

# DA LITERATURA AO SUPLEMENTO<sup>1</sup>

## FROM THE LITERATURE TO THE EDITION

---

Maria Cristina GOBB  
Universidade Metodista de São Paulo

### Resumo

Os jovens sempre foram protagonistas de diversos movimentos de transformação social. Tenham sido utópicas ou radicais, essas atividades permitiram que esses novos atores protagonizassem mudanças nas estruturas políticas e sociais de diversos continentes. A juventude hoje é uma espécie de mercadoria vendida em TVs, rádios, jornais, revistas, Internet, academias de ginástica, casas de shows, *shopping centers* e nos mais variados espaços urbanos. Os meios de comunicação não desprezam este *teen* globalizado, antenado com as mais sofisticadas tecnologias, por ser este um consumidor nato. Conhecer a evolução, a interação e o intercâmbio da literatura ao suplemento *teen*, disponibilizado nos espaços midiáticos para este público específico, foi o que buscou este artigo.

### Palavras-chave:

Mídia impressa, mídia juvenil, suplementos juvenis, adolescente, Brasil.

### Abstract

Teenagers were always protagonists of several movements of social transformation. Utopian or radical, these activities have permitted those new actors to face changes in the political and social structures of many countries. Youth today is a type of good that is sold on TVs, radios, newspapers, magazines, Internet, academy gyms, theatres, shopping malls and in a variety of urban places. Means of communication do not disregard this globalized teen that is informed about most of the sophisticated technologies because he is a natural consumer. Knowing the evolution, the interaction and the interchange from literature to the teen edition that is usually offered by media to this specific public is what has inspired this article.

### Key words:

Youth Media, Teens, Literature, Teens editions, Brazil

*Por favor, você pode me dizer que caminho seguir a partir daqui?*

*Perguntou Alice.*

*Na verdade, isto depende muito de onde você quer chegar, disse o gato.*

*Eu não me importo com isso, disse Alice. Então não faz a menor diferença para onde você vá, respondeu o gato.*

(Lewis Carrol, Alice no País das Maravilhas)

## As primeiras sementes

Não encontramos durante nossa pesquisa, qualquer referência clara ao surgimento do conceito de suplemento tal como ele é utilizado atualmente pelos jornais. Em função desta falta de material disponível que pudesse ser referência para este trabalho, buscamos fazer um levantamento prévio do que chamamos 'primeiras sementes' desse tipo de segmentação da mídia impressa.

O jornal tornou-se um negócio altamente lucrativo principalmente depois que o jornalista francês Emile de Girardin, em 1836, começa a publicar anúncios pagos. Com a Guerra Civil americana que teve início em 1861, muitos editores de pequenas cidades quase faliram, pois seus empregados foram chamados para a guerra. Mas, acordos entre David Atwood e Horace Rublee Madison que combinaram enviar para Ansel N. Kellogg folhas impressas somente de um lado, que conteria um sumário das notícias de guerra. "O lado em branco poderia servir para anúncios locais ou notícias" (EMERY, 1965; 335). Emery salienta que o sucesso dessas folhas foi notável, pois permitia economia de horas de trabalho. A composição manual foi imitada pelos editores do *Evening Wisconsin*, de Milwaukee, que começaram a vender espaços de publicidade antecipada. Isso possibilitou a negociação do material já impresso por preços muito baixos. O tipo de anúncio deu ao produto o nome de "suplemento das patentes", em virtude dos medicamentos patenteados comumente promovidos por elas.

Da descoberta da perspectiva de fazer uma espécie de 'encarte' sobre uma temática específica, destinado a um público segmentado, com baixos custos e aliando a tudo isso o lucro, com a utilização da publicidade, nasceu a primeira semente do que conhecemos, na atualidade, por suplementos para *teens*.

Outro fator que contribuiu para isso foram as agências não noticiosas. Elas influenciaram o conteúdo dos jornais. Ansel N. Kellogg e Andrew J. Arkeus de Wisconsin fundaram os serviços de folhas prontas em Chicago, depois da Guerra Civil, começando assim este conceito, quer dizer, o desenvolvimento de artigos, ficção, poesia e outros entretenimentos.

*O serviço de folhas prontas de Kellog - cartas de correspondentes de Washington, de Nova York e estrangeiro, história em séries, assuntos femininos, poesia, e outras matérias impressas de um lado de folhas de papel de jornal que supriam os pequenos editores que imprimiam as notícias locais e anúncios do outro lado da folha - expandiu-se rapidamente (EMERY, 1965:608).*

O serviço de 'folhas prontas', que alcançou o seu apogeu com 7 mil jornais servidos, começa a decair até ser abandonado em 1952. Este conceito permitiu oferecer ao público leitor matérias não somente informativas sobre os acontecimentos diários, mas entretê-los.

## O primeiro tablóide

Em meados do século passado, em alguns países da Europa e nos Estados Unidos, já se podia notar a expansão capitalista. É o início da produção industrializada. O jornalismo, por essa época, preocupa-se com assuntos locais como contraponto ao isolamento individual, que já se manifestava em função do isolamento, quase que natural, sentidos nos grandes centros urbanos (GONÇALVES, 1998:168).

Já no século XX, o jornalismo passa a optar pela regionalização e pela segmentação de seus produtos. O deslocamento de pessoas dos campos para as cidades cria um meio propício ao consumo de notícias. As mudanças sociais, o aparecimento e o desenvolvimento das indústrias, tendo como consequência o aumento da população nas principais cidades, faz com que a busca e o interesse por novas informações não ficassem restritos somente às posições políticas ou mesmo ao sensacionalismo, tão característico dos jornais da época, satisfazendo apenas o interesse de uma parcela da população. O mercado procurava novas alternativas. Surge então o conceito de tablóide.

O 1º tablóide de ampla circulação foi o *Darly Mirror*, sob a responsabilidade do jovem Alfred C. Harmsworth, que mais tarde viria a ser um dos magnatas da imprensa inglesa. O tablóide era um jornal feminino, transformando-se em um "jornal ilustrado e de meio penny", pequeno e divertido. Segundo Emery (1965), em 1909, sua circulação atingiu um milhão de exemplares.

*Tablóide representa formato de jornal, equivalente d metade de um jornal do tamanho standard. Possui normalmente 28 cm de largura por 38 cm de altura, com 5 colunas em cada página. (...) O jornal tablóide oferece comodidade de manuseio e de leitura, presta-se a experiências inovadoras de diagramação, e sua apresentação é geralmente leve, amena e amplamente ilustrada. Por esses e outro motivos, têm sido produzidos em formato tablóide quase todos os jornais da chamada imprensa nanica2, além de suplementos dominicais dos jornais diários (RABAÇA & BARBOSA, 1995:554).*

De modo geral, os tablóides não eram muito diferentes de outros diários, exceto em dois aspectos importantes: a verdadeira publicação do início da década de 1920 dava pouca atenção às autênticas notícias do dia estampadas por outros jornais e ia além do resto da imprensa na estridente cobertura da matéria mais sensacionalista. Os editores utilizavam para este tipo de publicação farto material a respeito das 'atividades' das estrelas *hollywoodianas* -Rudolph Valentino, Fatey Arbuckle, Clara Blow, entre outros. O país dançava o *charleston* e cantava 'sim, não temos bananas3', afirma EMERY (1965:672).

A imprensa não se preocupava somente com transcrição de notas ou documentos oficiais, como acontecia no início, descobre outras fontes de notícia, saindo assim do âmbito local e passando para o que podemos chamar de regional. Os acontecimentos diários publicados deixaram de

limitar-se aos assuntos do comércio ou do governo e passaram a referir-se a temas diversos, que na visão dos jornalistas da época, pudessem ter um interesse coletivo.

*O conhecimento dos fatos, que possibilitava aos indivíduos a formação do sentido comum, não resultava mais somente da presença pessoal como ocorria nos pequenos povoados, mas passava a depender da mediação de uma organização comunicativa. (...) Nas grandes avenidas, invadidas pela multidão durante todo o dia, em que densas e continuadas ondas de gente se cruzavam pela frente das vitrines, residia o ambiente perfeito para o aparecimento, de um lado, do cenário desde onde a imprensa podia nutrir-se dos assuntos para preencher suas páginas e, de outro, do protótipo do homem-massa, aquele que tem a sensação de solo, por causa do amontoamento de pessoas ao seu redor e que aparecida como o leitor em potencial da nascente imprensa popular de massas (GONÇALVES, 1998:168).*

Outra contribuição importante foi a edição da Revista *Time*, que mais tarde viria a ser referencial para os suplementos dominicais veiculados nos jornais. O primeiro número da *Time* foi publicado em março de 1923. Henry R. Luce e Briton Hadden embora, fazendo uso de forma acentuada de técnicas narrativas pelo uso excessivo de adjetivos e desenvolvendo o chamado *Timestilo*<sup>4</sup>, conseguiam resumir as notícias dia-a-dia e publicá-las em edições semanais.

*O sucesso da Time levou alguns jornais a iniciar as seções de notícias em revistas nas edições dominicais. O Cincinnati Enquire começou esse sistema em 1930, seguido do New York Sun, em 1933. Uma seção 'notícias da semana em revista' apareceu no New York Times em 1955, sob a direção do editor dominical, Lester Markel. Suas duas páginas resumindo os principais fatos noticiosos da semana e suas várias páginas de artigos especiais de correspondentes estrangeiros e de Washington mereceram para o suplemento uma menção especial Pulitzer. Outro sumário excelente era 'A História em Evolução' do New York Herald Tribune. A seção estilo tabloide 'Este mundo' do San Francisco Chronicle, seguia de perto as técnicas das revistas noticiosas. Outras longas seções de notícias em revistas puderam ser encontradas no St. Louis Post-Dispatch e no Washington Star (EMERY, 1965, 694).*

Surgem assim, muitos outros jornais que passam a veicular os suplementos e cadernos semanais. Em meados da década de 50 o *Tribune*, por exemplo, com 900.000 exemplares diários, era maior que qualquer jornal americano e editava o 'caderno' feminino, além de páginas esportivas etc, nascendo assim o interesse por assuntos específicos, destinados a um público em especial, conforme afirma EMERY (1965:783).

Nos anos 60 é chegada a estabilização do rádio e da televisão, que já se faziam presentes na maioria dos lares. Por sua vez os jovens estavam cada mais distantes de um jornalismo que ainda se preocupava em preservar as opiniões individuais frente a um novo público que buscava uma maior heterogeneidade do que se publicava.

Esta afirmativa pode ser justificada diante dos acontecimentos que fomentaram grande parte de uma década das mais inflamadas da história. Os anos 60. Os países desenvolvidos estavam passando por grandes mudanças, os jovens confrontavam-se com um quadro político-social agitado. Nos

Estados Unidos, a eleição de John Fitzgerald Kennedy (1961-1963), um progressista, que tinha por objetivos fazer mudanças nas políticas internas e externas do país; na Alemanha foi erguido o muro de Berlim, símbolo da divisão entre o capitalismo e o comunismo; explode a bomba de 50 megatons, de fabricação soviética, 2.500 vezes mais potente que a bomba atômica; a Guerra do Vietnã inflama-se, com a entrada dos americanos; a tensão cada vez maior entre Estados Unidos e União Soviética, que acabou por fomentar a Guerra Fria.

Dentro deste contexto, os jornais passariam a buscar estratégias para superar a fase em que a máxima pluralidade não passava de modelos de jornais monopolistas.

*O desafio consistia em acrescentar valor ao produto oferecido, com a criação de suplementos dominicais e cadernos diários, por um lado, e redefinir o mercado, editando jornais específicos para cada uma das faixas de público, por outro (GONÇALVES, 1998:168).*

No Brasil, a partir da segunda metade do século XX as transformações aceleram-se extraordinariamente. A tentativa de Golpe de Estado, em 1961, seguida à renúncia do presidente Jânio Quadros, motivou o controle rígido da imprensa nacional. Estava instalada a censura no país.

A escassez de papel se faz sentir. De 126.300 toneladas métricas consumidas em 1954, passa para 82.000 toneladas em 1955. A alta do preço do papel importado para a imprensa foi, num período de cinco anos e cinco meses, (fevereiro de 1958 a julho de 1963) na ordem de 3.294% (Sodré, 1983:436).

Em março de 1964, estava implantada a ditadura no país. Numerosas revistas e jornais estudantis circulavam, quase sempre com existência curta, tragados pelo despotismo.

Na imprensa brasileira, multiplicavam-se as revistas estrangeiras, como o *Médico Moderno*, *O Dirigente Rural*, *o Engenheiro Moderno*, *Quatro Rodas*, *Capricho*, *o Pato Donald*, *Mickey*, *Direção*, e outras (SODRÉ, 1983:436).

Nos anos de 1960, as objeções não impediram a expansão de um processo monopolista, mas serviram para conter a infiltração do controle estrangeiro nos meios de comunicação, conforme afirma BAHIA (1990:426). Assim, o Brasil preservava sua estrutura de comunicação, privilegiando a competição e diversidade de opiniões.

E como os adolescentes participaram de toda essa mudança sócio-econômica-cultural que se instalara?

A década de 1960 foi de grande importância para os adolescentes no mundo inteiro. “Precedida do existencialismo no pós-guerra, e da geração *beat* nos anos de 1950, a contracultura explodia ao som do *rockroll*, trazendo uma verdadeira revolução social. No mundo todo, jovens combatiam ardentemente uma civilização decadente, propondo um novo estilo de vida, criando novos valores. É a época das revoltas estudantis na Europa e Estados Unidos, das comunidades *hippies*, do amor livre, do misticismo, do *rock*, do culto a liberdade, das drogas psicodélicas, do não absoluto ao sistema” (BECKER, 1985, 80).

É a contracultura, da qual faremos uma breve abordagem nos itens seguintes, que se faz sentir em todo o Brasil. Surge então a figura do jovem participante, contestador e opositor em uma sociedade cada vez mais dominada pelo capitalismo e pelo comunismo.

## Literatura para jovens no Brasil - uma semente fecunda

A literatura para jovens editada no Brasil teve um campo muito promissor. Este tipo de publicação foi uma das primeiras manifestações dirigidas para esta especificidade de público. Em função disso, antes de falarmos em suplementos para jovens, consideramos ser necessário fazer um retrocesso e abordar o início da literatura infanto-juvenil e sua contribuição para o desenvolvimento da mídia para *teens*. Acreditamos que esta evolução acabou por despertar nos jovens o interesse por publicações que sejam destinadas especificamente para eles, a tal ponto de desenvolverem seus próprios jornais, como veremos mais adiante.

Podemos considerar que a literatura para jovens nasce inicialmente das idéias, mitos e crenças de três raças - a branca, a indígena e a negra, responsáveis pelo desenvolvimento do povo brasileiro. Ainda hoje, podemos encontrar nos diversos livros destinados ao público infanto-juvenil essas saborosas histórias que nos permitem 'viajar na imaginação'. Conforme relata NISKIER (1969), isto ocorreu cerca de quase 250 anos atrás.

Embora em toda a Europa já existissem gráficas e uma grande produção literária, no Brasil não existiam livros nacionais e as famílias utilizavam os recursos orais na educação e no lazer de seus filhos.

Os problemas sociais eram basicamente os mesmos para toda a nação, isto permitiu que na troca de conhecimentos culturais não houvesse predomínio de uma raça em detrimento de outra. Os negros, homens e mulheres, trouxeram da África a tradição de narradores de contos ou histórias. Inicialmente como escravos e depois como criados, começaram a freqüentar as casas dos senhores. Com o passar do tempo foram reconhecidos como profissionais de literatura oral e andavam pelos engenhos de açúcar e nas vilas, difundindo lendas. Inicialmente com conotação africana, os contos foram tornando-se 'abrasileirados' e versavam basicamente sobre heróis-bichos, revelando assim o profundo amor que sentiam pelos animais selvagens.

Já as histórias européias tinham madrinhas, príncipes, mouros malvados, fadas, madrastas, entre outros, revelando assim, segundo NISKIER (1969:14), uma cultura problematizada, na qual se identificavam facilmente os bons e maus, as diferenças de classes sociais, raças etc.

Os índios revelavam seu amor pela natureza, o medo das almas penadas de guerreiros, sereias, bichos encantados, entre outros. Os negros e brancos posteriormente adaptam todo esse arsenal fantasioso e criam uma nova gama de heróis: saci-pererê, caipora, mula-sem-cabeça, tatu-gambeta etc.

Essas histórias acabaram influenciando toda a literatura brasileira, principalmente a destinada às crianças e jovens.



Arnaldo NISKIER (1969) garante que bastante modificados esses contos orais são hoje encontrados em alguns livros, muitos não destinados aos leitores infanto-juvenis, como: *Tesouro das Histórias Maravilhosas*, de Teobaldo Miranda Santos, *Contos Populares do Brasil*, de Sílvio Romero, *Contos Tradicionais do Brasil*, de Luís Câmara Cascudo, *O Folclore*, de João Ribeiro, entre tantos outros.

A influência cultural européia chega juntamente com a Missão Cultural Francesa, composta de especialistas em quase todas as artes, trazendo na bagagem livros infanto-juvenis. Mas, a verdadeira reação brasileira teve início na segunda metade do século XIX, quando já existindo gráficas para impressão de documentos oficiais e jornais, foi possível o que se chamou de *literatura de cordel*.

Essa literatura era inicialmente uma transposição dos contos narrados pelos negros, transpostos agora, para o papel impresso. Com a evolução, as editoras começaram a solicitar outras histórias aos escritores, dando surgimento à literatura infanto-juvenil brasileira (NISKIER, 1969:16).

Deste fato para o desenvolvimento e criação de uma imprensa feita por jovens e para os jovens foi um passo.

## A imprensa feita pelos jovens

Toda história da mídia impressa sempre girou em torno do adulto, senhor de muitos conhecimentos e experiências. Mas, no Brasil, em 1831, nasce a primeira iniciativa totalmente desenvolvida por crianças e adolescentes. Era a chamada imprensa infanto-juvenil. A iniciativa teve início nos clubes dos colégios e nos bairros.

Em um encontro da Unesco, ocorrido em Paris, em novembro de 1969, Arnaldo Niskier, então atual secretário da Ciência e Tecnologia da Guanabara, expõe que a primeira publicação na mídia impressa totalmente desenvolvida pelos jovens surge em Salvador, Bahia, no ano de 1831, chamado de *O Adolescente*. Tratava-se de um jornal bissemanal, em formato de tablóide, que alcançou 46 números. Posteriormente, também em Salvador, circulou no dia 5 de julho de 1837, *O Recompilador*, e em novembro de 1846, o *Mentor da Infância*.

Rapidamente a idéia passou a ser copiada em todos os estados do Brasil, argumenta NISKIER (1969). O *juvenil* surge no Rio de Janeiro, em 1835; *Jornal da Instrução e Recreio*, no Maranhão, em 1845, produzidos por estudantes do Liceu. Em São Paulo, o primeiro jornal infanto-juvenil foi o *Calendoscópio*, que começou a circular em 1860.

*Ao aproximar-se a década de 1870 era rara a cidade brasileira, inclusive as do interior e das regiões mais pobres, como é o caso do Nordeste, que não tivessem pelo menos um jornal infanto-juvenil. Cidades da Região Sul, por exemplo, chegavam a ter dois, três e até cinco jornais simultâneos* (NISKIER, 1969:17).

Entre as diversas publicações podemos citar: *Aurora juvenil*, *Ensaio juvenil*, *Imprensa juvenil*, *Mirim*, *O Petiz*, *A Mocidade*, *A Infância*, *O Maragato*, *O Porvir*, *Libertas*, *O Condor*, *A Aurora*, *O Progresso e Futuro*. Esses jornais existiam aos milhares no século passado, vários tinham o mesmo nome

e circulavam em quase todo o território brasileiro. Eram impressos em gráficas tradicionais, nos quais dispunham de clichês para ilustração. O que dominava os jornais eram as poesias, artigos que relatavam preocupações cívicas, morais e religiosas. “Essa imprensa foi um instrumento lúcido e instrutivo de várias gerações de brasileiros. Seu auxílio na formação e desenvolvimento da nossa literatura infantojuvenil é ainda hoje bastante significativo”, completa NISKIER (1969).

Para se ter uma idéia mais clara a respeito da qualidade destes informativos, Niskier garante que existiu somente uma única similar em todo o mundo: a imprensa européia para crianças dos séculos XVIII e XIX. A diferença básica entre as duas é que *Le Magasin d'Education et Récréation* de Paris, era desenvolvida por adultos. Colaboravam grande nomes como Júlio Verne e Madame de Stael.

Podemos citar também, outras publicações como, por exemplo: *The Lilliputian Magazine*, editado por John Newberry, de 1751 a 1752, na Inglaterra; *Magasin des Enfants*, editado por Madame Lepince de Beaumont, na França, em 1757; *Leipziger Wocheblatt fur Kinder*, editado em Leipzig, na Alemanha, no período de 1772 a 1774; *Il Nipote*, editado na Itália de 1832 a 1848, por Pietro Thour e *Giornale per Bambini*, fundado em 1881, na Itália (NISKIER, 1969:17).

Essa imprensa durou quase um século e, influenciou algumas gerações. Alceu Amoroso Lima (1960), intelectual brasileiro, garante que ‘a verdadeira literatura infanto-juvenil só existirá no dia em que as crianças e os jovens escreverem seus próprios livros’. Nós completamos estas palavras afirmando que necessitamos rever o conceito de informar, especificamente para jovens e crianças, além de estudarmos os formatos de publicações, conteúdos, análises e formas de destinar essas notícias para esse público tão específico, repensando o desenvolvimento da mídia impressa para adolescentes.

## O nascimento do suplemento

Não há como falar em suplemento para jovem sem antes fazer uma menção às histórias em quadrinhos. Os levantamentos feitos para esta pesquisa, nos permitem afirmar que o princípio dos suplementos para jovens encartados nos jornais brasileiros teve sua origem nas histórias em quadrinhos.

## Contribuição das histórias em quadrinhos

A primeira revista destinada ao público infanto-juvenil brasileiro foi lançada em 11 de outubro de 1905. Tratava-se da publicação *O Tico-Tico*, lançada pela editora *O Malho*. Existem controvérsias quanto à origem da escolha do nome. NISKIER (1960) garante que se tratava de um pássaro das selvas brasileiras, e sua escolha deu-se principalmente à influência da cultura indígena. Já os apaixonados por Histórias em Quadrinhos garantem que o nome foi inspirado pela escola infantil Tico-tico, que atualmente conhecemos como jardim de Infância.

Sua estrutura era moderna para a época, trazendo além das histórias, suplementos educativos, jogos e brincadeiras. O texto abordava motivos e temas de interesse nacional.



Quanto aos responsáveis por esta publicação, também há divergências. NISKIER (1969) garante que o organizador de *O Tico-tico* foi Luis Bartolomeu de Sousa e Silva, que desenvolve a Revista tendo como influência as publicações europeias, como as inglesas: *Infants Magazine*, *The Childrens Friend* e *Little Folk*. Já os textos que pesquisamos de autores diversos, disponibilizados na Internet, garantem que os criadores de *O Tico-tico* foram Renato de Castro e Manuel Bonfim, que decalcavam as histórias publicadas pelo jornal norteamericano *The New York Herald*<sup>5</sup> NISKIER (1969, 18) afirma que logo em seus primeiros anos de vida, a revista passa a sofrer influência dos *comics e features* da King Features Syndicate dos Estados Unidos, por isso ela acaba adaptando as historietas<sup>6</sup> publicadas no *The New York Herald*.

Polêmicas a parte, o certo é que com a Primeira Guerra Mundial, de 1914-1918, as histórias não chegavam mais ao Brasil pela dificuldade de transporte, então Luís Gomes Loureiro, um dos criadores da Revista, resolveu dar continuidade a edição. Somente no início da década de 1960, com 55 anos de existência, a publicação deixa de circular.

As histórias em quadrinhos no Brasil tiveram um sucesso sem precedentes, sendo consideradas como a 'febre de leitura' durante as décadas de 1930 a 1950. Para justificar este fato, podemos que dizer nestes 20 anos de grandes mudanças econômicas-sociais no Brasil, com a migração das lavouras para os centro urbanos, aumento dos produtos industrializados e a queda do índice de analfabetismo, o País entra na «era do consumo de massa». NISKIER (1969:20) garante que com condições sociais melhores, os jovens despertaram para a 'literatura de massa' e esta, na época, eram as histórias em quadrinhos.

O que nos influenciou por contar um pouco da origem dos quadrinhos, deu-se por dois fatores: 1) os HQ's<sup>7</sup> foram os antecessores do que conhecemos como suplementos infantis e juvenis e, 2) o rápido desenvolvimento socioeconômico, fez com que aumentassem as exigências do mercado consumidor dessas histórias.

Adolfo Aizen, jornalista no Rio de Janeiro, parte então para os Estados Unidos em busca de novidades. Em sua bagagem de volta traz o projeto do que viria a ser mais tarde os suplementos para crianças e jovens.

## Nascem os suplementos infanto-juvenis

Em 1929, nasce *A Gazetinha*, considerado o primeiro suplemento infantil, lançado pelo jornal *A Gazeta*. Em 1934, Adolfo Aizen viaja para Nova York, onde mantém contato com grandes nomes dos *comics* norte-americanos, além da *King Features Syndicate*.

Em seu retorno ao Brasil traz o projeto de lançar no país, o que se tornara mania entre jovens americanos, suplementos dedicados ao público jovem.

Com o apoio do Capitão João Alberto, então diretor do jornal *A Nação*, Aizen começa a publicar o *Suplemento juvenil*, em formato tablóide, trazendo algumas histórias em quadrinhos, a maioria importada ou adaptada.

Em aproximadamente três meses, a publicação alcança recordes de vendas, o que o levou a desvincular-se do jornal e à publicar seu suplemento de forma independente<sup>8</sup>.

Como não dispunha de material suficiente, Aizen começou comprando as historietas norte-americanas, mas os leitores, jovens cada vez mais exigentes, pediam personagens que retratassem nossa realidade, identificados com os problemas e com a população nacional.

Por volta de 1940, Adolfo Aizen nacionalizou as publicações utilizando nomes, personagens e situações tipicamente brasileiras.

Tempos depois começa a lançar revistas de HQ baseadas em romances clássicos de nossa literatura. Nasce assim, a revista *Edição Maravilhosa*, autenticamente brasileira. Em 1945, Aizen cria a Editora Brasil-América - EBAL.

*O grande mérito das revistas de histórias em quadrinhos da Editora Brasil-américa foi o de ter lutado contra o analfabetismo, ao mesmo tempo que difundia cultura aos jovens brasileiros, numa época em que eles mais precisavam dela* (NISKIER, 1969:20).

O rápido crescimento do mercado de histórias em quadrinhos fez com que, depois do jornal *A Gazeta* e do *A Nação*, o jornalista Roberto Marinho, editor do jornal *O Globo*, lançasse o suplemento *Globo juvenil*.

Eram as primeiras sementes dos suplementos para jovens no Brasil.

## Os primeiros suplementos teens

Em 5 de setembro de 1929, surge a *Gazeta infantil*, lançada pelo jornal paulista *A Gazeta*. Impressa em quatro cores, com alto padrão gráfico, mostrava seu diferencial com referência a outras publicações infantis da época. Em 1948 seu nome foi alterado para *Gazeta juvenil* e, passou a publicar histórias de procedência italiana, deixando de circular em julho de 1950.

Na década de 30, precisamente em 1937, *O Globo* foi um dos principais responsáveis pela introdução, no Brasil, do *comics* norte-americano, não só publicando tiras de historietas em quadrinhos adquiridas nos Estados Unidos, em suas edições diárias, como publicando semanalmente *O Globo juvenil* e, posteriormente o *Gibi*.

*O Globo juvenil* teve como principal concorrente o *Grande Consórcio de Suplementos Nacionais Ltda*, também do Rio de Janeiro, dirigido por Adolfo Aizen e que já começara a editar o *Suplemento juvenil*, cujas tiragens eram da ordem de 70 mil exemplares.

O sucesso deste tipo de publicação foi muito rápido e outras surgiram, como por exemplo: *O Mirim* e *Lobinho*.

Em 1939, *O Globo juvenil* comprou os direitos de publicação das principais histórias do *Suplemento juvenil*, exclusividade conseguida com a *King Features Syndicate* e passa a publicar quase todos os grandes sucessos do *Suplemento*.

Entretanto, Aizen conseguiu incorporar seu *Suplemento* às Empresas do Patrimônio Nacional, garantindo a permanência da publicação no mercado.

O *Gibi* tornou-se tão popular que seu nome passou a ser reconhecido como sinônimo de revistas em quadrinhos até hoje no Brasil. No entanto, a exemplo de outras publicações, no ano de 1950, pára de circular e um dia após O *Globo juvenil*, também encerra suas atividades.

Hoje, a adolescência tornou-se alvo de muitas publicações, despertando interesses diversos. Mas qual o perfil deste jovem? Quais foram os movimentos juvenis capazes de chamar a atenção de tantos? Esse artigo não acabou. Na verdade ele traz os primeiros levantamentos realizados em minha dissertação de mestrado e que buscou, antes de tudo, responder essas questões.

## Citas

- <sup>1</sup> Esse artigo faz parte da dissertação de mestrado defendida na Universidade Metodista de São Paulo, no ano de 1999, sob a orientação do professor Dr. José Marques de Melo, com o título de: **Na Trilha Juvenil da Mídia Impressa**. Identificação, Perfil e Análise dos Suplementos para Jovens Veiculados nos [ornais Diários do Brasil.
- <sup>2</sup> Diz dos órgãos de imprensa (especialmente jornais e revistas) editados por grupos independentes dos interesses dominantes. O termo foi cunhado por João Antônio, em artigo para o Pasquim (RABAÇA & BARBOSA, 1995:328).
- <sup>3</sup> Tradução nossa.
- <sup>4</sup> *Timestilo* - ordem inversa das palavras, sentenças invertidas e termos aglutinados (EMERY, 1965: 694).
- <sup>5</sup> PUC-Campinas. Disponível via WWW: <http://www.aleph.com.br/puccampinas/hq/hqbrasil.htm>
- <sup>6</sup> Historietas: narração de um fato curto e pouco importante. (M1CHAELIS, 1998).
- <sup>7</sup> HQ's - Histórias em Quadrinhos.
- <sup>8</sup> PUC - Campinas. Disponível via WWW: <http://www.aleph.com.br/puccampinas/hq/hqbrasil.htm>^ 09 de agosto de 1999 e <http://www.saopaulo.sp.gov.br/mundo/arte/quadrinh.htm> . 9 de agosto de 1999.

## Bibliográficas

BAHIA, Juarez. Jornal, história e técnicas. História da imprensa brasileira. São Paulo: Ática, 1990.

BECKER, Daniel. O que é adolescência. São Paulo: Brasiliense, 1985.

CARROL, Lewis. Aventuras de Alice no país das maravilhas através do espelho e o que Alice encontrou lá. São Paulo: Summus, 1997.

EMERY, Edwin. História da imprensa nos Estados Unidos. Rio de Janeiro: Lido, 1965.

GONÇALVES, Elias Machado. O jornalismo digital no mercado global - as relações cidade-jornal na imprensa de massa e na imprensa personalizada. IN: REIMÃO, Sandra, Comunicação e Sociedade, São Bernardo do Campo: Umesp, edição número 29, 1998.

LIMA, Alceu Amoroso. O jornalismo como gênero literário. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

NISKIER, Arnaldo. A literatura para jovens no Brasil. In: Encontro da Unesco, novembro de 1969, Paris.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA Gustavo. Dicionário de comunicação. São Paulo: Ática, 1995.

SODRÉ, Nelson Werneck. História da imprensa no Brasil. 3a ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

## **BIBLIOGRAFIA CONSULTADA**

ABERASTURY, A. e KNOBEL, M. Adolescência normal. 10º ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992.

ALBERT, P. e TERROU, F. História da imprensa. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

BRITO GARCIA, Luis. Los idolos juveniles en los médios de comunicación. Caracas: Estúdios Venezolanos de Comunicación, 1984.

C. CUBIDES, Humberto 1., TOSCANO, Maria Cristina Laverde. Viviendo a toda - jóvenes, território culturales y nuevas sensibilidades. Colômbia: Siglo dei Hombre Editores, 1998.

CALLIGARIS, Contardo. A Sedução dos Jovens. Folha de S. Paulo. São Paulo, 20 set. 98, Caderno Mais!, p. 4.

CHIBNALL, Steve, BUCKINGHAN, David. Reading Audiences: young people and the media. USA: Cultural Studies, 1996.

FOLHA DE S. PAULO. Caderno Mais. São Paulo pag. 5, edição de 20 de setembro de 1998. "Adultescência". Artigo de Isabel Versiani e Maria Rita Kehi.

LUYTEN, Sônia M. Bibe (org). História em quadrinhos - leitura crítica. São Paulo: Paulinas, 1985.