

## ELE SE ESTICA, ELE SE CURVA E... ELE FAZ RIR – UMA ANÁLISE RETÓRICA DAS CAPAS DAS HQS DE PLASTIC MAN

Fernando Aparecido Ferreira\*

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é promover uma análise retórica das capas das revistas com as histórias em quadrinhos do personagem Plastic Man, lançadas nos anos 1940 pela editora Quality Comic, nos Estados Unidos. Conhecido no Brasil como Homem-Borracha, o Plastic Man foi um dos personagens mais populares na chamada Era de Ouro dos quadrinhos norte-americanos. Parte dessa popularidade vem do *étos* cômico e irreverente construído para o personagem pelo seu criador, o cartunista Jack Cole, trabalhado especialmente nas capas das revistas, sempre apoiadas em *gags* visuais. Sendo a capa o primeiro contato que o leitor obtém com o conteúdo de uma revista em quadrinhos, a mesma exerce uma função naturalmente argumentativa. Tentar entender esse processo retórico, considerando inclusive como o mesmo promove a construção da identidade de um personagem, é o que buscamos com este trabalho. Para tanto, foram selecionadas as capas mais significativas figurando Plastic Man, de publicações entre os anos de 1941 e 1950. Amparada principalmente nos estudos da Argumentação e Retórica, esta análise evoca os trabalhos de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Meyer (2007), Fiorin (2014) e Ferreira (2010), aliando-os aos estudos dos quadrinhos realizados por Eisner (1999) e Ramos (2012).

**Palavras-chave:** Retórica. Histórias em quadrinhos. Humor. Capas. Plastic Man.

**Abstract:** The objective of this work is to promote a rhetorical analysis of the covers of comics magazines with stories of the character Plastic Man, launched in the 1940s by Quality Comic publisher in the United States. Known in Brazil as Homem-Borracha, Plastic Man was one of the most popular characters in the called Golden Age of American comics. Part of this popularity comes from the funny ethos and irreverent built for the character by its creator, the cartoonist Jack Cole, especially built on the magazines covers, always relying on visual gags. The cover being the first contact that the reader have with the content of a comic book, carries a naturally argumentative function. Trying to understand this rhetorical process, considering that it also promotes the construction of the identity of a character, is what we seek with this work. To this end, were selected for analysis the most significant covers featuring Plastic Man, from publications between the years 1941 and 1950. Supported mainly in the argumentation and rhetorical studies, this analysis evokes the works of Perelman and Olbrechts-Tyteca (2005), Meyer (2007), Fiorin (2014) and Ferreira (2010), combining them to comics studies from Eisner (1999) and Ramos (2012).

**Keywords:** Rhetoric. Comics. Humor. Covers. Plastic Man.

---

\* Professor doutor do Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Linguística, Universidade de Franca (UNIFRAN), Franca, SP, Brasil, [fferreiradg@uol.com.br](mailto:fferreiradg@uol.com.br).

## Introdução

Criado em 1941 pelo cartunista norte-americano Jack Cole, Plastic Man (conhecido no Brasil por Homem-Borracha ou Homem-Elástico<sup>1</sup>) é um super-herói atípico no rol da primeira leva dos defensores da lei mascarados e/ou com poderes sobre-humanos criados para os quadrinhos, como O Fantasma, Superman, Batman, Capitão Marvel, Capitão América e o Flash. Ao contrário desses super-heróis, em suas histórias, o Plastic Man, apesar de também ser um defensor e aliado da lei, vive aventuras que se caracterizavam por um humor irreverente e espirituoso, na maior parte das vezes debochado e sempre surreal. Esta última característica provém especialmente do seu superpoder: a capacidade de converter seu corpo elástico em qualquer forma, assumindo inclusive identidades diferentes, seja de outras pessoas ou de objetos. Nesse sentido, suas aparições ou metamorfoses sempre se convertem em *gags*<sup>2</sup>. Sua cabeça pode chegar primeiro que o corpo em uma reunião na delegacia, assustando os homens da lei, ou pode pegar de surpresa gângsteres e toda sorte de laráprios entrando por um buraco de fechadura ou literalmente laçando-os com seu próprio corpo. Por outro lado, pode sofrer ridiculamente nas mãos dos foras da lei, tendo seu rosto esticado ao extremo ou seus braços e pernas entrelaçados. Esse tipo de humor, aliado a uma narrativa dinâmica e ao traço expressivo de Cole, faz com que as HQs de Plastic Man se assemelhem mais às irônicas aventuras do The Spirit, de Will Eisner do que às histórias dos heróis do mesmo período, citados acima. O caráter cômico das aventuras de Plastic Man irão se acentuar ainda mais quando Cole (em 1942) cria para o seu herói um parceiro, Woozy, um sujeito acima do peso e de baixa estatura, de chapéu palheta, pequena gravata borboleta e camisa verde com bolinhas pretas. Com a aparência típica de um comediante norte-americano de vaudeville, Woozy também tem um dom sobre-humano, o poder de ser protegido pela natureza, uma invulnerabilidade que o torna hábil para acompanhar Plastic Man em suas empreitadas contra o crime, e também capaz de ser o protagonista de várias situações cômicas.

Com Woozy, Plastic Man forma uma dupla cômica que, para citar um paralelo da época, se assemelha a um Abbott e Costello ou a um Stan Laurel e Oliver Hardy (O

---

<sup>1</sup> Nas versões em quadrinhos para o mercado brasileiro, o personagem foi lançado como Homem-Borracha. Entretanto, a versão em desenho animado do personagem, lançada no final dos anos 1970, quando exibida no Brasil, o apresentou com o nome Homem-Elástico. Por esse motivo, em nosso país o personagem é conhecido pelos dois nomes.

<sup>2</sup> Tiradas cômicas – no caso dos quadrinhos, expressadas visualmente.

gordo e o magro)<sup>3</sup> com superpoderes. Isso se constata especialmente nas capas das revistas que continham as histórias em quadrinhos do Plastic Man. Inicialmente veiculadas na *Police Comics*, publicação da Quality Comic, as aventuras do herói, certamente devido ao sucesso do mesmo junto ao público, posteriormente passaram a figurar em uma revista própria, a *Plastic Man*, da mesma editora. Nas capas de ambas as publicações, a dupla foi, durante vários anos, representada em situações vaudevillescas, reforçando a imagem de ambos como uma dupla cômica, na maior parte das vezes sobrepujando a imagem de combatentes do crime, explorada exaustivamente em revistas de outros super-heróis.

Entendendo a capa como o componente “publicitário” de uma revista de histórias em quadrinhos, já que é ela que promove o primeiro contato com o consumidor-leitor, e, por conseguinte, desperta o interesse do mesmo, buscamos com este artigo fazer um estudo retórico das capas das revistas do Plastic Man, editados pela Quality Comic entre os anos 1941 e 1950. Para essa empreitada, nos amparamos teoricamente nos estudos retóricos de Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), Meyer (2007), Fiorin (2014) e Ferreira (2010), bem como nos estudos dos quadrinhos promovidos por Eisner (1999) e Ramos (2012). Todas as capas das revistas *Police Comics* e *Plastic Man* foram consideradas para feitura deste trabalho, entretanto, aqui selecionamos para análise especialmente as que exploram o caráter cômico de Plastic Man, que, significativamente, fazem parte do período de maior popularidade do personagem (anos 1940).

Considerando que a capa de uma revista em quadrinhos exerce uma função naturalmente argumentativa, buscamos aqui tentar entender esse processo retórico, considerando inclusive como o mesmo promove a construção da identidade de um personagem. Nesse sentido, a presente pesquisa cumpre a função de não ser somente mais um estudo sobre a linguagem dos quadrinhos, mas de tentar ampliar essas investigações, considerando a capa, um componente das HQs raramente estudado.

### **As capas das revistas em quadrinhos**

Pode-se dizer de um livro que a capa representa o “rosto” com que se oferece ao mundo. Tal como acontece entre as pessoas, é através da capa (ou da face) que dispara a primeira impressão de simpatia, ou não, por aquilo que depois vamos encontrar nas páginas internas.

---

<sup>3</sup> Duplas de comediantes norte-americanos, muito populares entre os anos 1930 e 1950. Ambas eram compostas por atores de contrastantes portes físicos.

Quantas vezes não abrimos uma obra justamente porque a capa nos seduz e convida para além dela? (PAIXÃO, 2008)

O comentário acima, feito por Fernando Paixão na orelha do livro “Era uma vez uma capa”, ainda que se refira às capas de livros, pode muito bem se estender para as capas de revistas de HQs. É pela capa que o leitor estabelece o primeiro contato com o universo das narrativas – verbo-visuais, no caso dos quadrinhos – que estão contidas nas revistas. Imaginemos o quanto os leitores do final dos anos 1930 devem ter se impressionado com a imagem da capa da primeira edição da *Action Comics* apresentando um homem trajando um uniforme azul e uma esvoaçante capa vermelha erguendo vigorosamente um automóvel, ou ainda, poucos anos depois, com a capa da 27ª edição da *Detective Comics*, contendo a imagem de um homem-morcego, cortando o céu, sobre o topo de edifícios, capturando um fora da lei<sup>4</sup>.

Na sua função mais óbvia e básica, a capa da revista em quadrinhos – um produto de consumo – é um rótulo. Nela encontramos os elementos verbais e não-verbais que distinguem e dão identidade para a publicação, diferenciando-a das demais (seu nome, seu estilo gráfico – tipos das imagens, estilo do desenho do nome e seu posicionamento)<sup>5</sup>, informações sobre sua procedência (o nome e logotipo da editora), informações sobre o seu conteúdo (imagens, acompanhadas ou não de chamadas – ou vice-versa), informações catalográficas (ano e número da edição, estação do ano<sup>6</sup>, etc.) e, por fim, informações sobre o seu valor (o preço e, recentemente, também o código de barras).

Diferentemente dos livros (exceto em alguns casos específicos de coleções), as revistas são periódicas. Sendo assim, se as informações que lhes dão identidade e atestam a sua procedência são as que promovem a fidelização do seu auditório-leitor, por outro lado, são as informações catalográficas, e as informações sobre seu conteúdo que distinguem suas edições. Nesse processo, as capas das várias edições de uma revista em quadrinhos precisam ter, ao mesmo tempo, elementos unificadores e diversificadores. Em outras palavras, a identidade da publicação se faz nos elementos recorrentes e nos elementos variáveis. Nessa dinâmica, seguindo um conceito norteado pela proposta da publicação, situações semelhantes podem ser apresentadas com

---

<sup>4</sup> Respectivamente, capas das revistas que apresentaram pela primeira vez os heróis Superman e Batman.

<sup>5</sup> O formato também pode ser considerado um elemento de identidade, assim como o tipo do papel e da encadernação.

<sup>6</sup> Comum especialmente nas revistas norte-americanas.

personagens diferentes, personagens recorrentes podem ser representados em diversas situações ou mesmos personagens podem ser apresentados em situações semelhantes. Como exemplo da Era de Ouro<sup>7</sup> dos quadrinhos (período ao qual está associado o nosso objeto de estudo), podemos citar as capas da *Action Comics* figurando o Superman. Em todas as edições, o super-herói aparece em ação, demonstrando seus poderes únicos, salvando pessoas e capturando foras da lei<sup>8</sup>. A partir deste exemplo (inúmeros outros seriam possíveis), podemos inferir que a capa não só constrói a imagem da publicação (como ela quer ser vista pelo seu auditório-leitor), mas também a imagem dos personagens das histórias em quadrinhos. Ambas as construções de sentido resultam em poderosas ferramentas argumentativas.

As capas estimulam a imaginação do leitor, fazendo-o se interessar pelas narrativas verbo-visuais contidas nas revistas. Nesse sentido, embora costumeiramente desprezadas nos estudos teóricos sobre a “nona arte”, elas também incorporam estratégias de representação da linguagem dos quadrinhos e fazem parte da experiência da leitura das histórias em quadrinhos. As capas inclusive orientam a percepção do leitor para que identifique as revistas como suportes do gênero quadrinhos. Na fronteira entre quadrinhos e publicidade, ou quadrinhos e ilustração, as capas das HQs são um texto<sup>9</sup> *sui generis*.

As capas podem, em suas representações visuais, lançar mão de balões, onomatopeias, ou mesmo se associarem diretamente às narrativas, antecipando situações e personagens para o leitor, usando o formato da revista como um grande quadrinho. Dessa forma, a capa funcionaria como uma “página de apresentação” da narrativa. Eisner (1999, p. 62) define a página de apresentação, como a página que dá início à narrativa (dentro da revista), a qual pode ser explorada como um “trampolim para a narrativa”, prendendo a atenção do leitor e preparando “a sua atitude para com os eventos que se seguem”.

---

<sup>7</sup> “*Golden Age of comics*” – período de grande popularização dos quadrinhos nos Estados Unidos, ocorrido nos anos 1940, antes do surgimento da televisão (DUCAN; SMITH, 2009, p. 22).

<sup>8</sup> Se a revista em quadrinhos dedica-se a um tema específico, como histórias de terror, todas as capas, ainda que com personagens e estilos variáveis, explorarão representações de situações associadas ao tema terror. Já se ela se dedica às histórias de um mesmo personagem, o mesmo pode tanto ser representado nas capas em situações semelhantes (se suas histórias são sempre do mesmo tipo, como aventuras policiais, por exemplo) como em situações diversas (se o mesmo personagem vive aventuras não semelhantes em suas narrativas).

<sup>9</sup> Texto porque é algo que constitui “uma unidade de linguagem dotada de sentido”, que cumpre “um propósito comunicativo direcionado a um certo público, numa situação específica de uso, dentro de uma determinada época, em uma dada cultura em que se situam os participantes desta enunciação” (CAVALCANTE, 2013, p. 17).

Por outro lado, a capa também pode ser o meio para veicular uma charge ou cartum, relacionado ao universo dos personagens ou das narrativas contidas na revista. Paulo Ramos (2012, p. 21) define a charge como “um texto de humor que aborda algum fato ou tema ligado ao noticiário”, complementando que ela, de certa maneira, “recria o fato de forma ficcional, estabelecendo com a notícia uma relação intertextual”.

Ainda que uma narrativa em quadrinhos não seja um “noticiário”, a capa pode estabelecer com ela uma relação intertextual<sup>10</sup>, recriando, inclusive de forma intensificada, “fatos” da HQ.

Ramos nos leva a entender que a diferença entre a charge e o cartum é tênue, dizendo que “não estar veiculado a um fato do noticiário é a principal diferença entre a charge e o cartum” (2012, p. 23). Seguindo essa concepção, quando apresenta uma situação com personagens, não estando explicitamente ligada a uma situação narrativa, a capa pode ser o suporte para um cartum.

Mais do que tentar definir por vez a “essência” da capa de uma revista em quadrinhos – se é que ela existe –, apenas levantamos aqui algumas características que nos auxiliarão nos propósitos deste artigo, que é o de investigar o potencial retórico da capa da HQ no processo de construção da imagem de um personagem, no caso o Plastic Man.

### **Um olhar retórico**

Muitas vezes associada ao ensino das estratégias do “falar bem”, já há algum tempo a retórica vem sendo considerada uma poderosa ferramenta para a interpretação de discursos, visando compreender a estrutura argumentativa e o potencial persuasivo dos mesmos. Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005, p. 16), a argumentação “visa à adesão dos espíritos” e a Retórica, como um campo teórico, tem como objeto “o estudo das técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão dos espíritos às teses que se lhes apresentam ao assentimento” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 04).

Tomando por base os fundamentos da Retórica, reconhecemos a capa de uma HQ com um discurso dotado de um propósito persuasivo – vender a revista. Por trás

---

<sup>10</sup> “Entendemos como intertextualidade a relação que um texto estabelece com outros que o precederam” (FERREIRA, 2014, p. 85). Segundo Koch, Bentes e Cavalcante (2008, p. 9), “todo texto revela uma relação radical de seu interior com seu exterior”, completando: “dele fazem parte outros textos que lhe dão origem, que o predeterminam, com os quais dialoga, que ele retoma, a que alude ou aos quais se opõe.

desse discurso, encontra-se um orador (o editor da publicação e/ou o criador dos personagens e das narrativas), aquele que, através do discurso quer atingir outrem, visando ensiná-lo, comovê-lo e agradá-lo<sup>11</sup>. Esse “outrem” é definido retoricamente como o auditório, o “conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação” (PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA, 2005, p. 22). No caso dos quadrinhos, o auditório é composto pelos leitores da publicação.

O tripé retórico composto pelo orador-discurso-auditório relaciona-se às instâncias do *éthos*, *lógos* e *páthos*, respectivamente. O *éthos* está ligado à imagem passada pelo orador, sua autoridade, seu caráter, aspectos que dão credibilidade para o discurso. Por outro lado, o *éthos* também se refere à imagem que orador constrói de outros com o seu discurso (FERREIRA, 2010, p. 90). Diferentemente de um discurso pronunciado por um político, para citar apenas um exemplo imediato, no qual o orador está exposto, em uma publicação de quadrinhos, o orador se encontra escondido, oculto, por trás de sua obra e de seus personagens. Nesse caso, interessa-nos mais investigar a imagem construída para esses personagens, que são o ponto de contato com o auditório. Meyer (2007, p. 35) esclarece:

O *éthos* é um domínio, um nível, uma estrutura – em resumo, uma dimensão –, mas isso não se limita *àquele que* fala pessoalmente a um auditório, nem mesmo a um autor que se esconde atrás de um texto e cuja “presença”, por esse motivo, afinal, pouco importa. O *éthos* se apresenta de maneira geral como aquele ou aquela com quem o auditório se identifica, o que tem como resultado conseguir que suas respostas sobre a questão tratada sejam aceitas.

As “respostas sobre a questão tratada”, comentadas por Meyer na citação acima, referem-se ao *lógos*, instância retórica “que se relaciona à natureza e essência dos argumentos e à estrutura racional do discurso” (FERREIRA, 2014, p. 78). No caso de uma capa de uma revista de histórias em quadrinhos, o *lógos* se refere às estratégias argumentativas empregadas pelos oradores para convencer o auditório a comprar a publicação. Essas estratégias podem estar ligadas, dependendo do caso, à “promessa” de uma narrativa empolgante, engraçada, assustadora, ou simplesmente ao encontro de um personagem que irá entreter o leitor.

---

<sup>11</sup> Segundo Ferreira (2010, p. 15-16), *docere*, *movere* e *delectare*, são as três ordens de finalidade do discurso retórico.

Por fim, o *páthos* é uma instância associada ao “conjunto de crenças e paixões do auditório, que podem ser ativadas pelo orador no seu discurso” (FERREIRA, 2014, p. 78). Direcionando ao tema deste artigo, o *páthos* contempla as emoções que as capas das HQs podem suscitar no seu auditório-leitor: a alegria, proveniente do humor, que faz o leitor rir; o temor, provocado por uma imagem assustadora; e assim por diante.

Neste artigo nos concentraremos na construção do *éthos* do Plastic Man nas capas das HQs *Police Comics* e *Plastic Man*, levando em conta a relevância argumentativa desse processo.

Plastic Man surgiu, juntamente com vários outros heróis (Firebrand, Human Bomb, Mouthpiece, etc.), no primeiro número da *Police Comics*, lançado em agosto de 1941. Nas quatro primeiras edições da revista, Plastic Man apareceu nas capas como uma das atrações secundárias da publicação, tendo sua figura inserida como parte das chamadas, apresentadas em contêineres no formato de distintivos de polícia, escudos e estrelas. Nesse momento, o destaque das capas era o herói Firebrand (Fig. 1). Na quinta edição, Plastic Man passou a figurar como a atração principal da revista e só foi sair de cena na edição de número 103, de 1950, quando *Police Comics* parou de publicar aventuras de super-heróis e dedicou-se às narrativas detetivescas, também em quadrinhos.<sup>12</sup>



Fig. 1: Capas da primeira e quarta edição da *Police Comics*  
Fonte: <<http://digitalcomicmuseum.com/>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

<sup>12</sup> Todas as edições das revistas *Police Comics* e *Plastic Man* são hoje de domínio público. Elas se encontram disponíveis para leitura e download no site <<http://digitalcomicmuseum.com/>>, utilizado amplamente como fonte de pesquisa para este artigo.



Durante dez edições, que podemos compreender como o período de consolidação do personagem (algo que aparentemente não ocorreu com Firebrand), Plastic Man foi representado em situações de combate ao crime, reforçando a imagem de uma revista destinada a “quadrinhos policiais”. Nestas capas, o herói, mesmo sendo a principal atração, ainda dividia o espaço com as chamadas dos outros personagens. E ainda que não se perceba uma intenção de explorar o humor, as situações surreais provenientes das metamorfoses do personagem se apresentam como *gags* visuais (Fig. 2). Nota-se uma exploração do poder extraordinário de Plastic Man, visando à fixação do seu *éthos* de super-herói – na nossa cultura, alguém “dotado de poderes sobre-humanos, que defende o bem e combate incansavelmente o mal, ajuda os fracos e desprotegidos, procura livrar a sociedade dos criminosos, geralmente numa perspectiva individualista” (HOUAISS; VILLAR, 2001. p. 2641).



Fig. 2: Capas da sétima e nona edição da *Police Comics*  
Fonte: <<http://digitalcomicmuseum.com/>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

A partir de sua 15ª edição, a *Police Comics* exclui a galeria de heróis das chamadas de suas capas e passa a se concentrar somente na exploração da imagem de Plastic Man, aliado ao herói The Spirit. Entretanto, o hoje célebre personagem de Will Eisner aparece sempre de forma coadjuvante nessas capas, ficando a impressão de que o prestígio do Plastic Man junto ao público (algo que se deduz pelo seu crescente destaque na publicação) foi utilizado para alavancar outro herói da publicação (o The

Spirit)<sup>13</sup>. Apesar de contracenarem em algumas dessas capas, os dois personagens nunca figuraram em uma mesma história em quadrinhos na *Police Comics*<sup>14</sup>.



Fig. 3: Capas da décima quinta e décima oitava edição da *Police Comics*  
Fonte: <<http://digitalcomicmuseum.com/>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

As capas da *Police Comics* com Plastic Man contracenando com o “convidado especial” The Spirit marcam a transição para a construção, nas capas, de um caráter mais cômico do personagem (Fig. 3). Na edição nº 15, enquanto Plastic Man aparece triplicado na capa, exibindo-se, apontando para si próprio e mostrando suas habilidades únicas, acompanhadas das legendas “*He stretches*” (Ele se estica), “*He bends!*” (Ele se curva) e “*He’s Plastic Man!*” (Ele é o Plastic Man!) que se apresentam como a voz de um empolgado locutor, The Spirit aparece ao fundo, apoiado em um poste de luz, dizendo: “*Aw, don’t mind him! I’m The Spirit!*” (Aaah, não ligue pra ele! Eu sou o The Spirit!). O humor aqui se instaura pelo deboche e pela zombaria feita por The Spirit, de

<sup>13</sup> Apesar de ter surgido antes do Plastic Man, The Spirit – cujas histórias foram lançadas no jornal da Register and Tribune Syndicate, em 1940 – somente foi ter suas aventuras publicadas na *Police Comics* em 1942, quando o herói criado por Jack Cole já havia se tornado o astro principal da publicação. Posteriormente, em 1944, The Spirit ganha uma revista com o seu nome, também editada pela Quality Comic.

<sup>14</sup> É curioso destacar que Eisner e Cole tinham um estilo muito semelhante de narrar. Suas histórias são ágeis, envolventes e sempre tem espaço para o humor, para o deboche, além de conterem heróis que não se levam tão a sério. Segundo Booker (2014, p. 82), Cole foi encorajado por seu editor a aprender com Eisner e a imitar o seu estilo. Como curiosidade, cabe citar que, quando Eisner foi convocado para a Segunda Guerra, Cole o substituiu (como um *ghost artist*) nos desenhos das aventuras do The Spirit (BOOKER, 2014, p. 82).

certa forma desconstruindo o *éthos* heróico do Plastic Man, trabalhado nas capas das edições anteriores. Também é interessante observar como essa capa incorpora elementos da linguagem dos quadrinhos, como o balão e mesmo a sequencialidade de ações, criando uma noção de passagem de tempo.

Uma auto-ridicularização do personagem aparece na edição nº 18 (Fig. 3), na qual Plastic Man serpenteia, ao som de um instrumento tocado por The Spirit, numa evidente intertextualidade com os cartuns que exploram a imagem estereotipada de indianos hipnotizando serpentes com o tocar de uma flauta. Aqui, a intertextualidade é utilizada como um efeito retórico, para a produção do humor.



Fig. 4: Capa da vigésima oitava edição da *Police Comics*

Fonte: <<http://digitalcomicmuseum.com/>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

O humor prossegue ainda mais elaborado nas edições subsequentes, onde se percebe, inclusive, a utilização de figuras retóricas. Na edição de número 28 (Fig. 4), novamente incorporando elementos da linguagem dos quadrinhos (balões de diálogos), notas-se a presença de uma elaborada metáfora. Fiorin (2014, p. 35) define a metáfora como uma “concentração semântica”, que “despreza uma série de traços e leva em conta apenas alguns traços comuns a dois significados que coexistem”. E continua: “com isso, dá concretude a uma ideia abstrata (...) aumentando a intensidade do sentido”.

Na figura acima, a palavra *crime* é associada a um cavalo bravo, que necessita ser domado pelo Plastic Man. No campo das ideias, a associação ocorre no ponto em



comum entre o “combate ao crime” e o “domar um cavalo”: a dificuldade. Já visualmente ela se dá num *blending* dos caracteres da palavra *crime* à forma do cavalo.

O uso da metáfora, nesse caso, pela sua associação inusitada, reforça o caráter espirituoso de Plastic Man. Domando o crime, o super-herói se diverte com o perigo e atrai a atenção de um público, tal como um *cowboy* na arena. Esse aspecto é ressaltado pela fala incentivadora de The Spirit: “Hide ‘im, Plastic Man!” (Monte-o, Plastic Man!).

Ao estar associado a uma figura retórica, a qual parece ter produzido, Plastic Man reforça o seu *éthos* bem humorado. Segundo Meyer (2007, p. 88) “o objetivo das figuras é instaurar uma identidade que salienta um traço comum – para chamar a atenção sobre o que conta no espírito de quem o utiliza”. Ainda que se refira ao orador, o comentário do autor pode ser aplicado ao personagem Plastic Man.

Com a aparição do personagem Woozy no 13º número da *Police Comics*, Plastic Man passa a contar com um parceiro que, a partir da 31ª edição, ocupa o papel de The Spirit nas capas da publicação. Conforme dito anteriormente, ao lado de Woozy, Plastic Man torna-se um personagem ainda mais humorístico nas capas, formando uma típica dupla de vaudeville<sup>15</sup>. Ambos contracenaram em, praticamente, todas (excetuando-se somente duas) as capas da *Police Comics*, do 31º ao 102º número da publicação (de junho de 1944 a outubro de 1950). Em todas elas o humor está presente, mas o caráter vaudevillesco se encontra, principalmente, nas capas das edições de número 31 ao 80.



Fig. 5: Capa da trigésima primeira e quinquagésima segunda edição da *Police Comics*  
Fonte: <<http://digitalcomicmuseum.com/>>. Acesso em Ago 2015 Acesso em: 7 ago. 2015.

<sup>15</sup> Associado ao teatro, vaudeville se refere a “comédia ligeira e divertida, de enredo fértil em intrigas e maquinações, que combina pantomima, dança e/ou canções” (HOUAISS; VILLAR, 2001, p. 2834).

As *gags*, nessas edições, sempre surgem explorando as ilimitadas formas que o Plastic Man pode adquirir. Tal como uma atração circense, ele é apresentado ora como uma bola, com a qual Woozy realiza um malabarismo com os pés, ora um *Jack in the Box* (Fig. 5). Em outras edições, Plastic Man se converte em um “pau para toda obra”, podendo ser explorado por Woozy, sendo desde uma barraca para proteger contra a chuva a uma lucrativa montanha-russa (Fig. 6). Com essas capas, a *Police Comics* tem o seu caráter “policial” atenuado (ainda que manifestado na sua denominação) e, ainda, o seu caráter “cômico”<sup>16</sup> acentuado, decorrente do *éthos* construído para o Plastic Man.



Fig. 6: Capa da quinquagésima sétima e septuagésima edição da *Police Comics*  
Fonte: <<http://digitalcomicmuseum.com/>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

Quando o personagem ganhou uma revista própria (*Plastic Man*, em 1943)<sup>17</sup>, o humor continuou, de forma explicitada nas chamadas. “*Laughs galore*” (Risos em abundância), “*Parades to fun and adventure*” (Desfiles para diversão e aventura) (Fig. 7) eram algumas das frases inseridas nas capas, mas, mais uma vez, Plastic Man ora era apresentado como uma atração circense, ora como um *gadget* de Woozy (uma engenhoca, um dispositivo para servi-lo em qualquer ocasião). A imaginação é o limite

<sup>16</sup> Nesse sentido, cabe dizer que palavra “*comics*” presente no nome da revista, apesar de já ser uma denominação compreendida como sinônimo de “histórias em quadrinhos” nos EUA nos anos 1940, de certa forma volta ao seu significado de origem (“cômico”).

<sup>17</sup> Publicada concomitantemente à *Police Comics*.



para as possíveis formas do Plastic Man. Em uma das edições da sua própria revista, uma chamada provocava a imaginação do auditório-leitor – “*What will he do next?*” (O que ele vai fazer a seguir?) – numa capa que o apresentava com um pescoço alongado saindo de uma torneira, tal como uma mangueira (Fig. 8). Woozy, assustado com a inusitada metamorfose do amigo herói, é um ponto de identificação do auditório-leitor que, a cada capa, era surpreendido com uma nova forma do Plastic Man.



Fig. 7: Capa da quarta e décima primeira edição da *Plastic Man*  
Fonte: <<http://digitalcomicmuseum.com/>>. Acesso em: 5 ago. 2015.



Fig. 8: Capa da nona edição da *Plastic Man*  
Fonte: <<http://digitalcomicmuseum.com/>>. Acesso em: 5 ago. 2015.

Na revista *Plastic Man*, as piadas visuais se apresentaram como aquilo que Ramos (2012) define como cartum – um texto de humor<sup>18</sup> – que dialoga com o título da publicação, de uma forma irreverente<sup>19</sup>. As *gags* do herói e seu parceiro Woozy podem ser vistas como interpretações do que uma denominação como “Plastic Man” pode sugerir. O humor nasce das formas inusitadas do personagem em situações que o seu auditório-leitor se identifica, ligadas a atitudes associadas a palhaços, comediantes, espertalhões, etc. Mesmo confrontando bandidos, o humor se faz presente. Plastic Man pode assumir a forma de um alvo, prendendo os foras da lei no centro, para que Woozy lance tomates em suas caras. Ou então, tal como o Moe, dos The Three Stooges (Os três patetas), repreende um bandido enfiando os dedos em seus olhos.

Entendendo as capas aqui analisadas sob o ponto de vista argumentativo e, ainda, considerando-as como parte de um discurso (das revistas, com suas narrativas em quadrinhos) que visa o convencimento e a persuasão de um auditório (um potencial leitor levado a comprar a publicação), podemos dizer que as capas também funcionam como um exórdio, ou seja, “a parte introdutória do discurso, o primeiro contato entre o orador e o público” (TRINGALI, 1988, p. 82).

Parte da *dispositio*, momento em que são distribuídos os argumentos de maneira racional e plausível (Ferreira, 2010, p. 110), o exórdio pode ser entendido como:

Introdução de um discurso retórico, o momento em que o orador estabelece identificação com o auditório por meio de um conselho, um elogio, uma censura, conforme o gênero do texto em causa. É utilizado para dar vontade de ler ou escutar um orador. (FERREIRA, 2010, p. 112)

As capas cômicas, figurando o personagem Plastic Man em situações vaudevillescas, debochadas e surreais, promovem uma adesão inicial do auditório-leitor, fazendo-o rir, atizando sua imaginação e fazendo-o se interessar, de imediato, pela publicação. Em outras palavras, o *éthos* cômico construído para o personagem Plastic

---

<sup>18</sup> No caso, um texto sincrético, composta da linguagem verbal e não-verbal (imagética), segundo definição de Fiorin (2012, p. 150).

<sup>19</sup> O tom humorístico das capas (e das histórias) da revista *Plastic Man* se manteve presente até o número 25, lançado em setembro de 1950. A partir daí, a revista continua (até novembro de 1956), mas o personagem – que nessa mesma data tem suas aventuras interrompidas na *Police Comics* – passa a assumir um *éthos* de um herói mais sério na sua luta contra o crime. Ainda que algumas histórias mantivessem a comicidade, as capas não mais exploraram esse aspecto. Cabe também destacar que, a partir de 1950, Jack Cole deixa de desenhar as histórias do Plastic Man (BOOKER, 2014, p. 286).

Man funcionou como uma poderosa ferramenta argumentativa para as revistas *Police Comics* e *Plastic Man*, em seus anos de existência.

### **Considerações Finais**

A elaboração de um *éthos* cômico para um super-herói, em um período no qual todos os outros personagens da mesma categoria eram explorados de forma sóbria, fez de Plastic Man uma personalidade única: um herói que debocha e faz o seu auditório rir de seus super-poderes. Trabalhado nas capas das HQs, esse *éthos* retórico se apresentou como uma poderosa estratégia persuasiva.

### **Referências**

BOOKER, M. K. (Ed.). **Comics through time: a history of icons, idols, and ideas**. Vol. 1: 1800-1960. Santa Barbara, California: Greenwood, 2014.

CAVALCANTE, M. M. **Os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2013.

DIGITAL COMIC MUSEUM. **Plastic Man**. Disponível em: <<http://digitalcomicmuseum.com>>. Acesso em: 5 ago. 2015.

\_\_\_\_\_. **Police Comics**. Disponível em: <<http://digitalcomicmuseum.com>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

DUNCAN, R.; SMITH, M. J. **The power of comics: history, form & culture**. New York - London: Continuum, 2009.

EISNER, W. **Quadrinhos e arte sequencial**. Tradução de Luís Carlos Borges. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FERREIRA, F. A. As paixões de “Furico & Fiofó”: estratégias retóricas de um desenho animado. In: FIGUEIREDO, M. F. et. al. (org.) **Textos: sentidos, leituras e circulação. Coleção Mestrado em Linguística**. V. 9. UNIFRAN: Franca, SP, 2014.

FERREIRA, L. A. **Leitura e persuasão: princípios de análise retórica**. São Paulo: Contexto, 2010.

FIORIN, J. L. Da necessidade da distinção entre texto e discurso. In: BRAIT, B.; SOUZA-E-SILVA, M. C. (Orgs.). **Texto ou discurso?** São Paulo: Contexto, 2012.

\_\_\_\_\_. **Figuras de retórica**. São Paulo: contexto, 2014.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.



KOCH, I. G. V.; BENTES, A. C.; CAVALCANTE, M. M. **Intertextualidade: diálogos possíveis**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

MEYER, M. **A retórica**. Tradução Marly N. Peres. São Paulo: Ática, 2007.

PAIXÃO, F. Texto de orelha. In: POWERS, Alan. **Era uma vez uma capa**. Tradução de Otacílio Nunes. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA L. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. Tradução de Maria Ermentina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RAMOS, P. **A leitura dos quadrinhos**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

TRINGALI, D. **Introdução à retórica**. São Paulo: Duas Cidades, 1988.

Artigo recebido em: 01/09/2015

Artigo aceito em: 27/11/2015

Artigo publicado em: 01/12/2015