

THE YELLOW KID:

o garoto da camisola amarela

JOAQUIM DA FONSECA*

RESUMO: a história do personagem **The Yellow Kid**, criado por Richard Felton Outcault, e dos fatos e circunstâncias que deram origem a forma de comunicação gráfico-visual mais tarde denominada de histórias em quadrinhos caracterizada pela narrativa em seqüência de imagens, continuidade dos personagens de uma seqüência para outra e diálogo incluído na imagem.

DESCRITORES: Imprensa : História
Imprensa : História em Quadrinhos
Artes Visuais : História em Quadrinhos
Press : History
Press : Cartoon Story
Visual Art : Cartoon Story

ABSTRACT: the story of the character **The Yellow Kid**,, created by Richard Felton Outcault, gave origin to the graphic-visual communication style, later called cartoon stories characterized by the narrative in sequence of images, a continuity of characters from one sequence to the other and dialogue included in the image.

* Professor Adjunto do Departamento de Comunicação da FABICO/UFRGS. Mestre em Comunicação Visual pela Universidade de Siracuse, EUA.

1 INTRODUÇÃO

A figura irreverente e risonha de um garotinho careca, insolitamente vestido com uma camisola de dormir, começou a aparecer em jornais no final do século passado. Ele chegava para estabelecer as bases de uma nova forma de expressão dentro da comunidade gráfica: a narrativa em seqüência de imagens, a continuidade dos personagens numa seqüência para outra e o diálogo incluso na imagem particularmente na forma de balões ou globos de fala — enfim, os elementos essenciais da história em quadrinhos.

Esta figurinha impressa sintetizava o resultado de uma série de fatos e circunstâncias que convergiram na origem dessa forma de narrativa gráfico-visual. Do ponto de vista tecnológico, havia naquela época o conjunto de invenções que conduziram ao extraordinário desenvolvimento da imprensa. Do ponto de vista sociológico, destaca-se as levas de imigrantes chegados à América do Norte, com escasso domínio da língua inglesa e mais voltados, portanto, para a contemplação de imagens do que à leitura. Do ponto de vista cultural, era marcante o sucesso das publicações humorísticas, que haviam se destacado na Europa e agora eram limitadas no novo continente. Um outro fator importante foi a acirrada competição entre os jornais pela preferência do público, particularmente a histórica disputa entre dois magnatas da indústria jornalística: Pulitzer e Hearst.

Estes fatores, coincidentes num determinado tempo de mudanças tanto sociais, como econômicas, políticas e culturais (para não falar cronológicas: havia a mudança do século, no calendário), somados ao talento e habilidade de artistas de alta qualidade, reuniram os ingredientes para que esta nova forma de expressão se estabelecesse como arte e alcançasse a popularidade como um dos meios mais eficientes da comunicação de massa.

A narração em seqüência de imagens, na forma de cartuns (charges ou caricaturas), já tinha aparecido vez por outra desde o século dezoito. Como descreve BLACKBEARD:

“... as novelas populares começaram a publicar ilustrações por volta de 1800, e seguiram fazendo isto com bastante freqüência até depois de 1850. Naturalmente, não se utilizavam ainda os globos de diálogo. A influência resultante dessa forma de expressão levou desenhistas como o suíço Rudolphe Töpffer (1799-1846), o alemão Wilhelm Busch (1832-1908) e o francês Cristophe (Georges Colomb 1856-1945) até à narrativa pictórica, de modo tal que estes desenhistas produziram invariavelmente suas histórias gráficas em forma de ficção ilustrada, com diminutos blocos de prosa e/ou verso no pé de cada vinheta, porém ainda sem globos de diálogo de qualquer classe.” (1,P.2)

Busch provavelmente foi quem, entre esses, alcançou maior popularidade, com a conhecida história dos dois garotos levados “Max und Moritz”, que foi mais tarde extensivamente imitada. Nós conhecemos esses garotos no Brasil com os nomes de **Juca e Chico**, através das excelentes traduções de poetas famosos como Olavo Bilac e Guilherme de Almeida.

Os balões ou globos de diálogos, é bom lembrar, não eram totalmente desconhecidos. Eles já haviam figurado nos mundos da caricatura, das charges e das publicações a cores, tanto na Europa como na América, desde o século XVIII. Blackbeard aponta que, no entanto:

“... eles eram usados normalmente como subterfúgio para permitir a políticos e cidadãos caricaturados — pois a maior parte deste primeiro material, caricaturas que se vendiam e apregoavam pela rua, era de índole política — fizessem comentários incidentais que divertiam aos compradores que sabiam ler.” (1, p.2)

Os desenhos eram sempre totalmente compreensíveis somente à vista, sem necessidade alguma de recorrer ao escasso diálogo presente.



FIGURA 1 — O “Yellow Kid” de Richard Felton Outcault.

2 A MUDANÇA DO SÉCULO

A passagem do século XIX para o século XX significou muito mais do que uma simples mudança de calendário. O mundo ocidental emergia da Era Vitoriana, nome como ficou conhecido o período de reinado da Rainha Vitória da Inglaterra, que governara durante quase 2/3 do século XIX, época caracterizada pela implantação e consolidação da revolução industrial. Os avanços da tecnologia resultantes dessa era ofereciam novos processos, novas possibilidades e novas formas de pensar para a ciência, as artes, a política, a economia, prenunciando em eufórica parafernália os conflitos dessa mudança. A eletricidade, o motor a combustão, a mecânica e a química emulavam o espírito inventivo e a criatividade, em todos os campos do pensamento e da produção, notavelmente na comunicação. A mudança do século coincidia com o advento da disponibilidade prática de inventos que iriam marcar o nosso mundo moderno: a telegrafia, o automóvel, o cinema, a iluminação elétrica, o fonógrafo, a fotografia, o avião.

O comportamento também refletia essa convulsão, porque o indivíduo e a sua relação social eram afetados. A produção industrial em série tornava possível produtos a preços e quantidades para atender às demandas de um consumo cada vez maior e mais exigente, provocando com isso mudança e questionamento social. Por um lado, uma classe média consumidora crescia, beneficiando-se das vantagens e do conforto que o progresso tecnológico trazia. Por outro lado, uma classe proletária se multiplicava em explosiva progressão, embora ficando à margem dos benefícios advindos do seu próprio esforço produtivo. Para esta classe não havia distinções: todos até mesmo velhos, mulheres e crianças tinham de atender a essa convocação pela produção, invariavelmente mal remunerados, sem conforto, em condições insalubres e sem contemplação quanto aos horários de trabalho. Paralelamente, relações entre capital e trabalho, principalmente no que diz respeito a salários (sempre baixos e sempre insuficientes) e conflitos sobre os direitos de trabalho (que emergiam, ao mesmo tempo que eram rechaçados pelos empregadores) causavam ebulição social.

Todos, naturalmente, queriam participar dos benefícios desse tempo novo e desse mundo novo. Atraídas pelas possibilidades de emprego, conforto e riqueza, as famílias do campo corriam para as cidades, que, em consequência, começaram a crescer em tamanho e em problemas de habitação, saúde, alimentação e educação, comprometendo o equilíbrio social. Levas de correntes migratórias fluíam para onde melhores oportunidades de trabalho fossem renunciadas, com esperança de liberdade e de melhores condições de vida. Como sabemos, nem sempre essas aspirações eram atendidas. Essa migração resultava em núcleos de miséria e pobreza que brotavam e se multiplicavam nas periferias, inchando as grandes cidades com massas de populações semi-analfabetas, sul-alimentadas e que viviam de sub-empregos em sub-habitações.

A comunicação, notadamente a imprensa, acompanhava, como não podia deixar de ser, essa convulsão de acontecimentos. Os jornais passaram a ser a voz social dessas populações (rádio e televisão viriam a se desenvolver somente um pouco mais adiante).

Havendo um público ávido de informação, de plataformas de opinião e até mesmo de entretenimento, os jornais passaram a ter tiragens nunca antes imagi-

nadas. As rotativas, que possibilitavam tiragens enormes, a estereotipia, as máquinas automáticas de compor tipos, como a linotipo, atendiam a essa demanda, com eficiência, rapidez e qualidade. As ilustrações, graças aos processos fotográficos da autotipia, eram agora parte do material informativo impresso. A própria linguagem da comunicação se modificava, acompanhando e atendendo a essas novas necessidades.

Foi nesse roldão de mudanças que, numa grande metrópole, um garoto de bairro, atrevido e contestador, vestido com um camisola de dormir comprida e suja, surgiu para estabelecer uma nova forma de comunicação.

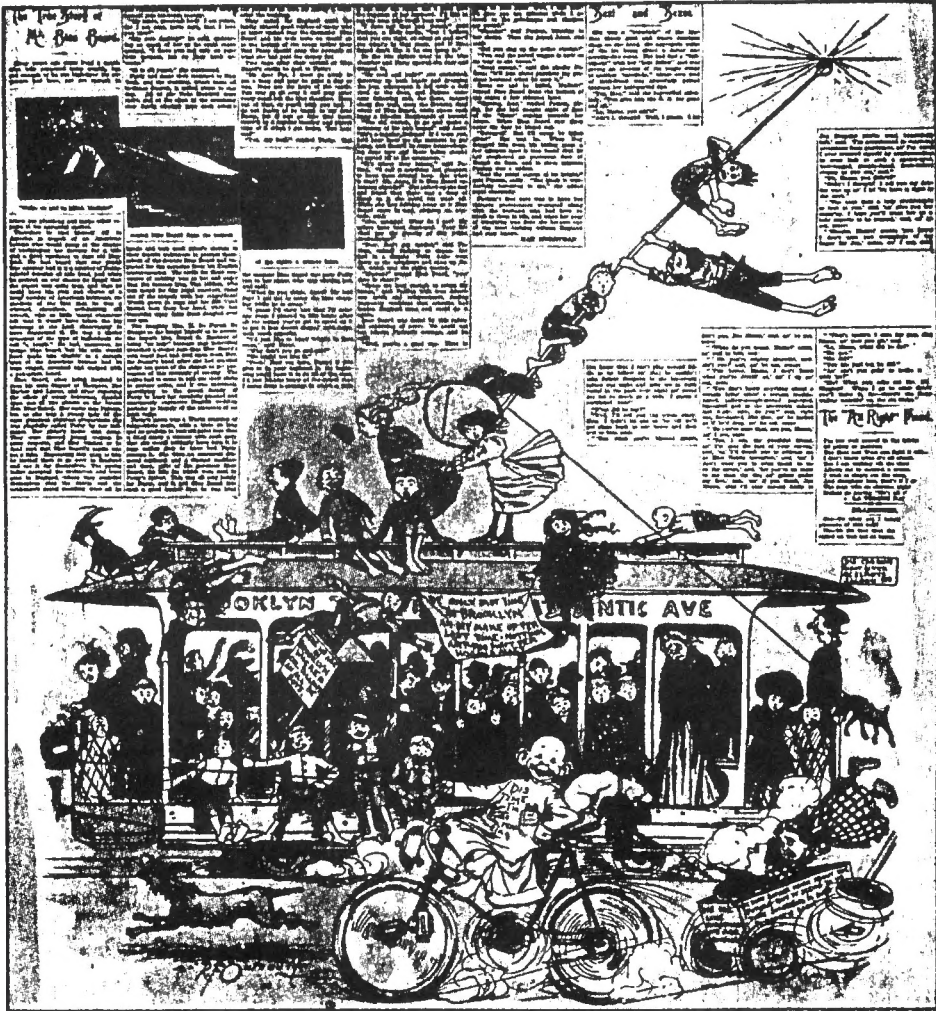


FIGURA 2 — Um dos típicos painéis de "Hogan's Alley", tal como eram apresentados na página por Outcault, a cores, no **Sunday World** de Pulitzer.

3 OS BARÕES DA IMPRENSA

Nova Iorque era uma das tantas grandes cidades, tal como Chicago e São Francisco, que recebiam o aluvião de imigrantes chegados à América do Norte. Toda essa gente formava um enorme contingente com escasso domínio do idioma inglês e mais voltado, portanto para a contemplação de imagens do que a leitura. Esse público encontrou na América uma resposta a essas dificuldades de leitura.

Os periódicos e revistas norte-americanas, através do século XIX já vinham desenvolvendo uma grande vitalidade à qual contribuíam com habilidade e criatividade os desenhistas e os repórteres gráficos. A Guerra Civil de 1861-1865 tinha sido vivida em detalhes pelo povo norte-americano através das páginas das publicações ilustradas. Artistas se tornaram famosos, como Frederic Remington e Charles Schreyvogel, com as ilustrações que compuseram a crônica da grande aventura da conquista do oeste.

Particularmente significativa era a popularidade das revistas de humor ilustradas, como "Puck". "Judge" e "Life", que imitavam revistas européias do gênero. "Puck", no princípio a edição americana de uma publicação alemã que tinha o mesmo nome, logo depois integradora de material original local, havia sido fundada na primavera de 1877. Devido ao seu êxito, surgiu em 1881 "Judge" e, mais tarde, "Life" (janeiro de 1883). Três jornais nova-iorquinos adicionaram às suas edições normais, na última década do século, suplementos dominicais com conteúdo na pauta daquelas revistas. Esses jornais ofereciam aos seus leitores um semanário anexo, com humor ilustrado em cores. O "Wold" de Joseph Pulitzer (1847-1911) espelhava a crítica política de "Judge"; o "Morning Journal" de William Randolph Hearst (1863-1951) se inclinou pela desinibição de "Judge"; e o "Herald", fundada pelo distinto James Gordon Bennett (1795-1872) achava o seu modelo na sofisticada "Life".

Esses três jorais eram exemplos do jornalismo moderno que utilizava os instrumentos então disponíveis: o linotipo e impressoras mais velozes, tipo e clichês mais bonitos, impressão em cores, caricaturas e fotografias, redação competente de maiores equipes de repórteres e editores, e maiores facilidades de comunicação. Os três jornais se empenhavam em campanhas para atrair o maior número de leitores, acelerando uma luta impiedosa a que se entregaram principalmente dois desses magnatas da imprensa nova-iorquina: Pulitzer e Hearst. "Esta luta, cujas peripécias parecem ter sido tiradas do roteiro de algum filme seriado", descreve Couperie, "tinha um caráter talvez menos sanguinário, mas tão feroz quanto a guerra a que se entregavam, na mesma época, os criadores de gado e os de carneiro no oeste americano". (5, p. 19).

Um desses barões da imprensa, Joseph Pulitzer, que havia nascido na Hungria em 1847 e vindo para a América do Norte como voluntário estrangeiro para lutar na cavalaria de Lincoln em 1864, era um dos muitos imigrantes que ajudaram a construir a nova América surgida depois da Guerra Civil. Terminado o conflito, Pulitzer foi desmobilizado e seguiu várias profissões temporárias até que começou a se dedicar ao jornalismo. Sua carreira, rica de acontecimentos e grandes jogadas políticas e financeiras, com altos e baixos, deu-lhe por fim notoriedade, dinheiro e poder.

Pulitzer, que foi um dos grandes inovadores do moderno Jornalismo norte-

americano, em 1883 comprou o “New York World”, que estava agonizando. Fez desse jornal o protótipo do diário moderno: manchetes enormes, artigos sensacionalistas, seções esportivas, numerosas ilustrações. Homem de grande cultura e alta sensibilidade, Pulitzer, para reerguer o “World”, antes de tudo tinha reconhecido as características do seu público potencial. A população da cidade de Nova Iorque estava crescendo na proporção de 50% durante 1880 e Pulitzer procurou chamar a atenção dos recém-chegados para o seu jornal:

“Ele mesmo era um imigrante” aponta EMERY, “e estava atento para o fato de que de cada cinco habitantes da cidade, quatro ou eram estrangeiros ou filhos de pais estrangeiros; como uma pessoa que estava consciente das tendências sociais e econômicas do seu tempo, compreendia o anseio de seus leitores por uma liderança eficiente que refletisse atitudes progressistas, assim como por entretenimento”. (6, p. 409)

Seus esforços recaíram sobretudo no suplemento dominical do jornal cuja fórmula procurou sempre melhorar. A 9 de abril de 1893, depois de várias tentativas que malograram, Pulitzer produziu a primeira página colorida do “World” (Figura 3) (ele foi precedido de uma semana pelos editores do “New York Recorder”), abrindo assim o caminho aos desenvolvimentos que se seguiram.

Por seu lado, William Randolph Hearst, um outro *capitão* da indústria jornalística que mais tarde serviria de modelo a Orson Wells para o seu “Cidadão Kane”, viera de São Francisco para Nova Iorque em 1895. Natural da Califórnia, onde nascera em 1863, Hearst era filho de um próspero pioneiro que enriqueceu nas minas de cobre de Anaconda e com a criação de gado no oeste e no México. Hearst teve sua educação superior em Harvard (teve uma passagem movimentada e sensacional pela universidade, que não chegou a completar) e apesar da opinião desfavorável que seu pai tinha pelos Jornalistas, fez carreira no jornalismo. Hearst deu contribuições importantes e construtivas para o novo jornalismo, cuidando dos aspectos de legibilidade e da aparência agradável da paginação. Experimentou vários modos de composição visual, dispondo os cabeçalhos em formas simétricas, introduzindo ilustrações e grandes manchetes, finalmente chegando à **fórmula** “Hearst” característica que muitos outros jornais imitavam. Em 1895 comprou em Nova Iorque o “Morning Journal” de Albert Pulitzer (irmão de Joseph), que estava em decadência, entrando em luta aberta contra seu maior rival, o “World”. Como Pulitzer, Hearst tinha consciência do enorme fator de vendagem constituído pelos suplementos dominicais ilustrados.



FIGURA 3 — Os guardas de Hogan's Alley, painel a cores publicado no **Sunday World** de Pulitzer.

4 O PAI DO GAROTO

Pulitzer estava sempre revendo, retocando, enriquecendo incessantemente a fórmula de como dotar o seu suplemento do "World" com uma página festiva e agressivamente colorida. A ilustração era o meio direto para abranger um público o maior possível. Hearst não apenas compartilhava com Pulitzer a convicção de que o suplemento dominical tinha um imenso futuro, mas, mais ainda, ele via que os cartuns constituíam o seu pilar mestre de sustentação.

Em todos esses grandes jornais da época, para responder à crescente demanda de ilustradores e desenhistas, novos e diferenciados talentos foram procurados e revelados, produzindo assim o necessário fermento que todo o experimento artístico requer.

Entre os vários ilustradores lançados pelo "World", debutou em 1894, com um intrigante e engraçada explicação de como nasce um crocodilo, Richard Felton Outcault (1863-1928). Em pouco tempo ele se tornaria pomo da discórdia entre Pulitzer e Hearst e seria passado, se bem que impropriamente, à história como o primeiro autor de histórias em quadrinhos. Mas, como acrescenta Buono a história é feita de impropriedades. (3, p. 4)

Richard Felton Outcault nasceu em Lancaster, Ohio, filho de pais abastados. Considerado muito talentoso desde a primeira infância, diplomou-se em artes na Universidade de MacMicken em Cincinnati, Ohio. Após a formaturas, casou e mudou-se para Nova Iorque a fim de seguir uma carreira como artista. Começou trabalhando como ilustrador "free-lance", fazendo ilustrações inicialmente para publicações como "The Electrical World" (O Mundo da Eletricidade). Logo descobriu que sua inclinação para o humor lhe dava um mercado de vendas imediatas para virtualmente cada cartum que mandava para "Life" e "Judge". Como o "New York World" também lhe proporcionava um lucrativo mercado para seus desenhos, Outcault colocou ali algumas ilustrações, encontrando também interesse para os cartuns que havia feito como um trabalho paralelo, com estudos de moleques dos becos pobres de Manhattan. Inicialmente intitulada com os nomes das muitas ruas e vielas da zona de cortiços da cidade que lhe serviam de cenário, como "Rerilly's Pond", "Casey's Alley", ou "Shantytown", a série logo se tornou conhecida com o nome genérico de "Down Hogan's Alley".

Contratado de forma fixa pelo "World", logo esta série era a principal colaboração do Outcault para o jornal. Depois de um certo número de variações iniciais, a série se constituiu em um grande painel em forma de vinheta que ocupava três quartos de página, às vezes, uma página inteira. O painel formigava de personagens clamorosamente cheios de vida. Segundo BUONO (3), contava situações não muito edificantes e muito confusas dos pobres, ferozes e "facinorosos" habitantes dos subúrbios de Nova Iorque. Uma correria dinâmica reinava pela vinheta, revelando os interesses e as reações dos personagens procedentes da economia marginal, das convenções marginais e da sensibilidade marginal da cidade. Os privilegiados condenavam o desrespeito cruel do humor de Outcault para com este material humano, mas os necessitados, de qualquer modo, se identificavam com aquelas situações que ele retratava de forma tão cáustica. Assim os personagens de "Down Hogan's Alley" representavam na ribalta dominical do "World", através do riso, a sua infelicidade e a sua alegria, a sua queda e a sua miserável apo-

teose. “Naquele espaço de folha de jornal, (esses marginais) se encontravam, se amotinavam, se misturavam”, acrescenta BUONO, “Não só com os corpos cansados, mas também com as mentes frágeis impastadas de uma horrível mistura de frases com erros derivantes de todas as linguagens que circulavam na pequena Babel tomada pela mira de Outcault”. (3, p. 5)

Entre os figurantes desses painéis começou a aparecer um garoto de cabeça grande e orelhas de abano, com mais ou menos seis ou sete anos, vestido com um camisão liso ou camisola de dormir, manchado com marcas de dedos sujos. No painel a cores do dia 5 de maio de 1895, a camisola do garoto é azul. Nos diversos painéis que se seguiram sobre esses moleques de bairro, o garoto de camisola, que logo teria a cabeça calva pela qual seria mais tarde famoso, desempenha um papel secundário ou simplesmente não aparece. Em 5 de janeiro de 1896, no entanto, o garoto está mais evidente e veste a camisola de dormir colorida de amarelo pela primeira vez. Naquele dia, os técnicos do “World” utilizaram a camisola do garoto para experimentar a cor mais difícil de se obter naqueles dias: o amarelo. Uma vez que sua proeminência no painel é o primeiro uso do amarelo mais ou menos coincidiram do ponto de vista do público, este começou a falar sobre o garoto ainda sem nome, que tanto os havia divertido, como o “Yellow Kid” — o garoto amarelo.



FIGURA 4 — Inauguração do Clube Atlético de Hogan's Alley, o último painel do “Yellow Kid” publicado por Outcault no **Sunday World**.

5 A CAMISOLA QUE FALA

O simples encanto da sorridente figura do garoto, com os dentes separados e sua camisola de dormir, logo conquistou a atenção do público, fazendo com que Outcault convertesse o “Kid” na figura central dos acontecimentos engraçados que ocorriam em “Hogan’s Alley”.

Outcault usava texto e diálogo colocados dentro do grande painel. Invariavelmente estes apareciam como inscrições na forma de cartazes, avisos ou grafites distribuídos nas paredes, cercas, postes e outras superfícies do cenário de “Hogan’s Alley”. Usando esse tipo de mensagens escritas, Outcault fez com que o “Kid” começasse a falar com o público através de sua camisola de dormir, estampando mensagens ferinas ou irreverentes mais ou menos relacionadas com o tema do painel. Essas frases opinativas ou picantes, geralmente lemas engraçados, incorporados na parte dianteira da camisola de dormir do “Kid” precederam, por assim dizer, as frases que ostentam as camisetas de hoje.

O garoto, entretanto, nunca falou de outra maneira. É verdade que alguns balões mínimos de diálogo apareceram nesses painéis de “World” de tempos em tempos, mas nunca relacionados diretamente com a ação narrativa.

Logo, em uma ocorrência genial, Outcault teve a idéia de fazer com que o “Kid” se expressasse por meio dessas mensagens inscritas na camisola: isto é, transformou a camisola em uma espécie de globo de diálogo localizado (Figuras 1 e 2). Infelizmente, o que o “Kid” dizia através de sua camisola nos desenhos não guardava senão uma relação muito periférica com a comédia ilustrada dos desenhos em si. BLACKBEARD destaca que:

“... basicamente, os comentários da parte dianteira da camisola do “Kid” mostravam uma veia filosófico-cômica: oportunas e mordazes, mas sem fixar-se no diálogo narrativo nem no dos personagens para revelar de algum modo a ação gráfica apresentada, não eram portanto um avanço muito real em direção às potencialidades narrativas das histórias em quadrinhos”. (1, p.2)

Prenunciava essas potencialidades, sim, mas nada mais do que isto.

Nos desenhos caóticos e abundantes de Outcault podemos distinguir todos os elementos precursores de uma nova e excitante forma artística. No entanto, reforça COUPERIE:

“... o ‘Yellow Kid’ ainda não é uma história em quadrinhos, mas o predecessor imediato do gênero, pois nos desenhos confusos e regorgitantes de Outcault, já se encontra um elenco permanente de personagens e a utilização crescente de balões, todos os sinais reveladores de uma nova fórmula”. (5, p. 21).

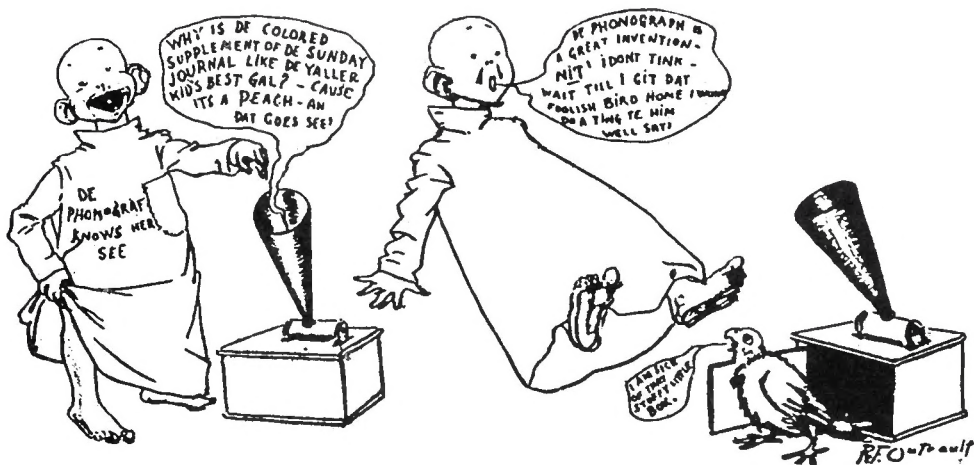


FIGURA 5 — Esta é a famosa seqüência de imagens com diálogo do “Yellow Kid”, que constitui a primeira história em quadrinhos, desenhada por Outcault no *Sunday Journal* de 25 de outubro de 1896.

6 HEARST COMPRA O “KID”

A maré de leitores conquistada pelo garotinho amarelo marcou indiscutivelmente esse grande sucesso de 1896, principalmente no público adulto, muito mais do que entre as crianças às quais deveria estar voltado.

E um grande sucesso, é inevitável, suscita cedo ou tarde, entre outras coisas, polêmica e raiva. “Yellow Kid” suscitou sobretudo a raiva de Hearst, o rival de Pulitzer pela supremacia da indústria de jornais de Nova Iorque.

A tradicional e conhecida luta de Joseph Pulitzer e William R. Hearst pela primazia sobre o mercado nova-iorquino, com os protagonistas seduzindo e roubando colaboradores um do outro e pondo mais e maior confiança em seus suplementos dominicais, como nos descreve HORN, “constituiu o catalizador final na síntese dos diferentes elementos de narrativa e ilustração que resultaram no advento das histórias em quadrinhos”. (8, p. 22)

A luta que se travava entre Pulitzer e Hearst não tinha golpes proibidos. O suplemento dominical foi um dos episódios dessa guerra que se estendia em todas as frentes, principalmente nos campos da notícia e da opinião. Outcault sentia atração pela parte adversária, pelo que Hearst pensou em comprá-lo, e fez sua oferta. Uma vez que Hearst lhe oferecia mais, não havia nada que impedisse Outcault de aceitar. Se Pulitzer o quisesse manter, poderia oferecer-lhe ainda mais, e com isso ele poderia ter permanecido no “World”. Outcault, por seu lado, não se importava nem um pouquinho com a rivalidade entre Pulitzer e Hearst. Pulitzer acabou por desistir daquela vertiginosa corrida do aumento

de ofertas por Outcault, e se limitou a assegurar o direito de manter a continuação do “Yellow Kid” no “World” por um outro ilustrador, George B. Luks (1867-1933) Figura 4. Outcault não opôs objeção, pois estava convencido que o único “Yellow Kid” admissível era o seu, fosse no “Journal” ou fosse no “World”. E realmente, comenta BUONO “por mais bem dotado que Luks fosse, não esteve à altura de manter o passo de Outcault em intolerância, brutalidade, ferocidade ou transgressão sistemática das convenções da moral pública.” (3, p.8)

Como Pulitzer, Hearst tinha consciência do enorme fator de vendagem constituído pelos suplementos ilustrados dominicais. Sua arma contra Pulitzer foi lançar, em 1897, um novo suplemento a cores. “The American Humorist” (auto-descrito como oito páginas de efulgência policromática que faz um arco-íris parecer com um cano de chumbo). Estas páginas continham o trabalho de artistas que, sob o olhar vigilante de Hearst, inconscientemente forjaram a nova linguagem que, junto com o cinema, trouxe uma maneira nova de se olhar para a realidade externa. O papel de Hearst nestes desenvolvimentos não pode ser menosprezado, acentua Horn. É verdade que seus métodos e ética deixavam muito a desejar — certa vez ele comprou a equipe inteirinha do “World” — e que seu julgamento e discriminação na seleção de artistas fossem estranhos e misteriosos. Ele pode, no entanto, corretamente ser visto como o avô da nova forma, que somente seria chamado de “comics” ou histórias em quadrinhos, muito mais tarde. (8, p.22)

O último painel desenhado por Outcault desta forma apareceu no dia 27 de setembro de 1896, justo após sua partida para o “New York Journal” de Hearst. (8. p. 22). Luks continuou os painéis para o “World”, usando o título geral de “Hogan’s Alley” e trocandol a camisola amarela por outras cores em diversas ocasiões. Hearst imediatamente aplicou o rótulo popular de “The Yellow Kid” no painel que passou a ser publicado no “Journal”.

Geo B. Luks, que já em maio substituído eventualmente a Outcault no “World”, prosseguiu na utilização paralela do menino amarelo no jornal de Pulitzer, sempre sob a denominação de “Hogan’s Alley”. É celebre o último pictograma de Outcault (com o nome de “Opening of the Hogan’s Athletic club”) onde figura também a assinatura de Luks, sob uma ilustração acrescentada no ângulo superior esquerdo; pode ver-se, além disso, o típico balão de fala na boca de um papagaio que manifesta sua opinião sobre duas meninas chamadas Liz e Molly.

O furor despejado pela batalha legal largamente tornada pública entre o “World” e o “Journal” pelos direitos dos personagens de “Hogan’s Alley” resultaram em Outcault retendo o direito de continuar os personagens e o “World” mantendo controle do nome das figuras de “Hogan’s Alley”.

A luta pelos direitos de publicação do “Yellow Kid” associado ao tipo de jornalismo sensacionalista e escandaloso que caracterizavam os jornais de Pulitzer e de Hearst, deu nascimento ao nome **imprensa amarela**, atribuído à cor característica do “Yellow Kid”. Este episódio constituiu o primeiro caso de luta judicial por direitos autorais na história em quadrinhos. A série, com isto, reforçava a sua função de promotora de circulação dos jornais, tal como ainda hoje são consideradas as histórias em quadrinhos.

No celeiro de artistas montado por Hearst em seu “The American Humorist”, outros dois nomes se destacaram, além de Richard Outcault: James Swinnertown

(1875-1974) e Rudolph Dirks (1877-1968), respectivamente os autores de "The Journal Kids" e "The Katzemjammer Kids". Na opinião de HORN, "esta última história foi provavelmente a criação mais importante de toda a história das histórias em quadrinhos." (8, p.11)



FIGURA 6 – O "Yellow Kid" numa seqüência de quadrinhos, a cores, no suplemento dominical do "Journal" de Hearst.

7 NASCE A HISTÓRIA EM QUADRINHOS

Hearst imediatamente aplicou o título de “The Yellow Kid”, nome pelo qual o popular personagem de Outcault era carinhosamente chamado pelo público, ao painel que agora passava a ser publicado no “New York Journal”, trombeteando sua aquisição por toda a parte em Nova Iorque.

Foi nessa nova fase do “Yellow Kid” que apareceu o primeiro episódio definitivo do que viria a ser a história em quadrinhos, o que no entanto ninguém se deu conta no momento. BLACKBEARD conta que Hearst sugeriu ao editor de seu suplemento dominical, Rudolph Block, e por meio deste a Outcault, que o recentemente adquirido “Yellow Kid” efetuasse semanalmente algumas piruetas pantomímicas numa série de vinhetas seqüenciadas em lugar de ser realizado num único painel isolado. Isso vinha sendo feito por outros cartunistas do “Journal”. Obediente, Outcault desenhou alguns desses cartuns humorísticos em seqüência de imagens. Particularmente em um deles, publicado no “Journal” dominical de 25 de outubro de 1896 com o título de “Yellow Kid and His New Phonograph”, um papagaio escondido dentro de um fonógrafo ludibriava o “Kid” cantando uma cantiga de elogios de complexa magnitude, (Figura 5), de modo tal que o episódio carece de sentido se não forem lidos atentamente os balões em conjunção com o desenho. O resultado foi, simplesmente, um episódio de história em quadrinhos — o primeiro jamais desenhado. (1, p. 2)

Essa edição feita por Outcault, de diálogos de balões agora relevantes para a história e imprescindíveis na anedota, formou assim pela primeira vez na história aquilo que se tornou a história em quadrinhos definitiva.

Essas possibilidades, ainda que acontecidas ao que parece acidentalmente, passaram despercebidas para Outcault naquele momento, como também para todos os desenhistas de então. Outcault voltou às seqüências sem diálogos, não mais repetindo a experiência de 25 de outubro, pelo menos sistematicamente (Figura 6).

Por estranho que pareça, o único desenhista que neste período se deu conta dessas possibilidades de confiar, ainda que esporadicamente nos balões de diálogo para conseguir as tiradas cômicas, não foi Outcault, mas sim um jovem principiante recentemente incorporado à produção cômica gráfica do “Journal”. Este desenhista era Rudolph Dirks, que havia se unido a outros novos talentos do cartum no “The American Humorist” do “Journal” em 1897. Hearst tinha pedido a ele para desenvolver uma série regular para o “Journal”, baseada na célebre idéia de “Max und Moritz” de Wilhelm Busch. Mais de um ano depois do achado de Outcault em 12 de dezembro de 1897, o “Journal” oferecia os seus leitores, na página 8 do seu suplemento dominical, a nova série com os desenhos de “The Katzenjammer Kids” (conhecidos no Brasil como **Os Sobrinhos do Capitão**). Esta série inspirada em Busch marca o resultado de meio século de esforços: sem ter plena consciência do que fazia, Dirks acabava de dar o formato definitivo de um novo modo de expressão artística, integrando diálogo com balões de fala à narrativa ilustrada, o que só mais tarde seria chamado de história em quadrinhos.

Em sua obra “A History of the Comic Strip”, HORN assinala que “a série de “comics”, filha do comercialismo e da tecnologia, concebida por descuido e nascida por acidente, iria crescer e proliferar em todas as direções antes que alguém sequer pensasse em lhe dar um nome.” (8, p. 22)

A combinação do jornalismo de Hearst com a publicação largamente ostensiva do “Yellow Kid” criou uma efusão de protesto pela elite do conservadorismo de Nova Iorque — uma grita que teve seus efeitos no próprio Outcault. Por mais que ele apreciasse o dinheiro que o “Kid” estava trazendo, a notoriedade da luta legal entre o “World” e o “Journal” pelos direitos de publicação do “Kid” o estavam constringendo socialmente e, 1901, tão logo quanto pode conveniente e economicamente, Outcault deixou Hearst. Isto aconteceu no ponto culminante da Guerra Hispano-Americana de 1898 devido à repulsa pública dirigida à cor amarela, que então chegava a ser associada com a bandeira espanhola.

Com a ida de Outcault para os domínios de Hearst, o espírito inicial da agora chamada “Yellow Kid” seguiu presente. Destaca na série duas características dos “comics” de então: as publicações periódicas de uma série com protagonista fixo e a independência ideológica do autor sobre os diários que imprimem sua produção. (4, p. 11)



FIGURA 7 — “Buster Brown” e seu fiel buldogue “Tige”, os personagens de Outcault no **Herald**.

8 O FINAL DA HISTÓRIA

Outcault, no entanto, não estava exatamente satisfeito com o “Kid”, apesar da colheita financeira que estava ceifando. Ele e sua mulher estavam preocupados com o modo de pensar das “pessoas melhores” de Nova Iorque, e estas pessoas viam o “Yellow Kid” como uma desgraça pública.

O sensacionalismo do “World” e do “Journal”, sua trajetória política em favor das massas economicamente pouco afortunadas, e suas conseqüentes tendências sociais (das quais participavam, como é lógico, os seus suplementos dominicais cômicos) reforçavam o repúdio da “high society” nova-iorquina, que preferia o “Herald” de Bennett. Como resultado do escasso prazer proporcionado a este setor pelo “Yellow Kid” do “Journal” (e por sua versão duplicada “Hogan’s Alley” no “World”), foi que surgiu a expressão pejorativa **imprensa amarela** para batizar o jornal de Pulitzer e sobre tudo, o de Hearst. Outcault, cuja verdadeira vocação era a pintura e cujo futuro mercado haveria de ser constituído por esta alta sociedade que julgava de “mau gosto” sua obra, decidiu em 1898 renunciar a ela.

Devido à sua manifestada vulgaridade, “The Yellow Kid” provocou a ira dos conservadores. Abandonando definitivamente a série em 1898, Outcault passou para o “New York Herald”, o jornal de Bennett pelo qual sociedade “de bem” de Nova Iorque nutria mais simpatia. Nesta etapa seguinte o significado de sua produção mudaria radicalmente. Richard Outcault criou para o “Herald” primeiramente uma série de vida efêmera, “Poor Li’Mose” (1901), uma história de conteúdo racista sobre um menino negro. Logo, em 1902, veio sua obra prima, “Byster Brown”.

O protagonista desta página de formato inteiro, publicada a cores aos domingos, era um menino ruivo cuidadosamente vestido, sempre acompanhado por “Tige”, seu fiel buldogue, ladeado por vezes em suas travessuras por uma companheira, uma garotinha de tranças negras e rosto angelical chamada Mary-Jane (Figura 7). “Buster” demonstrava sempre o seu arrependimento no último painel da aventura em forma de uma frase edificante e moralista escrita à mão. Comentada HORN que a expressão do rosto deste novo personagem — e as travessuras que se seguiam — não deixavam dúvidas sobre a falsidade de suas resoluções. Movimentando-se nos ambientes da classe média, “Buster” conhecia bem a virtude da hipocrisia. (8, p. 22)

Porém a memória do “The Yellow Kid” teimou em permanecer. Não apenas havia dúzias de produtos — buttons, estatuetas, jogos, puzzles, uma revista humorística (que não continha histórias em quadrinhos) e livros (um deles, “The Yellow Kid in MacFadden Flats”, que consistia de re-impressões do “The Yellow Kid” de Hearst acompanhada de um texto, foi a primeira verdadeira revista de história em quadrinhos). Além disso, registra BLACKBEARD o próprio Outcault usou a figura do garoto em anúncios comerciais no novo século que chegava (geralmente com o “kid” fazendo parceria com seu cabrito de estimação). O garoto amarelo apareceu também desenhado sob vários **disfarces** mascarado como personagem secundário nas histórias posteriores de “Buster Brown”. (2, p. 712)

“Buster Brown” era, agora, uma verdadeira história em quadrinhos com todos os elementos que caracterizavam essa nova forma de expressão.

Mas o poder econômico parece sempre falar mais forte. Em 31 de dezembro de 1905, já com seu futuro econômico garantido pelos polpudos ganhos obtidos com o uso de "Buster Brown" para dar nome a múltiplos produtos comerciais, Outcault aceitou uma nova oferta, atraído outra vez pelo dinheiro de Hearst abandonando o "Herald" e voltando para o "Journal". Outro processo legal sobre a obra de Outcault concederia agora o título de "Buster Brown" e os personagens da série ao "Herald", que a continuou com outros desenhistas até 1910. Outcault, por seu lado, era autorizado a produzir episódios de "Buster Brown" para Hearst, o que fez desde 14 de janeiro de 1906 até 15 de agosto de 1920, dando a cada publicação da série uma denominação diferente, relativa à anedota correspondente.

Buster representava o garoto saudável comum de sua época, exagerado o bastante para fazer rir os leitores dos jornais dominicais (Outcault nunca desenhou uma história de continuação diária), vestido de uma forma muito atraente para os pais, que vestiram uma geração inteira de garotos com roupas estilo "Buster Brown" de todos os tipos. Uma vez que Outcault controlava os direitos do personagem, desta vez estava ganhando mais dinheiro com os produtos e roupas baseados em "Buster" do que com a história em quadrinhos em si.

Com "Buster Brown" parece que Outcault quis afastar-se o mais possível do "Yellow Kid" a quem devia sua glória. As farsas de "Buster", nunca eram perversas demais e terminavam sempre com a pequena lição de moral dirigida a seus jovens leitores. Com o retorno de Outcault às empresas Hearst, as façanhas de seus personagens tornam-se cada vez mais convencionais. Outcault, no entanto, não se sentia à vontade nesse estilo que não lhe era familiar: o traço é forçado, os personagens destituídos de encanto e a falta de inspiração é muito evidente. Essa história teve um grande sucesso inicial que se estendeu por todo o mundo, porém sua afetação e bons sentimentos levaram-na ao fim em 1926, quando deixou de ser publicada. Nesse meio tempo, "Buster Brown" veio a exercer sobre a publicidade uma influência que nenhuma outra história em quadrinhos havia conseguido até então. A fisionomia esperta de "Buster" e o focinho zombeteiro de "Tige" serviram de propaganda para sapatos de criança, chapéus, botões e até cigarros e uísque! De fato, os produtos levando a marca "Buster Brown" eram tão numerosos que foi possível abrir em Nova Iorque um Museu Buster Brown (119 East 36 th Street).

Richard Outcault era um homem rico em 1910, e continuou desenhando o "Buster" dominical quase como um passatempo, finalmente desistindo dele definitivamente em 1920 (se bem que re-impressões foram publicadas em muitos jornais até 1926), a fim de se dedicar a sua paixão principal, a pintura.

Autor de muitos livros de prosa sobre os seus personagens, tanto quanto de artigos sérios sobre a arte do cartum para várias publicações especializadas, e compilador de grande número de volumes de re-impressões de "Yellow Kid" e "Buster Brown", Outcault fez ainda também várias exposições de suas pinturas, tornando-se uma figura altamente respeitada na arte norte-americana. Tendo caído inesperadamente doente no verão de 1928 em sua residência de Flushing, Outcault padeceu por cerca de dez semanas sofrendo uma série de doenças, morrendo em consequência disso a 25 de setembro de 1928, com a idade de 65 anos.

MOYA, estudioso das histórias em quadrinhos, registra em seu livro "Shazam" que, no Brasil, a revista **O Tico-Tico** lançou esses quadrinhos para o nosso públi-

co em 11 de outubro de 1905, com o “Buster Brown” batizado de **Chiquinho** e o cachorro “Tige” chamado de **Jagunço**. Quando Outcault parou de fazer personagens, aqui no Brasil **Chiquinho** era tamanho sucesso que a revista continuou o personagem, desenhado por artistas brasileiros: Loureiro, Rocha, Alfredo Storni, Paulo Affonso, Osvaldo Storni (filho de Alfredo) e Miguel Hochmann. (11, p. 38)

Outcault, Dirks Swinnertown, foram pioneiros inovadores. Na opinião de HORN seu trabalho pode aparecer hoje grosseiro e vulgar. Delicadeza da linha, sombra com significação, sutileza de design, tudo era levado à segunda importância em troca da alegria total de se expressarem por si mesmos em um idioma inteiramente novo. Seu trabalho criativo estava imbuído com um imenso sentido de descoberta, um abandono despreocupado às aparentemente infinitas possibilidades do meio. Eles deixaram para uma nova geração de cartunista (e para as suas próprias quando mais velhos), a tarefa de refinar e disciplinar seus impulsos artísticos. As suas qualidades maiores foram a improvisação e a espontaneidade, e não a habilidade e a objetividade. (9, p. 12)

Se suas contribuições coletivas pudessem ser sumarizadas, acrescenta HORN “poderia ser dito que eles estão na história da arte em quadrinhos na mesma posição que os artistas do Quatrocento ocupam na história da arte ocidental”. (9, p. 12)

Desde os dias de Outcault, as histórias em quadrinhos não somente se multiplicaram em número como passaram por muitas mudanças, tornando-se um dos mais eficazes e fascinantes meios de comunicação de massa. Originalmente chamadas de “funnies” (literalmente, **coisas divertidas**) elas começaram aparecendo nos suplementos dominicais dos jornais e usando figuras grotescas desenhadas de uma forma cômica. Elas mantiveram a comicidade como conteúdo e forma até cerca de 1930, quando passaram a adotar também temas mais sérios, dramáticos e realistas. Por volta de 1910, começaram a aparecer também como publicação diária no jornal. Uma das primeiras destas séries diárias foi “Mutt e Jeff”, criação de Harry Conway “Bud” Fischer (1885-1954). Mas isso já é uma outra história. Em quadrinhos.

9 BIBLIOGRAFIAS CITADAS

- 1 BLACKBEARD, Bill ver 7.
- 2 _____. ver 13.
- 3 BUONO, Oreste del. Il mostruoso Yellow Kid. **Linus**, Milão: v. 5, n.51, p. 1-10, jun. 1969.
- 4 COMA, Javier. **Del Gato Felix al Gato Fritz: historia de los comics**. Barcelona: G. Gili, 1979. 258p.
- 5 COUPERIE, Pierre; HORN, Maurice. **Bande dessinée et figuration narrative**. Paris : Musée des Arts Decoratives, Palais du Louvre, 1967. 256p.
- 6 EMERY, Edwin. **História da imprensa nos Estados Unidos**. Rio de Janeiro: Lidador, 1965. 821p.
- 7 HISTÓRIA de los Comics. Barcelona : Toutain, 1984. 1344p.
- 8 HORN, Maurice ver 7.
- 9 _____. ver 13.
- 10 KNOWLTON, Daniel C. Comics. In: COLLIER'S Encyclopedia. New York : Crowell-Collier, 1963. v. 7, p. 53-56.
- 11 MOYA, Álvaro de. **História da histórias em quadrinhos**. Porto Alegre : L & PM, 1986. 240p.
- 12 _____. **Shazan**. São Paulo : Perspectiva, 1977. 344p.
- 13 THE WORLD Encyclopaedia of Comics. New York : Avon Books, 1977. 784p.