

Super-heróis ou celebridades midiáticas? Crise de identidade e suas representações em filmes do Homem-Aranha e do Super-Homem¹

¿Súper héroes o celebridades mediáticas? Crisis de identidad e sus representaciones en las películas del Hombre-Araña y del Superhombre

Super-heroes or media celebrities? Identity crisis and its representations on Spiderman and Superman movies

Maria Ignês Carlos Magno²

Rogério Ferraraz³

Resumo

Os super-heróis, como parte da cultura midiática, trazem em si as marcas da contemporaneidade. Dessas marcas, discutiremos o apagamento das fronteiras e a crise de identidade, analisando como os super-heróis aparecem no cinema norte-americano atual, observando, nas figuras do Homem-Aranha e do Super-Homem, como eles são retratados, evidenciando a tensão entre os elementos característicos do humano e do sobre-humano, potencializada pela transformação de tais personagens em celebridades.

Palavras-chave: *Cultura midiática contemporânea. Identidade. Homem-Aranha. Super-Homem. Análise de filme.*

1 Este artigo é uma versão ampliada do trabalho "Super-heróis e crise de identidade: aspectos da cultura midiática contemporânea nas aventuras do Homem-Aranha e do Super-Homem", apresentado no GT "Cultura das mídias", do XVII Encontro da Compós, realizado na UNIP, São Paulo, em junho de 2008.

2 Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e professora do Mestrado em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi (São Paulo, SP). E-mail: unsigster@gmail.com.

3 Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e professor do Mestrado em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi (São Paulo, SP). E-mail: rogerioferraraz@uol.com.br.

Resumen

Los súper héroes, como parte de la cultura mediática, llevan en sí mismos las marcas de la contemporaneidad. De estas marcas, discutiremos el apagamiento de las fronteras y la crisis de identidad. Analizaremos cómo los súper héroes aparecen en el cine norteamericano actual y observaremos, en las figuras del Hombre Araña y del Superhombre, cómo ellos son retratados, evidenciando la tensión entre los elementos característicos de lo humano y de lo sobrehumano, potencializada por la transformación de tales personajes en celebridades.

Palabras-clave: *Cultura mediática contemporánea. Identidad. Hombre Araña. Superhombre. Análisis de películas.*

Abstract

As part of contemporary media culture, super-heroes bear the marks of our times. This article discusses some of those marks, namely the deletion of borders and the crisis of identity, by analyzing how super-heroes appear in current North American cinema. We study how the roles of Spiderman and Superman are portrayed, by highlighting the tension between the characteristic elements of human beings and those of these ultra-human beings. We argue that such tension is amplified by the transformation of those characters into media celebrities.

Keywords: *Contemporary media culture. Identity crisis. Spiderman. Superman. Film analysis.*

“Heróis na grande tela”,⁴ “Os heróis que vão salvar o seu ano”,⁵ “Garoto vestido de Homem-Aranha salva bebê em SC”.⁶ Notícias recentes veiculadas em jornais diários e manchetes nas capas de revistas de entretenimento chamam a atenção: os heróis e os super-heróis estão de volta, seja em forma de filmes, livros, seriados de TV seja em seu formato tradicional, os gibis. Atentando um pouco mais para esses textos e imagens, certas questões vêm à mente: será que em algum momento, desde que surgiram em formato de histórias em quadrinhos, os super-heróis deixaram de existir e de transitar entre nós? Ou será que sempre apareceram da mesma maneira e com o mesmo significado? Apesar de a resposta parecer óbvia, vale uma reflexão mais apurada já que o óbvio não é tão óbvio, e os retornos e modificações dos super-heróis nos permitem pensá-los na contemporaneidade, mais propriamente como aparecem, representam e são representados na cultura atual. Cultura que tem como uma de suas principais características o fato de ser midiática e midiaticizada pelas tecnologias da comunicação e da informação. Os super-heróis, como parte constituída dessa cultura e por estarem ligados às mudanças estruturais que se processam desde o final do século XX, trazem em si as marcas da contemporaneidade.

Sem perder de vista a complexidade histórica e os mais diversos vieses pelos quais os produtos culturais podem ser abordados, pensamos em percebê-los como presença e representação na mídia, porque podem oferecer dois movimentos de análises: uma teórica, no sentido de entendê-los no processo de mudanças que vem ocorrendo na história e na cultura desde meados dos anos de 1960, e outra estética, à medida que as transformações dos super-heróis também passam pelas mudanças técnicas e tecnológicas.

A ideia não é traçar suas histórias e trajetórias, o que vem sendo feito desde suas origens, mas apreendê-los nas mutações que foram se dando no contexto de uma cultura midiática que tem na mistura, nos

4 Manchete da revista *Crash* (São Paulo: Escala, jan. 2008.).

5 Uma das manchetes da revista *Cinema Preview* (Bauru: Alto Astral, jan. 2008.).

6 Reportagem de Pablo Gomes para o jornal *O Estado de S. Paulo* (São Paulo, 10 nov. 2007.).

empréstimos, nos intercâmbios uma de suas marcas. Dessas marcas, elegemos como objeto de estudo o apagamento das fronteiras e a crise de identidade.

O Super-Homem e o Homem-Aranha foram pensados para esse exercício por razões bastante específicas. Uma delas se encontra em suas origens: enquanto o Super-Homem pertence aos chamados heróis com superpoderes naturais, o Homem-Aranha pertence à galeria daqueles que adquiriram seus poderes em laboratório. Esses dados são interessantes porque nos revelam alguns pontos comuns, apesar das diferenças: o Super-Homem tem poderes naturais, mas veio de outro planeta, Krypto, portanto seus poderes são estranhos ao homem da Terra, daí a necessidade de criar uma identidade humana e viver como Clark Kent. O Homem-Aranha é Peter Parker, um estudante, uma pessoa comum que adquire seus poderes após ter sido picado por uma aranha radioativa. Seus poderes passam a ser aracnídeos e não de seu próprio corpo, de seu ser humano. Vivem o duplo e a mesma necessidade de se esconderem entre os comuns. No entanto, os dois trabalham em um jornal, entendido como local por excelência da informação. O Super-Homem adota a profissão de repórter porque precisa estar perto dos fatos, e o jornal é sua fonte de informação. Peter Parker trabalha como fotógrafo para um jornal. Além do fato, a imagem aparece como registro visual que atribui credibilidade à informação.

Vale lembrar que na década de 1970, mais especificamente em meados dos anos 1970, verificamos uma crescente importância dos meios de comunicação de massa e uma também crescente preocupação dos estudos desses meios não somente como parte do entretenimento, mas como meios massivos com funções ideológicas definidas. Mudam os espaços e as fontes da informação e do entretenimento. Ou melhor, ampliam-se: jornal, cinema, rádio, televisão. Nessa época, como os estudos sobre os meios massivos recaíam mais sobre seus conteúdos, consequentemente os focos das análises dos super-heróis e suas aventuras seguiam a mesma linha. Embora os problemas referentes às identidades já estivessem na pauta dos estudos culturais, a preocupação maior se concentrava nas questões políticas.

Somente nos anos 1980, o foco recairia sobre a desestabilização das identidades sociais ocasionadas pelo processo acelerado de globalização (HOHLFELDT, 2003). Aprofundada durante os anos 1990, a questão da identidade, como propõe Stuart Hall vinha sendo extensamente discutida na teoria social desde que as chamadas “velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado” (HALL, 1999, p. 7). Hoje, segundo Zygmunt Baumann (2005), tornou-se um conceito-chave para o entendimento da natureza em transformação da vida social na era da “modernidade líquida”.

Outro dado repousa no fato de que ambos representam períodos marcantes tanto na história cultural como nas histórias em quadrinhos: o Super-Homem nasceu na década de 1930, e o Homem-Aranha teve sua criação na década de 1960. Esse dado também nos interessa pelas aproximações nas diferenças. Tanto o Super-Homem como o Homem-Aranha nasceram em momentos históricos de crise e reflexões, momentos que os historiadores chamam de salto qualitativo no movimento da história e da cultura, não necessariamente melhores, mas qualitativamente diferentes. Apesar de seu lançamento ter sido no ano de 1938, a primeira história do Super-Homem data de 1933. Para o crítico de cinema e de quadrinhos Sérgio Augusto, antes mesmo de existir como objeto de consumo, o Super-Homem cumpria uma de suas missões, que era a de:

saciar as carências mitopoéticas de uma sociedade dinâmica, em desenvolvimento, às voltas com problemas de sobrevivência e autoafirmação deixados pela Grande Depressão de 1929. Resumindo: o maior personagem do *New Deal* depois de Roosevelt (AUGUSTO, 1971, p. 28).

Se em 1938 já estava evidenciado que a cidade era o novo espaço social, e o conceito de massa e massificação teve suas origens naquela época, as décadas seguintes, além das guerras e das mudanças políticas e sociais, veriam emergir um novo tipo de cultura urbana e de massa, com o advento de um tipo de cultura pautado pelas constantes revoluções tecnológicas e pela introdução de novos meios de comunicação.

O Homem-Aranha apareceu pela primeira vez em 1963. Uma época em que já se percebia que o eixo da história se deslocava, embora não se soubesse ainda para onde iria. Percebia-se que a história não se resumia no fluxo das continuidades e das sequências narrativas. Como nos explica Ianni (2003), tudo se movia e, de forma lenta, quase imperceptível, as estruturas que até aquele momento eram consideradas sólidas começavam a desaparecer. Não era só um movimento, mas um embaralhamento de todas as fronteiras que iam desde as cartografias geopolíticas às interpretações científicas, às alianças políticas, aos meios de comunicação. Época que apontava para um novo processo civilizatório que teria suas bases de produção alicerçadas nas então chamadas novas tecnologias de comunicação e de informação. Período que, além das experiências revolucionárias ocorridas em todos os campos do conhecimento, iniciava acirrados debates sobre a natureza do conhecimento e do homem nesse novo processo. Peter Parker é, ao mesmo tempo, filho de um período revolucionário, de uma era da imaginação, de fortes pesquisas científicas e tecnológicas, de um dos períodos mais violentos da Guerra Fria e da ameaça de um conflito atômico. Personagem atormentado desde o início, de acordo com Cirne (1971, p. 11), ele foi, na época:

considerado o Raskolnikov dos quadrinhos – psicologicamente possui os mesmos problemas de seus leitores. [...]. Por outro lado, poder-se-ia também lembrar o Kafka de *A metamorfose* se não estivéssemos diante de uma realidade menos complexa e existencialmente menos dramática.

Em relação às personagens das histórias em quadrinhos, o Homem-Aranha representa outra fase, como escreve Fernando Albagli (1971, p. 39): “Vários super-heróis foram revividos, após algum tempo de inatividade; outros modificados (aos poucos ou bruscamente); finalmente, há os que surgiram já sob a égide da era supertecnológica”. Sob essa égide, o Homem-Aranha viveria as rupturas, as mutilações, os desafios que as mudanças principiadas em meados dos anos 1960 provocavam, bem como a crescente importância da mídia no cotidiano dos povos e a presença dele, Homem-Aranha, nessa mídia e cotidiano.

Outra razão é um dos focos principais de nosso exercício é o fato de os super-heróis terem nascidos de máquinas preparadas para produzir e reproduzir bens de consumo, portanto, produtos criados para serem consumidos por uma grande massa. Apesar de todo contexto histórico que favoreceu e até exigiu suas origens, os super-heróis são produtos culturais próprios da sociedade da era industrial. Sérgio Augusto (1971, p. 28) afirma que:

não existe em toda história dos quadrinhos um super-herói tão forjado quanto o Super-Homem. Além de ter sido o protótipo de uma linhagem de superseres, ele possui, como nenhum outro herói da cultura de massa, os predicados básicos de um mito de ontogênese clássica. [...] soma de elementos antigos (mitologemas) ligados aos feitos dos deuses e seres divinos, transmitidos através dos tempos pela tradição mas sujeitos a transformações de acordo com as necessidades.

Super-heróis sujeitos a transformações de acordo com as necessidades tanto da história como da indústria do consumo. Aspecto que merece uma retomada das origens dos super-heróis nos meios de comunicação de massa, para entendermos os mecanismos utilizados, de forma a estarem sempre presentes. Na breve retomada, interessa acompanhar as mutações que se processaram no interior dos próprios meios. É uma vez mais o Super-Homem é a referência. Isso porque é historicamente considerado o primeiro da linhagem dos super-heróis que nunca saiu da mídia.

Os super-heróis como entidades mitológicas têm missões a serem cumpridas, estejam elas ligadas aos grandes feitos próprios dos super-heróis ou a interesses políticos. Nascidos para serem consumidos, primeiro em forma de tiras nos jornais diários, e depois em forma de revistas, ao mesmo tempo que estavam ligados às necessidades do mercado, foram desenhados dentro de uma estética própria da época. A cada nova transformação no contexto social ou inovação tecnológica, os super-heróis também se modificaram.

Sem entrar na discussão específica sobre a estética e a gramática própria dos quadrinhos, em detrimento de seus conteúdos, tendo em vista que nosso objeto são os super-heróis no contexto da cultura contempo-

rânea e sua representação através dos filmes de Hollywood, acreditamos que forma e conteúdo possam ser apreendidos simultaneamente nos meios escolhidos. Forma e conteúdo estabelecem desde suas origens relações inseparáveis. No caso das tiras de HQs, elas foram para os jornais com o claro objetivo de atrair mais consumidores. O objetivo era vender, criar um público leitor e consumidor. Mas o contar histórias em quadrinhos em um determinado espaço trouxe o aperfeiçoamento de uma técnica própria da linguagem e exigiu uma capacidade de síntese tanto visual como textual. A onipresença social do Super-Homem em todos os lugares do mundo, inclusive na Rocinha em uma noite de Natal, levou a mudanças estéticas do personagem. No entanto, a onipresença nem sempre fez parte de sua característica. Desde seu nascimento, suas aventuras eram locais. Criado no meio-oeste dos EUA, vai para a metrópole, local de grande concentração humana e, conseqüentemente, de grandes perigos. Os limites de sua presença e atuação só extrapolam as cidades locais a partir de 1940, quando o personagem escapa de seus criadores e se torna arma ideológica por excelência, ora atuando contra os nazistas, ora contra os comunistas. Período em que deixa de ser apenas parte do entretenimento diário para atingir, conforme Augusto (1971, p. 31),

status de guardião supremo dos valores de uma civilização megalômana e intervencionista. A evolução do mundo ficou sob a vigilância e a dependência de um protetor fanático da imutabilidade das estruturas políticas, sociais e ideológicas.

Sua missão social é modificada, assim como suas características estéticas vão se alternando, sendo desenhadas e redesenhadas de acordo com as necessidades. Nesse conjunto de transformações os meios de comunicação também são acionados para que a massa continue acompanhando as aventuras do Super-Homem. Das tiras dos jornais para as revistas, em seguida o rádio, a televisão e finalmente o cinema. O alcance de suas aventuras passou a ser infinitamente maior.

Outro exemplo interessante da dialética e conseqüente mutação ocorreu no ano de 1986, quando John Byrne se aproveitou das reformulações

impostas ao universo DC,⁷ a partir da história “Crise nas Infinitas Terras”, para remodelar o Super-Homem, recontar suas origens, sua chegada à Terra e os superpoderes que adquiriu (LUCHETTI, 1991, p. 56). Se as transformações estéticas do Super-Homem eram compreensíveis diante das mudanças visuais próprias dos anos 1980, o ano de 1985 nos Estados Unidos marcava o início da chamada era Reagan, da realização da política neoliberal, da Política de Intimidação, do projeto Guerra nas Estrelas e do ator que, ao assumir a presidência da maior potência capitalista do planeta, protagonizou a diluição total entre política e entretenimento. Foi o momento em que cinema e poder político foram, a um só tempo, ficção e realidade, já que seu presidente, conforme lembra Gabler (1999, p. 109), era um “político-ator que via sua presidência como o filme que estrelava”. Ainda segundo Gabler, a diluição total entre as duas funções foi tão grande que Nancy Reagan disse certa vez: “Não existem dois Ronald Reagan’, querendo dizer, aparentemente, que Reagan acreditava em tudo que dizia, mas talvez querendo dizer, sem o saber, que o ator tinha incluído o homem” (idem, 110).

No entanto, Ronald Reagan ao se diluir na personagem, transformando o público e privado em entretenimento, revelava quanto uma das questões básicas das discussões que pautaram as análises do projeto da modernidade, a identidade, continuava em aberto, complexa e pouco aprofundada em seu conceito. Embora já seja mais fácil compreender e aceitar, como nos explica Douglas Kellner (2001, p. 298), que:

na cultura pós-moderna o sujeito se desintegrou num fluxo de euforia intensa, fragmentada e desconexa, e que o eu pós-moderno descentrado já não sente ansiedade [...] e já não possui a profundidade, a substancialidade e a coerência que eram os ideais e às vezes a realização do eu moderno.

Ou entender que a identidade plenamente unificada e completa é fantasia, porque ela é historicamente construída e torna-se, segundo

7 Universo DC refere-se ao universo das histórias em quadrinhos publicadas pela editora norte-americana DC Comics.

Stuart Hall (1999, p. 13), “uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”. É importante entendermos, ainda segundo Hall (idem, p. 9):

que as mudanças que vêm transformando as sociedades modernas desde o final do século XX estão mudando também nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma “crise de identidade” para o indivíduo.

Retomando a proposta inicial de nosso texto, cujo propósito é o de analisar, nas aventuras dos super-heróis, os apagamentos entre fronteiras e a crise de identidade característicos da cultura contemporânea e como são retratados pelo cinema norte-americano atual, elegemos dois filmes: *Homem-Aranha 3* (*Spiderman 3*, 2007), adaptação do super-herói da Marvel pelo estúdio Columbia, com direção de Sam Raimi, e *Superman – o retorno* (*Superman Returns*, 2006), adaptação da Warner para o super-herói da DC Comics, dirigida por Bryan Singer.

Outras obras com tais personagens também serão comentadas, principalmente as duas primeiras aventuras do Homem-Aranha, também dirigidas por Raimi, *Homem-Aranha* (*Spiderman*, 2002) e *Homem-Aranha 2* (*Spiderman 2*, 2004), e o hoje clássico *Superman – o filme* (*Superman*, 1978), no qual o diretor Richard Donner apresentou sua versão do Super-Homem. Porém, iremos nos concentrar nos exemplares mais recentes desses super-heróis no cinema, pois tais filmes trazem de forma exemplar as características e os elementos apontados como fundamentais para se compreender as fraturas de identidade potencializadas na e pela cultura midiática contemporânea.

Tanto *Homem-Aranha 3* quanto *Superman – o retorno*, assim como seus antecessores, desde o *Superman* de 1978, enquadram-se no que diversos autores (BORDWELL, 2006; NEALE, 2006) chamam de *blockbuster*: filme “arrasa-quarteirão”, de orçamento estratosférico, lançado

por grande estúdio de Hollywood, com agressiva campanha de marketing para atrair a massa e acompanhado por uma grande variedade de produtos a ele associados.

A tendência de Hollywood em adaptar histórias em quadrinhos no formato de *blockbusters*, o que já se tornou quase um gênero específico do cinema norte-americano, não é de hoje (basta lembrar que o sucesso do primeiro *Superman* desencadeou uma série de adaptações dos mais variados personagens durante os anos 1980), mas intensificou-se a partir do ano 2000, com *X-Men – o filme (X-Men)*, dirigido por Bryan Singer, o mesmo responsável pela volta do Super-Homem em 2006, e principalmente com o enorme sucesso do *Homem-Aranha*, de Raimi, em 2002.⁸ Tal estratégia, já observada por alguns autores (BORDWELL, 2006; FERRARAZ, 2006; CALIL, 2007), demonstrou ser extremamente eficaz, tanto do ponto de vista financeiro quanto do criativo e estético. Em reportagem para a revista *Bravo*, o crítico Ricardo Calil (2007) observa que:

Ao longo de sua fantástica trajetória ficcional, os super-heróis das histórias em quadrinhos salvaram a mocinha, a América e a humanidade inúmeras vezes. Na vida real, eles têm agora uma missão mais prosaica, mas nem por isso menos exigente: tirar a indústria cinematográfica americana de uma das maiores crises de sua história e acalmar os inseguros executivos de Hollywood, amedrontados pelo avanço das novas tecnologias e da pirataria.

Nos últimos anos, os personagens das mais tradicionais editoras de quadrinhos garantiram que a queda nas bilheterias não fosse drástica nos Estados Unidos. Da lendária Marvel Comics, que passou de empresa à beira da falência a império cinematográfico em questão de uma década, vieram os dois primeiros filmes do Homem-Aranha e a trilogia *X-Men*, além dos menos badalados *Hulk* (2003), *Quarteto Fantástico* (2005) e *Motoqueiro Fantasma* (2007), entre outros. Da DC Comics, rival histórica da Marvel, ligada ao grupo Time Warner, chegaram aos cinemas *Batman Begins* (2005) e *Superman – o retorno* (2006).

⁸ Segundo dados do site <http://www.boxofficemojo.com>, a bilheteria norte-americana do *Homem-Aranha* foi de US\$ 403 milhões, e nos outros países de US\$ 418 milhões, totalizando US\$ 821 milhões. Somando os três filmes da série, o valor acumulado em todo o mundo atingiu mais de US\$ 2,4 bilhões.

É interessante notar que, apesar de alguns autores, como Sarah Projansky (2004), por exemplo, desenvolverem reflexões sobre as atuais tendências cinematográficas norte-americanas, principalmente após os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos – que desenharam (ou apontaram para o desenho de) uma nova configuração mundial e a necessidade daquele país repensar seu papel e sua posição política e histórica diante dessa nova conjuntura –, nenhum teórico tenha estudado a volta dos super-heróis entre as adaptações recentes de histórias em quadrinhos.

Mesmo que Projansky (2004) comece suas observações afirmando que passou a pensar sobre o tema no cinema pós-11 de setembro a partir do momento que assistiu, no filme *Homem-Aranha*, às cenas de destruição do bondinho de Nova York que liga Manhattan à Ilha Roosevelt, a autora não se debruça, em nenhum momento, a analisar o fenômeno recente do retorno dos super-heróis às grandes telas.

Ao que nos parece, essa relação, aparentemente óbvia e fundamental para se compreender uma das marcas da cultura midiática contemporânea, tem sido relegada ao ostracismo pelos teóricos e críticos do cinema e da cultura em geral. Compreender por que e como esses super-heróis voltaram aos holofotes nos últimos anos, principalmente analisando a releitura e a nova representação que Hollywood tem feito deles, jogará luzes sobre alguns dos traços fundamentais que estruturam o homem e a cultura na sociedade midiaticizada e globalizada da qual fazemos parte.

O início de *Homem-Aranha 3* é emblemático. Após a abertura do filme, que mostra cenas editadas dos dois primeiros episódios, centrando em situações que retratavam o desenvolvimento do protagonista naquelas jornadas, vemos o Homem-Aranha saltando e “voando” entre os arranha-céus de Manhattan, Nova York. Sobre tais imagens, ouvimos a voz *over* (quem viu os outros filmes da série reconhece de imediato a voz do ator Tobey Maguire): “Sou eu, Peter Parker, o amigo da vizinhança... vocês sabem. Mudei muito desde que uma aranha me mordeu”. Nesse momento, a câmera se distancia, abrindo o enquadramento e mostrando, então, que aquelas cenas do Homem-Aranha estavam sendo exibidas num enorme telão em plena Times Square. Quem olha para tal

telão é justamente Peter Parker, que se encontra parado ao lado de algumas crianças. A voz *over* dele continua: “Na época, nada dava certo para mim. Agora...”. Nisso, as crianças exclamam: “Legal! Olha, o Aranha! Superlegal! Uau!”; ao que a voz *over* de Parker conclui: “... as pessoas gostam mesmo de mim”.

Apenas por esse começo, percebemos que a tônica será no conflito interno do protagonista, na tensão entre seus feitos heroicos e suas ações humanas, entre sua imagem pública e sua vida privada. Nesse terceiro filme, Peter Parker/Homem-Aranha (Tobey Maguire) está prestes a pedir Mary Jane Watson (Kirsten Dunst) em casamento e parece ter encontrado o equilíbrio para sua vida dupla de homem comum e de herói. Com o aparecimento de três potenciais inimigos – Harry Osborne (James Franco), como o novo Duende Verde, Flint Marko (Thomas Haden Church), que se transforma no Homem-Areia, e Eddie Brock (Topher Grace), o fotógrafo concorrente que vira Venon – e a crescente exposição pela mídia do Homem-Aranha, o que torna Peter cada vez mais vaidoso e egocêntrico, as coisas se complicam e ele terá seu maior desafio: travar uma decisiva luta contra seus conflitos internos.

Essa tensão interna, que vem sendo desenvolvida como linha dramática desde o primeiro filme, é de fato explorada e potencializada nessa terceira parte, agora pelo fato de o Homem-Aranha ter se tornado uma celebridade, obtendo o reconhecimento através da mídia que o homem Peter sempre desejou e nunca alcançou. O embaralhamento entre a figura humana e a do super-herói é cada vez mais complexo quando Peter descreve a si mesmo sobre as imagens do Homem-Aranha, observando que todos agora gostam dele. Mas quem é ele nesse caso? O jovem estudante *nerd*, romântico apaixonado por Mary Jane, ou o super-herói que protege toda a cidade? As fraturas da identidade vão se intensificando.

A continuação daquela cena inicial de *Homem-Aranha 3* alimenta ainda mais essa proposição. Quando percebe que as crianças deixavam o local, Peter Parker as adverte: “Esperem. Vai começar em poucos minutos”. Elas apenas respondem “esquece” e vão embora. Após um corte, a câmera em movimento mostra a vitrine de uma livraria ou revistaria, focalizando capas de jornais e revistas que exaltam o super-herói. No-

vamente a voz *over* de Peter comenta: “A cidade está segura e a salvo. E eu contribuí para isso. Meu tio Ben ficaria orgulhoso”. Entre as revistas, destaca-se uma que traz uma foto do Homem-Aranha com a manchete “Que homem!” e outra, *New York*, numa brincadeira com a tradicional *New Yorker*, com a matéria de capa: “Por que NY ama o Aranha”.

A vaidade extrema a que chega Peter Parker/Homem-Aranha é inversamente proporcional e oposta à efemeridade a que as celebridades estão condenadas, evidenciada pela ação e reação das crianças às imagens exibidas no telão e ao chamado do próprio Peter. E esse traço de vaidade, decorrente da superexposição na mídia, vai colaborar para potencializar a crise de identidade na qual o personagem se encontra mergulhado. Esse é um dos pontos em que nossos super-heróis se aproximam.

O traço da vaidade é intrínseco ao posto de celebridade que tais super-heróis assumem, principalmente como visto nesses dois filmes. Assim como acontece com o Homem-Aranha no filme de Raimi, a representação do Super-Homem no filme de Bryan Singer também é marcada pela vaidade exacerbada que acomete o personagem após o seu retorno à Terra – e à mídia – e que acentua a crise de identidade constante com a qual ele convive.

A sinopse desse filme pode ser resumida da seguinte forma: após cinco anos desaparecido, Clark Kent/Super-Homem (Brandon Routh) retorna à Terra, mais precisamente a Metrópolis, e encontra um cenário mudado. Seu antigo interesse romântico, a repórter Lois Lane (Kate Bosworth), tem um filho (também de cinco anos) e está noiva de Richard White (James Marsden), sobrinho do editor do jornal *Planeta Diário*, Perry White (Frank Langella). O mundo está mais violento, com constantes conflitos e ameaças. E Lex Luthor (Kevin Spacey), seu arqui-inimigo, saiu da prisão e prepara a cilada que poderá significar a morte definitiva do homem-de-aço.

Algumas passagens da obra explicitam a crise de identidade vivida pelo protagonista, desde os letreiros que abrem o filme e servem como apresentação e explicação para as novas gerações que não acompanharam as outras aventuras do homem-de-aço: “No condenado planeta Krypton, um grande cientista pôs o filho ainda bebê em uma espaçonave e o en-

viou à Terra. Criado por um gentil fazendeiro e sua esposa, o menino se tornou nosso maior protetor... Superman. Mas quando astrônomos descobriram resíduos de seu planeta natal, Superman desapareceu”. Um alienígena criado como humano. O filho de um grande cientista criado por um gentil fazendeiro. Um menino que se tornou um deus.

A conotação religiosa e mítica, aliás, aparece inclusive na voz em *off* de Jor-El, o pai verdadeiro do Super-Homem (na verdade, Kal-El), quando envia o bebê à Terra: “O filho transforma-se no pai e o pai transforma-se no filho”. Lembra, assim, vários trechos da Bíblia, principalmente do Evangelho de João, quando, na seguinte passagem, Jesus diz a Felipe: “Aquele que me viu, viu o Pai. Por que dizes: ‘Mostra-nos o Pai’? Não crês que eu estou no Pai e o Pai está em mim?” (Jo 14: 9-10). Não cabe, aqui, uma discussão sobre o caráter religioso da figura do Super-Homem (o que já foi feito em diversas ocasiões), mas vale por notar como todos esses elementos colaboram para tornar ainda mais complexa a sua crise de identidade, muito bem explorada no filme de Singer.

O que acontece em seu retorno também é exemplar. Após cinco anos desaparecido, o Super-Homem volta à Terra e cai, como um meteorito, novamente próximo à fazenda de seus pais adotivos. Mais uma vez, é sua mãe adotiva que o resgata. Ao abrir os olhos (há um corte para uma câmera subjetiva), ele vê um céu totalmente estrelado, planetas, constelações. Porém, tudo parece irreal, pintado, desenhado. Quando o plano é aberto, ele (e nós) percebe (percebemos) que se encontra em seu quarto na fazenda, que mantém intacta a decoração infantil. Após ter contato com os atuais acontecimentos do mundo através de telejornais, o agora caracterizado Clark Kent conversa com sua mãe adotiva:

Mãe: “Encontrou o que você estava procurando?”

Clark Kent: “Eu... pensei, esperava... que pudesse ainda existir.”

Mãe: “Sua terra natal?”

Clark Kent: “Aquele lugar era um cemitério. Sou tudo o que restou.”

Mãe: “Clark, o universo é um lugar enorme. Você não sabe quem está lá. E mesmo que você seja o último... você não está só.”

Afinal, qual foi seu verdadeiro retorno, a busca por Krypton ou a volta à Terra? Afinal, qual sua terra natal, a do nascimento do ser ou

do surgimento do herói? O fato de ele ser resgatado novamente por sua mãe adotiva não é aleatório. Mas, afinal, quem ela afaga e protege: Clark ou Kal-El?

Nesse ponto, apesar das diferenças existentes entre os dois super-heróis (o Homem-Aranha é, na verdade, Peter Parker, um humano que adquire, por mutação genética, superpoderes, mas que luta para não perder sua humanidade: o seu disfarce é o do super-herói; já o Super-Homem é, na verdade, um alienígena que, na atmosfera terrestre, adquire superpoderes, mas que luta para ganhar a dimensão humana: o seu disfarce é o de Clark Kent, o humano), eles se assemelham: as suas representações são de personagens angustiados e atormentados, principalmente na crescente tensão entre aquilo que lhes é característico do humano e o que é do sobre-humano, entre suas imagens públicas e suas vidas privadas, tensão levada ao limite pela transformação de tais personagens em celebridades.

Isso fica nítido na primeira reaparição pública do Super-Homem no filme de Singer. Após salvar da queda um avião repleto de jornalistas,⁹ entre eles Lois Lane, seu antigo amor, Super-Homem o “aterriça” no meio de um campo de beisebol, com o estádio lotado de torcedores. O salvamento e, especialmente, o ressurgimento do Super-Homem são comemorados pela multidão, que ovaciona o super-herói. A imagem do filme, então, se transforma em transmissão ao vivo pela televisão, vista em todos os Estados Unidos, levando a massa ao delírio total. Aqui, assim como em *Homem-Aranha 3*, temos uma construção típica de “filme dentro do filme”, no caso através de transmissões de noticiários e documentários, por aparelhos de televisão, telões e afins.

Quando a cena volta para a ação que está ocorrendo no estádio (saindo, portanto, do “filme dentro do filme”, ou, pelo menos, da “transmissão dentro do filme”), o homem-de-aço arranca a porta da aeronave e entra para ver se está tudo bem com os passageiros. A troca de olhares com Lois denota sentimentos ambíguos que ainda os unem. Após o

⁹ Tratava-se do lançamento de um voo experimental, que simularia uma viagem ao espaço e estava sendo transmitido ao vivo pela televisão para todo o país. Vale ressaltar que é justamente nesse momento, através da televisão, ou seja, da mídia, que Clark Kent revê, pela primeira vez, Lois Lane.

Super-Homem lembrar a todos que voar ainda é o meio mais seguro de viajar, ele se vira para sair do avião. Há um corte e o vemos agora, pelo lado de fora, parado no lugar onde estaria a porta arrancada. A multidão vai ao delírio, para o prazer e a satisfação exibicionistas do super-herói. Quando a câmera se distancia um pouco, alargando o plano de visão, aparecem então as inscrições no avião: “U. S. Force”; e o Super-Homem encontra-se posicionado no lugar da palavra “One”. Como se sabe, o *Força Aérea Um* é o avião presidencial norte-americano, que já ganhou até um filme cujo nome empresta ao título.¹⁰

A transformação da imagem dos super-heróis em representação deles mesmos em ambos os filmes retoma a ideia da sociedade do espetáculo, termo consagrado desde os anos 1960 por Guy Débord (1997) em seu livro homônimo. Segundo Robert Stam (2003, p. 328), Débord “sustentava que tudo que uma vez já havia sido diretamente vivido se transmutava, no mundo contemporâneo, em mera representação”. Stam, aliás, observa de modo pertinente que: “De modo geral, o pós-modernismo traz a primeiro plano a natureza fragmentada e heterogênea da identidade socialmente constituída no mundo contemporâneo [...]” (idem, 329). Ainda segundo Stam, outra característica que aparece com frequência nas teorias sobre o pós-modernismo é a “dessubstancialização do sujeito: a transmutação do antigo ego estável em um construto discursivo fragmentado formatado pela mídia e pelos discursos sociais” (idem, *ibidem*). Independentemente do termo que possa ser utilizado (sociedade do espetáculo, pós-modernismo e outros), o importante é perceber como, nas palavras de Stam, encontramos o substrato que está na base da cultura midiática contemporânea e que nos ajuda a entender e explicar por que e como o retorno desses super-heróis com força total, especialmente no cinema, pode ser sintomático do apagamento das fronteiras e da crise de identidade característicos de nosso tempo.

O movimento da história não é como uma rua de mão única. É labiríntico. E se hoje compreendemos que o contínuo e o linear desse

10 *Força Aérea Um* (*Air Force One*, 1998), de Wolfgang Petersen, com Harrison Ford no papel de presidente dos Estados Unidos.

movimento são apreensões aparentes ou convenções didáticas para enxergarmos as interferências humanas e as construções econômicas, sociais e culturais que acabam se constituindo em estruturas, que se não podem ser tomadas como homogêneas e rígidas, delineiam aspectos comuns que nos situam em um determinado momento histórico; se entendemos que o momento atual é fruto de rupturas e desdobramentos que, desde a Revolução Industrial, a consolidação do sistema capitalista de produção e a emergência de uma cultura tipicamente urbana vêm alterando nossa percepção e sensibilidade; e se percebemos que as alterações perceptivas se intensificam desde o surgimento das máquinas criadoras de bens materiais, de bens de consumo e de bens simbólicos, vale buscar em um de seus produtos mais descartáveis – os super-heróis – a compreensão dessas mutações e, também, o que possa ter permanecido como interrogação.

Nessa perspectiva, por que não apreender as transformações da história e da cultura na capa do Super-Homem, já que ele é o *guardião do universo*? E entrar pelas teias do Homem-Aranha no labirinto de uma cultura que não se assusta mais com as denominações de massa ou midiática nem com as mutações tecnológicas? Afinal, ambos são seus filhos.

Referências

- ALBAGLI, F. Os heróis estão na fossa. In: *Revista de Cultura Vozes*, ano 65, v. LXV, n. 4, maio 1971.
- AUGUSTO, S. É um pássaro? É um avião? É Super-Homem? Não, é Deus. In: *Revista de Cultura Vozes*, ano 65, v. LXV, n. 4, maio 1971.
- BAUMANN, Z. *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BÍBLIA Tradução Ecumênica – TEB. 5. ed. São Paulo: Loyola, 1997.
- BORDWELL, D. *The way Hollywood tells it: story and style in modern movies*. Los Angeles: University of California Press, 2006.
- CALIL, R. A missão do Homem-Aranha. In: *Bravo*, 2007. Disponível em: <<http://bravoonline.abril.com.br>>. Acesso em: 26 jan. 2008.

- CIRNE, M. Ideologia e desmistificação dos super-heróis. In: *Revista de Cultura Vozes*, ano 65, v. LXV, n. 4, maio 1971.
- . Pequeno dicionário dos super-heróis. In: *Revista de Cultura Vozes*, ano 65, v. LXV, n. 4, maio 1971.
- DÉBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FERRARAZ, R. A força criativa que vem dos quadrinhos. In: *Lounge*, ano 4, n. 20. São Paulo, 2006.
- GABLER, N. *Vida, o filme*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Orgs.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- LUCHETTI, M. A. *A ficção científica nos quadrinhos*. São Paulo: GRD, 1991.
- IANNI, O. *Teorias da globalização*. São Paulo: Civilização Brasileira, 2003.
- KELLNER, D. *A cultura das mídias: estudos culturais, identidades e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: Edusc, 2001.
- NEALE, S. (Ed.) *Genre and contemporary Hollywood*. London: BFI, 2006.
- PROJANSKY, S. Teaching through feelings and personal beliefs: 9/11 as case study. In: *Cinema Journal*, v. 43, n. 2, Winter 2004.
- STAM, R. *Introdução à teoria do cinema*. Campinas: Papyrus, 2003.