeiro de 2008.

desenvolvimento tecnológico ocidental e na perspectiva de liberdade feminina sugerida, portanto, por meio da personagem Chun-Li.

A edição do *Street Fighter II – Champion Edition* destaca os países e a empresa japonesa *Capcom*, porém a ênfase é dada aos interesses de dominação de Mike Bison (EUA) ou Vega (Espanha) e o seu principal oponente, o japonês Ryu. Essa perspectiva de um japonês como líder, que salvará a humanidade, ganha novo *status* no filme *Street Fighter*, produzido nos Estados Unidos. Na produção cinematográfica americana, o ator hollywoodiano belga, Jean Claude Van Dame, é o personagem Major Guile, representante da Força Aérea Americana que comanda a luta pela paz mundial. Em termos de jogabilidade de *Street Fighter II*, considerados como os melhores são Ryu (quimono branco) e Ken (quimono vermelho), respectivamente do Japão e dos Estados Unidos. Percebemos que existe uma disputa simbólica entre personagens americanos e japoneses, pois, enquanto na história primeira do game o personagem japonês Ryu era o protagonista, na versão cinematográfica americana é o Major Guile quem assume esse papel.

Outro personagem japonês de nome curioso é o lutador de sumô Honda. Sabe-se que uma das principais multinacionais japonesas de projeção internacional é a Honda, empresa que prioriza o investimento no setor automobilístico. Em outro viés, e atentos exclusivamente ao game *Street Fighter II*, convém ressaltar que personagens de países de menor desenvolvimento econômico compõem histórias bastante curiosas. O soviético Zangief é um lutador de luta livre que treinava com ursos; é alto, barbudo e, estranhamente, muito moreno. Sua missão é provar apenas que é o maior lutador de luta livre do mundo. No game, o mesmo não possui boa jogabilidade: apesar de grande força, apresenta saltos curtos que dificultam ao jogador evitar as magias lançadas por boa parte dos adversários. No jogo, ao derrotar M. Bison¹¹, Zangief¹² é agraciado na versão americana pelo então ex-presidente Mikhail Gorbatchev. Salienta-se que o competidor de luta livre *Victor Zangiev*, que deu origem ao nome do personagem, e o próprio Mikhail Gorbatchev são símbolos da perspectiva de inserção da União Soviética em desmembramento ao capital globalizante, sobretudo após o lançamento das medidas político-econômicas da *Glasnost* e da *Perestroika*, cujo objetivo era organizar o processo de abertura da União Soviética. Nesse sentido, os anos pós-queda do muro de Berlim e o fim da União Soviética são emblemáticos para pensarmos a importância política do game no contexto da, então em voga, Nova Ordem Mundial no Brasil, e no oriente, haja vista que o jogo originalmente é de uma empresa japonesa, a *Capcom*¹³.

¹¹ Na versão americana os nomes foram trocados. Mister Bison era o primeiro adversário o boxeador em referencia a Mike Tyson que na versão americana recebeu o nome de Balrog. Assim o principal vilão que em japonês era Vega, ganhou o nome de Mister Bison. (Ver em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Street Fighter II](http://pt.wikipedia.org/wiki/Street_Fighter_II). Acessado em janeiro de 2008)

¹² O nome de Zangief é baseado em *Victor Zangiev*, um ex-lutador soviético, que treinou como profissional no NJPW, e que também competiu na WCW e UWF International. (Ver em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Zangief>. Acessado em janeiro de 2008).

¹³ **Capcom** é uma empresa japonesa de desenvolvimento de jogos para videogame fundada em 1979 com o nome de Japan Capsule Computers. O nome atual é junção de Capsule Computers. A empresa é dona de uma imensa lista de jogos, entre eles algumas das franquias mais bem sucedidas da história como a série de luta Street Fighter, o jogo de plataforma Megaman e a série de horror Resident Evil. (Ver em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Capcom>. Acessado em janeiro de 2008)

Ainda sobre a decadência da URSS e os efeitos das indústrias culturais globais nesse contexto, Rodrigo Duarte (2003), ao analisar os críticos dessas multinacionais da cultura no mundo globalizado, ressalta que Ulrich Beck, um dos principais críticos das empresas culturais, exemplifica o poder midiático em fins da guerra-fria como transcendente do poderio do Estado. Nesse viés, é citado um discurso de Boris Ieltsin de oposição aos comunistas que não foi transmitido pelas rádios e TVs russas, controladas pelo Partido Comunista, mas que foi ao ar para todo o mundo através da CNN. Percebemos que o escândalo potencializado por uma rede global de informação deixou fora de combate a soberania de informação do Estado. Com isso, o poderio das *mass medias*, conduzidas pelas indústrias culturais, adquiriram um poder, principalmente na segunda metade do século XX, que desafia as tentativas de controles de Estado de alguns governos. A dança de Mikhail Gorbachev com o personagem Zangief, o brasileiro Blanka de pele verde, chupador de sangue e vivente nas flores e, ainda, as perspectivas e visões de Matt Groening sobre o Brasil nos episódios de *Os Simpsons* ganham uma importância considerável no final da Guerra-fria e potencializam nossa proposta de crítica.

Em relação a jogos de videogame violentos que chamam a atenção das crianças, no episódio de *Os Simpsons* da sétima temporada (1995/96) “Marge não se orgulhe”, Lisa e Bart Simpson, após assistirem ao programa de natal do palhaço Krust, percebem que um novo jogo de *videogame* de alto grau de violência havia sido lançado. A propaganda do jogo é apresentada da maneira descrita a seguir: dois garotos jogam um violento jogo de tiro e acabam enfadados com ele; de repente, pela janela do quarto, com a carruagem de Papai Noel, alguém atira no videogame e diz: comprem “Tempestade de Ossos” ou vão para o inferno. Bart, seduzido pela propaganda, procura convencer seus pais a comprarem a fita do jogo “Tempestade de Ossos”. Sua mãe lhe esclarece que esses jogos o distraem e ele pode ter resultados ruins na escola; em seguida, coloca-o para dormir cantando “Boi, boi, boi, boi da cara preta”. Bart se irrita e, no dia seguinte, vai à busca de seu jogo. Sabendo que seu pai não lhe compraria o brinquedo, optou por roubar uma loja, depois de ouvir um de seus amigos dizer que “roubar loja é um crime sem vítimas, como acertar alguém no escuro”. Em momento anterior, Bart Simpson avista um menino chamar a mãe de idiota e dizer que já tinha todos os jogos violentos. A mãe pediu “Tempestade de Ossos” e o garoto pediu dois exemplares para que ninguém jogasse com o seu. Em meio a esse ambiente, Bart afirma: “esse deve ser o garoto mais feliz do mundo”.

Após a opção pelo roubo, incentivada por fantasmas que representam famosos jogos de videogame, “Mário, Luigi e Donkey Kong”, jogos da Nintendo, assim como *Street Fighter II*, Bart é capturado pelo segurança do local. Após várias ameaças, o policial deixa um recado na secretária eletrônica de sua casa para seus pais e o libera com a condição de que ele não volte mais à loja. Em desespero, Bart se dirige à sua casa e impede que seus pais ouçam a gravação. Por ironia do destino, Marge resolve levar toda a família até o local e Bart é abordado pelo policial. Desacreditando nas acusações, a mãe exige a comprovação da ação ‘criminosa’ do filho. O policial aciona as gravações do sistema de câmera da loja e revela à senhora Marge Simpson o assalto promovido por seu filho. Em um momento peculiar da trama, Bart vai à casa de seu amigo Milhouse Van Houten (que anteriormente não havia deixado Bart brincar com o jogo violento de videogame) e vê que seu amigo não se importa mais com o jogo violento, que foi substituído por brincadeiras com um brinquedo simples. Bart desiste do jogo que moveu toda a trama do episódio e começa a brigar com Millhouse pelo brinquedo manual e simples. Assim, em meio a roubos, mentiras, atitudes individualistas e egoísmo, percebemos a representação de um jovem que convive com problemas cotidianos e que percebe, na violência e em jogos eletrônicos, alternativas para sua frustração.

O jogo sonhado por Bart Simpson, “Tempestade de Ossos”, que pode ser jogado por dois jogadores (apesar de Millhouse e o garoto comprador do jogo supracitado preferirem jogar sozinhos), apresenta dois personagens sanguinários de quatro braços parecidos com o personagem *Goro* de um dos jogos mais violentos disponíveis para os “gamemaníacos”, *Mortal Kombat*. Esse jogo concorria com *Street Figther II*, nos anos de 1990, pela supremacia das vendas de jogos para arcade e consoles. Uma particularidade ressaltada por Matt Groening no episódio “Marge não se orgulhe”, que peculiariza o potencial dos *games* para o incômodo e a mudança de hábitos proporcionada pelos jogos eletrônicos, é representada pela difícil situação de Bart Simpson frente ao anseio de ter o jogo “Tempestade de Ossos”.

Merece destaque ainda a similitude entre os objetos em questão, visto que, os personagens “Mário, Luigi e Donkey Kong”, que incentivaram Bart Simpson ao roubo, foram responsáveis, juntamente com *Street Figther II*, pelo sucesso da empresa Nintendo no final do século XX. Da mesma forma é possível comparar a imagem ridicularizada do personagem Blanka do *Street Figther II*, com o início do episódio “Marge não se orgulhe” em que é destacada a “sensação sul-americana, Xoxchitla”, representação de Maria da Graça Xuxa Meneguel. Apresentada no programa “Natal tipo Krusty”, programa dirigido pelo palhaço Krusty, e pela representação de indústria cultural à “ILG”, “que vende os produtos químicos do seu corpo após a sua morte”, a brasileira Xuxa Meneguel é ridicularizada. O ressalte a seus decotes, a dificuldade de pronúncia do seu nome (Xoxchitla) e o fato do palhaço Krusty a impedir de participar do programa infantil frisam o descaso com a imagem da apresentadora infantil brasileira. Com esta mesma visão em relação aos programas infantis brasileiros, no episódio “O feitiço de Lisa”, Bart Simpson troca o programa infantil de Krusty e o violento desenho “Comichão e Coçadinha” pelo programa infantil “Tele Melões”. Neste, as dançarinas esfregam seus órgãos genitais e as nádegas nas letras gigantes que compõem o cenário do programa “infantil” e, inclusive, a própria apresentadora *sexy* (outra representação da apresentadora brasileira Xuxa Meneguel), ensina aos telespectadores as coordenadas de direção utilizando os seios. É exatamente nesse programa que “Ronaldinho” (órfão que a família Simpson procurava no Brasil para ajudar) trabalha e fica rico. Após o sequestro de Homer na “cidade maravilhosa”, Ronaldinho, já com muito dinheiro por trabalhar no programa infantil, fantasiado, ajuda Lisa Simpson a pagar o resgate e, perguntado sobre a sua família, ele diz que: “é melhor não ter pai e mãe, para que ninguém passe a roubar o dinheiro que você ganha”.

No caso do personagem Blanka de *Street Figther II*, jogo violento pelo qual provavelmente Bart Simpson se interessaria, assim como a maioria dos jovens no início da década de 1990 no Brasil, sua história é marcada por um “acidente” (sugere-se também um atentado feito pelo grupo terrorista *Shadaloo*) de avião em que ele cai na floresta e fica sem seus pais. Crise aérea em 1991? Grupos terroristas utilizando aviões para causar desastres? Não, apenas, na representação proposta, “o avião foi abatido, e Blanka sobreviveu à queda. Cresceu entre os animais, criando um estilo de luta selvagem autodidata e desenvolvendo a habilidade de emitir choques elétricos”. Afirma-se ainda que o personagem brasileiro do *game* conheceu o mundo civilizado pela primeira vez pegando carona com um contrabandista. Seu ingresso no desafio do *Street Figther II* foi com o intuito de conquistar fama e reencontrar os remanescentes de sua família. Ao assistir a uma luta de Blanka com Guile, sua mãe, Samanta, reconheceu o filho (esverdeado pelo contato constante com a clorofila das plantas) por causa das tornozelas que calçava já que haviam sido um presente recebido por ele na infância.¹⁴

¹⁴ Ver em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Blanka>. Acessado em 19 de junho de 2009.

Reparemos que a representação do brasileiro, no caso de Blanka, condiz com um selvagem, que luta para reencontrar sua família. No caso da representação de garoto americanizado, ou globalizado, Bart Simpson e mesmo o “Ronaldinho”, personagem simpsoniano do episódio “O Feitiço de Lisa”, apresentam-se como jovens que não se atêm a sentimentos familiares. Lembremo-nos de que “Ronaldinho” afirmou que era bom não ter pai e mãe, pois assim ninguém o roubaria. O que se percebe é que, de Blanka às peripécias do personagem simpsoniano no Brasil, algumas visões de brasileiros foram expressas e, como historiador, não poderíamos deixar de discuti-las. Nas duas apresentações simbólicas do Brasil o princípio da selvageria é (re) significado e colocado como impulsionador da vendagem dos produtos. Contudo, como diria Roger Chartier (2002), os desvios de representação podem transformá-la em uma máquina de submissão e respeito, produzindo um recurso que ultrapassa a força bruta. Só os homens de guerra não se disfarçam pela aparência porque utilizam a força. Com a esperteza de Bart Simpson ou com a força de Blanka, é possível tentar transformar o domínio em delação, somando-se, obviamente, à força da escrita histórica.

Referências Bibliográficas

- CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 6ª.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- CANTOR, Paul A. Os Simpsons: política atomística e a família nuclear. In: **Os Simpsons e a Filosofia**. São Paulo: Madras, 2004.
- CHARTIER, Roger. **A beira da falésia: a história entre certezas e inquietude**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2002.
- DUARTE, Rodrigo. **Teoria Crítica da Indústria Cultural**. Belo Horizonte: editora UFMG, 2003.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- HOBBSAWM. Eric. **A Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- LE GOFF, Jacques. Documento/Monumento. In: **Enciclopédia Einaudi: Memória e História**. Lisboa: Antroposomem, 1989. p. 95.
- NAPOLITANO, Marcos. A história depois do papel. In: **Fontes históricas**. São Paulo: contexto, 2006.
- SOUZA, Maria Carmem Jacob de. Amor e felicidade em Mulheres Apaixonadas: pacto de recepção com ideais dos telespectadores. In: **Mídia e recepção: televisão, cinema e publicidade**. Salvador: Edufba, 2006.