



Os Super-heróis e o tempo: descronologização e consumo na hipermodernidade.¹

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro²
Universidade do Estado de Minas Gerais
Anderson Antonio Horta³
Universidade do Estado de Minas Gerais

RESUMO:

O fenômeno da descronologização é um dos reflexos da hipermodernidade. Em busca constante de referenciais da infância ou supervalorizando a ideia de juventude, ignorando as divisões etárias tradicionalmente concebidas para cada fase da vida, a maneira com que se consome toda sorte de bens, produtos midiáticos e serviços na hipermodernidade reforça a ideia de uma mudança significativa no quadro social. Nesse sentido, os filmes que têm em sua temática os super-heróis acompanham tais mudanças, com o envelhecimento dos protagonistas como Batman e o Homem de Ferro. A velhice sofre um reposicionamento e os filmes como Mercenários e R.E.D. refletem essas mudanças. Assim, esse trabalho se propõe a analisar o amadurecimento dos personagens de quadrinhos e os heróis no cinema, e sua correspondência no público alvo – os kidults, representando novas formas de identificação com os espectadores que amadureceram, mas conservam a ideia de juventude.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; descronologização; super-heróis; consumo.

O consumo, a mudança da ideia de juventude e os *kidults*

O consumo é uma das maneiras que encontramos para nos fazer expressar. Nesse sentido, comunicando, através daquilo que consumimos, quem somos. O meio social pode então ser encarado como um cenário repleto de signos pelos quais os indivíduos se reconhecem e se expressam, estabelecendo, para os demais, e para sua própria percepção, representações de si mesmos. Essas representações são reproduzidas pelos diversos grupos sociais nos quais os indivíduos se inserem e se reconhecem. As novas possibilidades de interação ocorridas pela mediação do ciberespaço promovem

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Memória: cenas culturais e midiáticas, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

² Pesquisadora PQ do CNPq, líder do Grupo de Pesquisa Design e Representações Sociais, Professora do Programa de Pós-Graduação em Design – PGGD/UEMG. rribeiroed@gmail.com.

³ Pesquisador do Grupo de Pesquisa Design e Representações Sociais, Doutor em Design, Professor da Universidade do Estado de Minas Gerais e do Centro Universitário de Belo Horizonte. andersonhorta@gmail.com.



com rapidez, mudanças nas estruturas dos grupos e nas possibilidades de reconhecimento entre os indivíduos.

Em meio a tantos fatores históricos, sociais e culturais, temos uma força motriz funcionando como propulsor e permeando todos os aspectos citados. A procura pelo prazer, pelo conforto e pelo bem-estar. Lipovetsky e Serroy (2011, p. 170-171), chamando de busca pela vida bela e boa, apontam esse fator gerador como sendo o “centro de todas as atenções e preocupação primordial de todo o corpo social, bem como uma imagem paradigmática da felicidade individual”. A supremacia do indivíduo acima do todo é uma das características dessa nova sociedade do consumo:

Eis um tipo de sociedade que substituiu a coerção pela sedução, o dever pelo hedonismo, a poupança pelo dispêndio, a solenidade pelo humor, o recalque pela liberação, as promessas do futuro pelo presente. (LIPOVETSKY, 2010, p. 35).

Trata-se então de um mundo que passa de um estado com tendências rígidas e severas no âmbito social, para um outro, mais ligado à espontaneidade, à leveza, ao humor, sem amarras ligadas à culpa ou a muitos rigores. Dentro desse novo meio social existe então uma facilidade em permitir que o prazer pessoal permeie mais visível e decisivamente os comportamentos.

Alastra-se uma nova espécie de conforto que se identifica com a abundância informacional, as interações virtuais, a acessibilidade permanente e ilimitada. Não é nem ao corpo-máquina nem ao corpo das sensações que se dirigem as novas tecnologias, mas ao Homo communicans ligado às redes, interconectado, podendo ser contactado em todo lugar, a todo momento. Enquanto cada vez mais produtos circulam sob a forma de bits e não mais de produtos manufaturados, o gozo das coisas agora é também embriaguez das telecomunicações e da abundância digital. O modelo do conforto-reposo recua, ei-lo sofrendo a concorrência do bem-estar-conexão ou das tecnologias de conexão que proporcionam a satisfação de não se sentir isolado do mundo, de estar permanentemente conectado com o exterior, de ter acesso imediato e ilimitado à informação, às imagens, à música. (LIPOVETSKY, 2010, p. 227).

Lipovetsky, quando se referindo ao consumo hedonista na busca pelo prazer pessoal, faz uma referência a essa busca referencial na contemporaneidade. “O que se consome em profusão são ficções e jogos, música e viagens” (LIPOVETSKY, 2010, p. 63). Os novos adultos da hipermodernidade demonstram uma forte ligação com objetos que fazem lembrar a infância, o que leva a uma maior valorização destes e os faz ganhar destaque em meio às formas de divertimento que não têm a mesma propriedade.

O próprio processo de amadurecimento das pessoas parece estar sofrendo influência dessa sensação de deslocamento causada pela vida agitada e veloz da hipermodernidade. Enquanto que, nos períodos anteriores, as fases de desenvolvimento da criança para o adulto eram marcadas justamente pelo abandono dos brinquedos, na hipermodernidade esses brinquedos e códigos parecem acompanhar essa transição, ficando as pessoas muito mais atreladas às referências infantis. E os objetos que materializam essas referências, como no caso dos videogames e tantos outros



brinquedos, que ficam cada dia mais sofisticados, para atender à demanda de ludicidade por parte desse novo público adulto.

Assim, vemos também, uma explosão cinematográfica de releituras adultas dos heróis da infância de tantas gerações, que antes povoavam apenas os quadrinhos. Heróis esses que ganham vida e movimento em produções multimilionárias, que são amplamente distribuídas em todo o mundo. Filmes como Homem Aranha (2002), Homem de Ferro (2008), Thor (2011), suas sequências e tantos outros são exemplos dessa emergência de referenciais infantis que movimentam em torno de si uma indústria milionária e quase que totalmente adulta em seu público alvo. Os brinquedos colecionáveis que acompanham essas obras cinematográficas são comercializados como objetos preciosos e de alto valor de mercado. São os chamados *action figures* (figuras de ação), que chegam a alcançar valores de venda consideráveis em lojas especializadas físicas e virtuais por todo o globo.

A esses novos velhos valores que são oferecidos na hipermodernidade pela indústria do entretenimento, em resgate às memórias afetivas de seu público crescido, Lipovetsky atribui o valor de experiência de consumo.

Já não se trata mais de vender produtos e serviços, é preciso oferecer experiências vividas, o inesperado e o extraordinário capazes de causar emoção, ligação, afetos, sensações. [...] a civilização do objeto foi substituída por uma ‘economia da experiência’, a dos lazeres e do espetáculo, do jogo, do turismo e da distração. É nesse contexto que o hiperconsumidor busca menos a posse das coisas por si mesmas que a multiplicação das experiências, o prazer da experiência pela experiência, a embriaguez das sensações e das emoções novas. (LIPOVETSKY, 2010, p. 63).

Com esse público desenvolvido, surgem outras manifestações culturais materiais e bens de consumo, que fazem esse resgate emocional para oferecer ao adulto hipermoderno a possibilidade da sensação de pertencimento, experiência de consumo e identificação.

Quando a sociedade passa a encarar a juventude como valor e não mais como fase do desenvolvimento humano, surgem fenômenos de grande impacto nos comportamentos sociais dos indivíduos e grupos. Por um lado, a juventude perde a conexão com um grupo etário específico e passa a significar um valor que deve ser conquistado e mantido em qualquer idade através da adoção de formas de consumo de bens e serviços apropriados. Por outro lado, a velhice perde conexão com uma faixa etária específica e passa a ser um modo de expressar uma atividade de negligência com o corpo, de falta de motivação para a vida, uma espécie de doença autoinflingida, como são vistos hoje, por exemplo, o fumo, as bebidas alcoólicas e as drogas. (DEBERT, 2010, p. 51).

Sob o termo “kidults” (junção das palavras inglesas kid e adult, respectivamente criança e adulto) Furedi (2004) descreve o peculiar comportamento dos adultos hipermodernos com relação a suas referências infantis. Ele o aplica à geração de jovens adultos que, em contraste aos seus antecessores, escolhem não abrir mão de



características infantis quando adultos. Discutindo, no que tange ao consumo, o apego pela identificação de jovens adultos com produtos de marcas como Hello Kitty e Snoopy, assim como o fenômeno do não desligamento da infância como um todo, Furedi atribui uma nostalgia que surge como resposta às grandes incertezas do mundo adulto.

O senso de desespero que cerca a identidade adulta ajuda a explicar por que a cultura contemporânea tem dificuldade em traçar uma linha divisória entre a infância e a idade adulta. A infantilidade é idealizada pela simples razão de que sentimos desesperança ao pensarmos em viver a alternativa. A depreciação da condição adulta é resultado da dificuldade que nossa cultura tem em afirmar os ideais normalmente associados a essa etapa na vida das pessoas. (FUREDI, 2004, p. 06).

Essa reorganização social que acontece em torno da reorientação das fases do desenvolvimento das pessoas no contexto social, se mostra permeada pela juventude como valor, e não como tempo cronológico.

Mas apresentam-se ainda outros fatores que constituem o fenômeno da reorganização social em questão. O fenômeno do rejuvenescimento social não se deve tão somente à insegurança da fase adulta, a imposição midiática ou ao prolongamento e aumento da qualidade de vida na velhice. O conjunto de transformações sociais que levam a esses fenômenos, desaguando na alta da procura por referenciais infantis pelos jovens adultos, ou por modas por aqueles que tentam evitar a meia-idade, ou ainda pelo divertimento para os mais idosos, aponta para uma revisão total da organização social no que diz respeito aos limites do tempo.

É, entretanto, para o processo de descronologização que as novas categorias etárias parecem apontar. Tais categorias são ativas na sugestão de que a ideia de papéis sequenciados, extremamente divididos por idades, não captaria a realidade de uma sociedade que atinge o nível de desenvolvimento tecnológico contemporânea. (DEBERT, 2010, p. 59).

Em meio a essa nova forma pela qual se apresenta o consumo, os comportamentos na hipermodernidade apontam para dois fatores que se destacam como atores da descronologização. São eles a busca pela segurança e pela felicidade. Como forma de atingir esses dois elementos, o ideário social parece se desdobrar em direção à ideia de juventude, que se apresenta então como uma fórmula quase mágica de que passam a dispor os indivíduos em qualquer idade, na busca de se manterem seguros de seu pertencimento num cenário de volatilidade intensa, e também com um objetivo a perseguir, que lhes motiva e põe em movimento.

É precisamente para esquecer o peso da responsabilidade de si mesmo ou para escapar a ela por um momento que os adultos brincam de criança. A regressão infantil funciona desde então como válvula de segurança contra o peso crescente do livre governo de si. O avanço do fútil e do espetáculo-lazer insignificante não é, paradoxalmente, mais que a face compensatória de um mundo pesado de assumir, dominado pela desorientação coletiva e subjetiva, pela batelada de possibilidades, pela pressão de carregar a si mesmo sozinho. Ele



descansa da fadiga de ser adulto. (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, p. 143).

Nesse contexto, o valor da juventude une as duas pontas do desenvolvimento humano, levando os adultos a se apegar a referenciais infantis como forma de afirmação existencial em busca de uma segurança do pertencimento, natural da fase infantil; e também levando os idosos a comportamentos antes delegados apenas aos jovens, como forma de perseguir o bem estar e a felicidade imediatista nas fases mais avançadas da vida.

O novo espírito do capitalismo é aquele em que se recusa a agir segundo sua idade, em que os adultos se vestem como os jovens e se deslocam de patinete, em que a juventude se impõe como o centro da cultura de consumo, em que o único princípio diretor é o divertimento imediato. (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, p. 140).

No entanto as formas de consumo na contemporaneidade não sugerem em nenhum ponto uma imbecilização da população ou mesmo uma simplificação exagerada dos hábitos de consumo dos indivíduos. Mesmo que em busca constante de referenciais da infância ou supervalorizando a ideia de juventude, ignorando as divisões etárias tradicionalmente concebidas para cada fase da vida, a maneira com que se consome toda sorte de bens, produtos midiáticos e serviços na hipermodernidade reforça a ideia de uma mudança significativa no quadro social.

Então nos deparamos com a ambiguidade e complexidade de um tempo em que a linearidade de pensamento não é capaz de compreender os fenômenos sociais, em que a pluralidade e as múltiplas possibilidades e diretrizes comportamentais marcam profundamente tudo aquilo compõe a cena social. Assim também ocorre com os produtos midiáticos, que refletem essas transformações, como ocorre com o cinema.

Chegamos ao momento em que o cinema aborda todos os ciclos, todas as etapas da existência. Não mais exclusão: daqui por diante, todas as gerações têm direito de cidadania, são auscultadas e encenadas. [...] Não é mais pelo homem e pela mulher “médiros” que nos interessamos, mas pelo ser singular, cuja primeira singularidade é a de sua idade, em todas as idades. (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, pág. 105.)

Assim, tomamos como exemplo a reconstrução do imaginário dos heróis e super-heróis no cinema atual para entendermos o fenômeno da descronologização no século XXI.

Os modelos de herói no cinema

Os produtos da mídia seguem um determinado padrão em suas construções. Morin (1999) propõe que as produções midiáticas são pensadas considerando o paradoxo entre a repetição de modelos e da exigência do novo. A possibilidade de identificação é uma necessidade iminente para manutenção e aceitação de seus produtos.

O imaginário se estrutura segundo arquétipos: existem figurinos-modelo do espírito humano que ordenam os sonhos e, particularmente, os sonhos racionalizados que são os temas míticos



ou romanescos. Regras, convenções e gêneros artísticos impõem estruturas exteriores às obras, enquanto situações-tipo e personagens-tipo lhes fornecem as estruturas internas. (...) A indústria cultural persegue a demonstração à sua maneira, padronizando os grandes temas romanescos, fazendo clichês dos arquétipos em estereótipos. (MORIN, 2007, p.26.).

No cinema e na televisão, assim como nos quadrinhos, estes estereótipos são delineados de forma a propiciar uma identificação maior do espectador com os temas e os personagens. Independente do gênero comédia, drama, policiais, ficção científica as produções no cinema e na televisão seguem um determinado padrão. A figura do herói é o elemento catalisador de toda narrativa e determina a construção dos enredos.

Os heróis, que antes existiam apenas nas narrativas, corporificam-se, assumem feições cada vez mais humanas nas imagens produzidas desde o cinematógrafo. Se nas narrativas a figura do herói exercia grande empatia com leitor, pouco a pouco o processo de identificação do espectador com o personagem vai se intensificando nas imagens do cinema e, paralelamente, nos quadrinhos. Nas narrativas, o personagem pode viver uma série de aventuras. Assim surgem os seriados nas histórias em quadrinhos e, posteriormente, eles serão desenvolvidos no cinema. Dessa forma, o leitor poderá, semanalmente, participar das aventuras de seu herói, com quem cada vez mais desenvolve uma relação de intimidade.

A cada edição, cria-se uma relação de familiaridade com os personagens, uma quase cumplicidade, fazendo com que ele se identifique com os dramas e as soluções vivenciadas pelo herói. Para Umberto Eco:

Na série, o leitor acredita que desfruta da novidade da história enquanto, de fato, distrai-se seguindo um esquema narrativo constante e fica satisfeito ao encontrar um personagem conhecido, com seus tiques, suas frases feitas, suas técnicas para solucionar problemas... A série neste sentido responde à necessidade infantil, mas nem por isso doentia, de ouvir sempre a mesma história, de consolar-se com o retorno do idêntico, superficialmente mascarado (ECO, 1984, p. 123).

Nesse sentido, as histórias em quadrinhos disseminam parâmetros de identificação nos quais o homem comum se reconhece, pois tratam de temas que lhe são familiares, frutos do conhecimento do cotidiano do leitor. Na verdade, ele está submetido a um processo de encantamento menos intenso do que aquele vivido durante duas horas no cinema, mas talvez mais marcante, porque recorrente.

No contato mensal ou quinzenal com os quadrinhos, o leitor vai conhecendo os personagens, travando uma relação contínua, cada vez mais íntima com eles, à medida que suas histórias são contadas, seu passado revelado, trazendo uma explicação para suas atitudes. A densidade emocional do personagem é fator fundamental para a identificação com o leitor. O lado humano, as contradições têm que estar presentes durante todo o tempo. O homem não vive somente de heróis perfeitos, porque assim não haveria um ponto comum com o qual pudesse se identificar. É justamente por meio



das falhas e da fraqueza do herói - que ainda assim consegue vencê-las - que nos identificamos e almejamos, como ele, conseguir superar nossas próprias dificuldades e limitações.

A complexidade de uma personagem e suas contradições têm que se manifestar para que seja verossímil, real. Quanto maior for sua densidade humana, mais real nos parecerá. Um grave erro na configuração de uma personagem é pretender que seja perfeita. Por natureza, o ser humano é imperfeito e, portanto, contraditório e conflituoso (COMPARATO, 2009, p. 128).

Os modelos do herói, seja nos quadrinhos, no cinema ou na TV, utilizam-se de elementos originados a partir de contos e lendas. Porém, com o tempo, esses arquétipos sofrem adaptações para dialogar com as necessidades e incertezas do homem contemporâneo. Os meios de comunicação de massa contribuem para uma construção simbólica mais complexa, capaz de interferir na forma como os sujeitos localizam-se no mundo e constroem sua identidade. As transformações sociais que ocorrem ao longo do século XX e intensificam-se nas primeiras décadas deste, são responsáveis pela transformação do perfil desses heróis, como veremos a seguir.

O século XXI e a maturidade dos super-heróis

O fenômeno do hiperconsumo e a prorrogação da entrada na maturidade, certamente se refletem no perfil dos heróis. Se até meados do século passado a masculinidade e força eram características dos super-heróis, outros atributos hoje constituem os elementos que promovem a identificação dos leitores/espectadores com esses personagens.

O herói representa para o leitor o seu duplo, aquele que está ali para resolver os conflitos que, intimamente, desejamos que fossem transportados de nossa vida para as páginas dos quadrinhos ou para as telas do cinema. Como a figura do duplo descrita por Morin (1997), que é representada pelo processo de projeção-identificação do espectador ou, como o autor afirma, por meio de “participações afetivas” - o espectador se reconhece nas atitudes e dilemas enfrentados pelo herói como se fossem seus. O conflito é o ponto de união entre o leitor/espectador e o herói.

Os conflitos devem ser próximos da realidade do leitor/espectador, de forma a gerar uma relação de cumplicidade entre ele e o herói. Cumplicidade que não é unilateral, já que o leitor/espectador confia na vitória do herói, o que, na maioria das histórias, realmente acontece. Doc Comparato (2009) aponta duas qualidades essenciais do conflito: correspondência e motivação. Ambas provocam, quando bem utilizadas, uma reação emocional no público, motivada por simpatia ou solidariedade, empatia ou identificação com a figura do herói ou, ainda, por antipatia ou reação com relação a um inimigo que também se torna seu. A correspondência do conflito se dá à medida que a motivação é convincente para o espectador. Assim é criado o ponto de identificação, ou seja, o ponto convergente entre o público e a história.

Normalmente existe uma série de pontos de identificação, que só se percebem quando intervém a emoção: no momento em que nos damos conta de que o problema que a personagem enfrenta também



poderia ser nosso. Isso faz com que o espectador diga ‘se eu fosse ele, não faria aquilo’. Todo conflito possui, por mais absurdas que pareçam as premissas, um ponto em comum – de identificação – com a plateia. (COMPARATO, 2009, p. 150).

Assim, tomamos como exemplo desse processo de transição social 03 modelos de heróis dos quadrinhos que tiveram suas adaptações para o cinema: Batman, na trilogia de Christopher Nolan, Cavaleiro das Trevas (Batman Begins, 2005; The Dark Knight, 2008 e The Dark Knight Rises, 2012); o herói fora do seu tempo – o Capitão América (Captain America: The First Avenger, 2011, dirigido por Joe Johnston e no filme The Avengers, 2012, dirigido por Joss Whedon) e o eterno kidult o Homem de Ferro (Iron Man, 2008 e Iron Man 2, 2010 ambos dirigidos por John Favreau e Iron Man 3, 2013, dirigido por Shane Black). Não vamos nos ater aqui aos quadrinhos e sim às versões cinematográficas.

Dark knight – em busca da maturidade

Apesar das adaptações anteriores, a trilogia do Cavaleiro das Trevas é a que mais se aproxima do fenômeno de maturidade dos quadrinhos – a publicação homônima de Frank Miller em 1986. Ao ser contratado para dirigir Batman, Christopher Nolan afirmou que sua adaptação prezaria a parte nunca contada da história centrada na humanidade e no realismo “o mundo do Batman é baseado na realidade. Será uma realidade reconhecível e contemporânea onde uma figura heroica extraordinariamente ascende” (Nolan, 2004, tradução nossa.)

A trilogia é estrelada por Christian Bale, que consegue lidar com as diversas facetas do personagem. Iniciada com Batman Begins, a história gira em torno da constituição do herói. Desde o trágico assassinato de seus pais, passando pela busca por diversas culturas, até seu encontro com aquele que seria seu primeiro mentor – Ra’as Al Ghul, que se revela, ao longo da trama, seu grande oponente. A imaturidade do personagem faz com que Wayne caia nas armadilhas de Al Ghul e confronte ainda outros vilões. A imaturidade do personagem revela-se na sua dependência do mordomo Alfred (Michael Caine), que o trata como filho. A ascensão do super herói se dá ao final do filme, quando, após vencer os vilões ele toma o controle financeiro da sua corporação, mas o delega a seu outro mentor Lucius Fox (Morgan Freeman), coincidentemente, mais velho que o protagonista. A ligação amorosa de Wayne é ainda com sua amiga de infância, outro sinal da imaturidade do personagem, que ao final o rejeita, pois não pode conviver com a dubiedade Batman/Wayne.

Na segunda adaptação, O Cavaleiro das Trevas (2008), o herói é confrontado com a loucura de seus opositores – o Coringa (Heath Ledger) e o promotor Harvey Dent (Aaron Eckheart), que se transforma ao longo da história no vilão Duas Caras. Na *graphic novel* A Piada Mortal (1988), escrita por Alan Moore, em determinado momento o Coringa pergunta ao Batman “afinal quem era o mais louco”. O confronto com a loucura dos vilões chama a atenção do herói para sua própria cruzada insana de combater o mal. O final do filme faz com que Batman saia de cena, após perder seu amor, assassinada pelo Coringa e assumir a morte de Dent, para não manchar a imagem pública do promotor. O gesto, que a princípio poderia ser entendido como um gesto



altruísta revela a incapacidade do personagem em lidar com grandes conflitos e responsabilidades que o uniforme do herói carrega.

A última parte da trilogia, finalmente coincide com a maturidade do herói. Após um período de reclusão, e negando seu alter ego, Bruce Wayne é confrontado por duas forças que o obrigam a encarar a vida adulta: uma mulher, Selina Kyle (Anne Hathaway), uma ladra que o desafia e não se impressiona nem com Wayne, tampouco com o Batman – ao contrário de sua escolha amorosa, a milionária Miranda Tate (Marion Cotillard), alguém de seu nível social. Por outro lado Batman é tirado de seu exílio voluntário pelo terrorista Bane. Ao contrário dos personagens insanos, Bane usa de um discurso persuasivo e coerente em toda sua crueldade. Seu objetivo é destruir Gotham e para isso, precisa destruir Batman.

Numa discussão com seu protetor e substituto de pai, Alfred revela o herói mimado, que se julga acima do bem e do mal e de seus fracassos. Enfurecido com seu protetor que o confronta com a verdade, Bruce o despede. É o primeiro passo para entrar na vida adulta. O embate com o gigante Bane, muito mais bem preparado é o segundo passo para revelar o despreparo não apenas físico, mas emocional do personagem para lidar com a diferença.

É na prisão à qual foi levado por Bane que Bruce, finalmente, adentra a vida adulta, ao ser confrontado com seus fracassos e medos. Apenas após vencê-los é que o herói consegue retornar à Gotham City e salvar a cidade, com a ajuda de outro personagem que não se submete a ele, o policial John Blake (Joseph Gordon-Levitt).

O final da trilogia culmina com a entrada do herói na vida adulta: ele se aposenta, constitui um relacionamento amoroso com alguém que é considerada uma igual – Selina Kyle e se reconcilia com seu guardião, Alfred. O processo de maturidade do herói é trabalhado ao longo da trilogia, que é repleta dos seus *gadgets*, que podem ser considerados brinquedos de adultos, que são repassados a seu sucessor, Robin.

Capitão América: homem moderno em tempos hipermodernos

O personagem do Capitão América é um contraponto interessante em nossa análise, porque esse é um herói que se constitui nos anos 40 do século passado. Assim, suas características fogem aos parâmetros dos heróis contemporâneos. No filme, Steve Rogers (Chris Evans) é um jovem frágil que resolve, num ato de bravura, se alistar no exército dos Estados Unidos, durante a Segunda Guerra Mundial. Sendo rejeitado, por sua constituição física, mas demonstrando bravura, Rogers é cooptado por um cientista Dr. Erskine (Stanley Tucci) para um projeto de criação de um supersoldado. A princípio o Capitão América é ridicularizado e usado como atração para diversão das tropas. Ao longo da história, o herói vai demonstrando seu valor e tem um final glorioso ao impedir que o vilão Schmidt, ou Caveira Vermelha (Hugo Weaving) bombardeie os EUA. Para isso ele mergulha a aeronave pilotada pelo inimigo no Ártico, sem conseguir se salvar. O final do filme revela o resgate do herói 70 anos depois, que é convidado por Nick Fury (Samuel L. Jackson) a integrar o projeto Vingadores.

A construção do personagem segue o parâmetro de identidade da modernidade, como detalhado por Stuart Hall (2005). Nessa concepção, a identidade seria concebida



como o espaço entre o mundo pessoal e o mundo público, atrelando o sujeito à estrutura, estabilizando tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam tornando ambos mais unificados e previsíveis.

Assim, o Capitão América é o herói a partir de sua profissão. Ele é um militar do exército norte-americano e sua identidade confunde-se com sua escolha profissional, tendo parâmetros rígidos de crenças e comportamentos, como aqueles professados pelo exército. Sua identidade é marcada por esses parâmetros, não enfrentando a dualidade de outros heróis que se dividem entre a função do herói e sua vida cotidiana, como o Iron Man ou o Batman.

Em *The Avengers* (2012), dirigido por Joss Whedon, o herói volta a aparecer ao lado do Homem de Ferro, Hulk, Viúva Negra, Thor e o Gavião Arqueiro. Nesse filme, as contradições entre o Capitão e os heróis da hipermodernidade ficam claras. Enquanto Stark brinca todo o tempo, Rogers o chama à realidade. Na briga entre Thor e o Homem de Ferro é o Capitão América quem termina a disputa, quase como um adulto que põe fim à briga de crianças. Mesmo que, fisicamente, o Capitão América se assemelhe a seus parceiros em termos cronológicos, a diferença reside no conceito do homem da década de 40 e na visão hipermoderna, com suas fragilidades e egoísmo expostos.

Ainda que Rogers duvide da instituição governamental, ele continua firme em seus propósitos de servir e proteger. O Capitão América contradiz a dualidade do homem hipermoderno, pois cultiva valores que hoje são considerados ultrapassados, mas são os valores imprescindíveis à condição de mito que configura o herói: coragem, amor ao próximo e um senso de justiça acima de qualquer coisa.

Iron man – o kidult que todos gostaríamos de ser

Tony Stark é bilionário, brilhante e egocêntrico. A maior parte de sua fortuna vem do comércio de armamento. Seu destino começa a mudar quando ele é sequestrado, por supostos inimigos, tem seu coração afetado por estilhaços de bomba e precisa criar um mecanismo que o mantenha vivo e longe do exílio. Está criado o Iron Man. O personagem mais egocêntrico dos heróis do cinema, Stark é o estereótipo do kidult: sabe que é adulto, mas insiste em não se submeter aos desígnios da maturidade.

Na trilogia do Iron Man podemos perceber a evolução da personalidade de Stark. No primeiro filme, ele não resiste a manter em segredo sua personalidade de herói, por pura vaidade. Exatamente por se negar o papel de adulto, ele é vítima daquele que acreditava ser o maior amigo de seu pai e presidente de sua corporação.

Sempre a procura da aprovação paterna, mesmo seu pai estando morto, Stark ao longo da trilogia começa a ingressar no mundo adulto. A arrogância demonstrada no primeiro filme, e a mentalidade capitalista selvagem são amenizadas nas duas sequências posteriores. Stark já não fabrica armamentos. No entanto, sua ironia permanece e é a causadora de seus maiores transtornos ao desqualificar seus possíveis concorrentes, tanto no filme 2, quanto no mais recente.

A inconsequência do personagem ao se colocar em risco mesmo fora da armadura, quando pilota um carro de corrida no segundo filme, acrescenta-se ao



comportamento infantilizado, ao dar de presente de Natal para sua namorada um enorme coelho.

O chamamento ao mundo adulto vem, justamente, da presença feminina de Pepper Potts (Gwyneth Paltrow) - no primeiro filme ela é apenas a secretária. No segundo, assume um papel de maior destaque, se contrapondo ao novo interesse amoroso do herói, a ruiva Natalie que ao final se revelará a agente Natasha Romanoff, a personagem Viúva Negra, da S.H.I.E.L.D. , que não o qualifica para participar dos Vingadores, justamente por sua imaturidade e impulsividade. No último filme Stark avalia que proteger Pepper é sua principal missão e não hesita em arriscar sua vida por ela.

No entanto, como bom kidult, Stark tem pleno domínio de suas capacidades de inventor. E é isso que o salva em todos os filmes. Assim como os kidults da vida real, os brinquedos do herói se tornam seus aliados, só que para o combate ao crime.

O confronto com seres alienígenas no filme Os Vingadores, coloca Stark em outro nível de conflito. Até então ele havia combatido personagens dentro da sua realidade. Isso, e a entrada no universo adulto, ao assumir um compromisso com Pepper, o levam no último filme, a ter crises de ansiedade.

A última parte da trilogia do Iron Man ressalta seu caráter de homem em conflito entre arcar com a responsabilidade da vida adulta e permanecer ligado aos seus valores juvenis. No encontro com o garotinho, já despojado de seus artefatos milionários, Stark se apresenta a ele como o mecânico, não mais como o poderoso herói. E não hesita em pedir sua ajuda. Mesmo mantendo a ironia em suas falas, tem consciência de que seu inimigo foi criado por suas próprias ações.

Ao assumir a responsabilidade por seus atos, ainda que sempre ironizando sua situação, Stark revela o caráter do kidult. À desesperança da condição de adulto, ele contrapõe: “podem tomar todos meus brinquedos, mas eu ainda sou o Iron Man”.

Velhos sim, mas não aposentados!

O fenômeno da descronologização atinge com a mesma intensidade as faixas etárias mais elevadas. A velhice sofre um reposicionamento com o surgimento de novas oportunidades de trabalho e de interação social.

[...] a terceira idade substituiu a velhice; a aposentadoria ativa se opõe à aposentadoria; o asilo passa a ser chamado de centro residencial, o assistente social, de animador social e a ajuda social ganha o nome de gerontologia. Os signos do envelhecimento são invertidos e assumem novas designações: ‘nova juventude’, ‘idade do lazer’. Da mesma forma, invertem-se os signos da aposentadoria, que deixa de ser um momento de descanso e recolhimento para tornar-se um período de atividade e lazer. (DEBERT, 2010, p. 57).

As mudanças ocorridas no processo produtivo, no acesso à informação e nos avanços da medicina têm propiciado um aumento da população idosa. Segundo relatório publicado no ano de 2012 pelo Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA, na sigla em inglês) em 2050, os idosos chegarão a dois bilhões de pessoas, o que significa 20% da população mundial. Contrariamente ao que se imagina, o poder



econômico dessa população é maior, sendo grande parte responsável pelo sustento de famílias:

Em termos econômicos, ao contrário da crença popular, um número grande de pessoas mais velhas contribui com suas famílias, ao amparar financeiramente gerações mais jovens, e com as economias nacional e local, ao pagar impostos. [...] No Brasil, México, Estados Unidos e Uruguai, por exemplo, a contribuição [financeira] dada pelas pessoas mais velhas é substancialmente maior que a que eles recebem. (bbc.co.uk, 2012)

A contribuição dos idosos na manutenção das famílias e na continuidade da vida economicamente produtiva é também um dos indicadores de que esta continua sendo uma fatia de público ativa no consumo de bens. Coube à mídia incorporar esse novo público consumidor e incentivar práticas que denotem que a condição de velhice pode ter seus aspectos positivos.

Temos também as imagens das propagandas de televisão: embora se critique muito e genericamente a mídia, insisto em afirmar que as propagandas, não me referindo ao produto em si, mas à informação contida nelas, são hoje as grandes instituidoras de uma velhice positivada, diferente daquela velhice cristalizada em nosso imaginário como declinante ou mesmo decrépita. Assim, as propagandas estão construindo um novo senso comum sobre as imagens de uma velhice que é possível na contemporaneidade e até desejável. Nesse sentido, acredito que as informações contidas nas propagandas (deixo claro que a referência não incide sobre os produtos em si), estão cumprindo um papel benéfico à sociedade: o de evidenciar, nos seus múltiplos significantes, uma nova maneira de ver e viver o envelhecimento. (CÔRTE, 2009, pág.57-58.)

O cinema, por sua vez, também cria os personagens que refletem essa transformação. No caso específico, tratamos de duas sagas que têm a velhice como tema central: Os Mercenários (The Expendables) que estreou em 2010 e teve mais duas continuações em 2012 e 2014 e RED – Aposentados e Perigosos, que também estreou em 2010 e teve uma continuação em 2013. Escolhemos os dois filmes, apesar de não serem os únicos que tratam do tema, mas que têm em comum a perspectiva do herói, que permanece em seu papel, mesmo tendo envelhecido.

Os Mercenários e RED: os heróis dos anos 70 e 80 de volta à ação

Sylvester Stallone, Arnold Schwarzenegger, Harrison Ford, Jean-Claude Van Damme e Bruce Willis são atores que tiveram seus principais papéis vividos em filmes de ação nos anos 80 do século passado. Rambo, Indiana Jones, Terminator, Die Hard são filmes que tiveram diversas continuações, alguns com remakes previstos para 2015, como Terminator. Esses filmes e seus atores foram responsáveis pela criação da mitologia do herói no período e influenciaram diversas gerações, que hoje, assim como os atores, estão envelhecidas. No entanto, o envelhecer não é visto mais como momento de recolhimento e essas gerações recusam esse papel.

Agora o “velho” é um indivíduo que se recusa a suportar



passivamente o peso da idade. Se não é mais objetivamente jovem, ele incorpora os valores juvenis de atividade, de dinamismo e de forma. [...] Hoje, a terceira idade recusa que o futuro lhe seja barrado, que as coisas estejam decididas. Mesmo em idade avançada. O indivíduo quer continuar podendo construir, inventar ou mesmo refazer sua vida. (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, pág. 110.)

Os Mercenários (2010), foi escrito e dirigido por Sylvester Stallone e co-estrelado por. Stallone lidera um grupo de mercenários formado por Jason Statham, Jet Li, Terry Crews, Randy Couture e Dolph Lundgren, que trabalham em parceria com Mickey Rourke. Seu concorrente direto é Arnold Schwarzenegger e ambos trabalham para uma instituição governamental, que é representada por Bruce Willis. Entre os méritos do filme, está o fato de se recuperarem atores fora do circuito como Lundgren, Rourke e nas sequências Jean-Claude Van Damme e Chuck Norris em Mercenários 2 e no terceiro filme estão presentes Harrison Ford, Mel Gibson, Wesley Snipes e Antonio Banderas . O faturamento mundial do primeiro filme foi de US\$ 275 milhões.

O principal fator que nos chama a atenção reside no elenco. Ao resgatar atores que fizeram sucesso nos anos 80 e ficaram à margem nos últimos anos, o elemento nostálgico está presente a todo o momento na obra. Em um dos filmes o personagem de Schwarzenegger ao se referir ao avião de Stallone, uma verdadeira relíquia, diz: “o lugar disso é num museu. O de todos nós também”. As referências aos personagens que foram vivenciados por esses atores em outros filmes estão sempre presentes. Essa é uma maneira de trazer de volta o glamour dos personagens, que, mesmo estando envelhecidos, ainda têm o status de herói, pois vencem todos os vilões.

No último filme da série, Stallone contrata um grupo de mercenários mais jovens e os conflitos entre as gerações são enfatizados. Enquanto os jovens tentam soluções que utilizam os gadgets tecnológicos, que impressionam os mais velhos, e desprezam seus métodos ultrapassados, estes são os que salvam a situação. O confronto final do filme leva à união entre jovens e velhos.

O fato evidente é que o imaginário da igualdade democrática completou sua obra: de acordo com esse padrão, cada idade merece respeito, atenção, igual reconhecimento. E isso na medida em que vivemos numa sociedade em que tanto os mais jovens quanto os mais velhos representam categorias de consumidores importantes. (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, pág. 112.)

RED – Aposentados e Perigosos (2010), dirigido por Robert Schwentke é livremente baseada na série em quadrinhos homônima criada por Warren Ellis e Cully Hamner e publicada pela DC Comics. Na versão cinematográfica, o título do filme, RED, deriva-se do carimbo apostado no arquivo do agente Frank Moses (Bruce Willis), significando "retired, extremely dangerous" (em português, "aposentado, extremamente perigoso"). A história gira em torno do personagem de Moses, aposentado e entediado, que começa a ser perseguido por seus antigos empregadores. Moses se envolve com uma namorada mais nova (Mary Louise Parker) e vai se reencontrando com seus antigos parceiros, interpretados por John Malkovich, Morgan Freeman, Helen Mirren e Karl Urban. Todos, teoricamente, afastados de suas missões



por estarem aposentados. Em RED, diferentemente de Mercenários, a condição de aposentadoria fica explícita, e o filme lida com a noção de vazio que perpassa a vida daqueles que se viram afastados de suas funções em decorrência da idade. A irritação dos personagens quando são tratados como velhos (old man) ou vovô (Grandpa) demarca a insatisfação dos personagens frente ao afastamento que lhes foi imposto. Em determinado momento, o personagem de Willis questiona o de Helen Mirren sobre como ela se acostumou a viver aposentada. Ao que ela responde: “trabalho para outra agência”. A rebeldia característica da não aceitação da condição de finitude imposta pela aposentadoria desencadeia uma série de novas aventuras dos heróis.

Um fato que deve ser abordado é que RED 2, mesmo sendo dirigido para um público mais adulto, utiliza em seus créditos de abertura e na transição de cenas elementos da linguagem das histórias em quadrinhos. A utilização de tais recursos deixa clara a noção de descronologização que apontamos no início do artigo. Agora não existem mais fronteiras que demarcam as idades. A todos é permitido consumir os produtos midiáticos, sem distinção de faixa etária. Envelhecer é uma questão de ponto de vista. Pelo menos para a mídia.

Considerações finais (nem tão finais assim...)

A condição da hipermodernidade manifesta no século XXI, associada ao consumo como forma de afirmação das identidades, promove uma descronologização da vida. A quebra das barreiras etárias, ao mesmo tempo em que nos propõe uma liberdade maior, também nos exime de carregar culpas e conceitos criados no século passado. No entanto, não nos exime de nossas responsabilidades enquanto cidadãos e profissionais.

Os modelos do herói, seja nos quadrinhos, no cinema ou na TV, utilizam elementos originados a partir de contos e lendas. Porém, com o tempo, esses arquétipos sofrem adaptações para dialogar com as necessidades e incertezas do homem contemporâneo. Os meios de comunicação de massa contribuem para uma construção simbólica mais complexa, capaz de interferir na forma como os sujeitos localizam-se no mundo e constroem sua identidade.

Assim, heróis hipermodernos transitam entre seu senso de dever e a condição de rejeitar e protelar sua maturidade, como nós. Entretanto, precisamos desses modelos, pois os processos de identificação leitor/espectador com os heróis só acontecem na medida em que nos reconhecemos em seus conflitos e buscamos em suas ações espetaculares a medida para nossas próprias lutas.

Necessitamos ver neles nossas dualidades e sentimos, em cada uma de suas vitórias, renovar nossa condição de seres humanos. Frágeis sim, porque mesmo nossos heróis duvidam. Por que não os simples mortais?

Essa condição de fragilidade do herói hipermoderno é que nos permite reconhecer suas ambivalências como nossas. Ao postergar a possibilidade do envelhecimento dos nossos heróis, estamos também, postergando nossa própria. Afinal, se não podemos ter os brinquedos do Batman e do Homem de Ferro, nem viver as aventuras de Stallone e Bruce Willis, por que não sonhar com elas na tela de cinema?



Esta pesquisa conta com o apoio da FAPEMIG, CNPq e CAPES.

REFERÊNCIAS:

- COMPARATO, Doc. *Da criação ao roteiro*. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.
- CÔRTE, Beltrina. *Comunicação: instrumento de formação para a longevidade*. IN: Conselho Federal de Psicologia (org.). *Envelhecimento e Subjetividade: desafios para uma cultura de compromisso social*. Brasília, DF, 2009.
- DEBERT, Guita Grin. *A dissolução da vida e a juventude como valor*. Porto Alegre: Horizontes Antropológicos, 2010.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- Em dez anos, mundo terá mais de 1 bilhão de idosos, diz ONU*. IN: http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/10/121001_populacao_idosa_dg.shtml. Consultado em 16/01/2015.
- FUREDI, Frank. *Não quero ser grande*. Folha de São Paulo, São Paulo, 25 jul. 2004. Caderno Mais!, p. 1-6.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- _____; SERROY, Jean. *A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- _____; SERROY, Jean. *A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- MORIN, Edgar. *O cinema ou o homem imaginário*. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX. O espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. v. 1.
- OLIVEIRA, Sidnei. *Geração Y: o nascimento de uma nova versão de líderes*. São Paulo: Integrare, 2011.
- SANTAELLA, Lucia. *Sujeito, subjetividade e identidade no ciberespaço*. São Paulo: Annablume Editora, 2004.