

Chico Bento, fatores culturais que fazem do personagem um caipira chinês

Chico Bento, cultural factors that make the character a chinese redneck

Bruno CELIDONIO¹

Resumo

Em um contexto internacional, existiria a possibilidade de um personagem, ao ser apresentado a uma cultura completamente diferente de sua original, e carregando características e aspectos tão típicos e marcantes de uma região de seu país, ser reconhecido como um nativo de uma outra cultura diferente? Em face a este questionamento, e através de uma pesquisa bibliográfica de cunho teórico, o estudo em questão se propõe a analisar, tendo como objeto os quadrinhos do personagem Chico Bento, tipicamente um caipira do interior brasileiro, sua recepção por parte do leitor infantil chinês, levando em consideração a observação de fatores culturais, de relações internacionais e de comunicação, como globalização e absorção cultural entre países, além de pesquisar, de forma a embasar a análise inicial, quais as dificuldades e facilidades teriam sido encontradas para a aceitação destes gibis do cartunista Mauricio de Sousa em um país tão distinto culturalmente do Brasil como a China.

Palavras Chave: Chico Bento. Gibis. Globalização. Recepção. China.

Abstract

In an international context, would there be possibility of a character, being presented to a culture completely different from its original's, and having features and aspects so typical from a region of its country, be recognized as a native character of another culture? With this question in mind, and through a bibliographical research with theoretical goals, this study aims to analyze, having as object the character from comics Chico Bento, typically a redneck of the Brazilian interior, and its reception by the Chinese children, with the observation of cultural factors, international relations and communication, such as globalization and cultural absorption between countries, and also analyzing, in order to support the initial research, what are the difficulties and facilities would have been found for the acceptance of these comics, created by the cartoonist Mauricio de Sousa, in a country so culturally distinguished from Brazil as China is.

Keywords: Chico Bento. Comic books. Globalization. Reception. China.

¹ Mestrando em Comunicação social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUC/RS. E-mail: brunocelidonio@yahoo.com.br

Introdução

Os quadrinhos são bens culturais, ou seja, fazem parte da produção artística de um país, além de serem produtos de consumo de uma indústria de massa. Em suas páginas, representam manifestações culturais de uma determinada sociedade, seja ela real ou fictícia, mas com características e significados comuns ao leitor. Assim, pode-se equipará-los às festas folclóricas populares, à dramaturgia, ao cinema, à literatura e às artes plásticas (CALAZANS, 1998). Com base neste conceito, também se enquadra como bem cultural os quadrinhos produzidos por Mauricio de Sousa.

A capacidade de transitar entre as diversas esferas, como imagem e palavra, faz destes quadrinhos, segundo a concepção de Nestor García Canclini (2000), um tipo de gênero impuro de cultura. Entre HQ's pode-se observar desde o cotidiano de uma cidade rural, ou uma reunião de personalidades políticas, misturando linguagens e estilos, de forma infantil, satírica ou erótica, independente de territórios. Estas manifestações híbridas seriam, então, culturas de fronteira, ou seja,

a incerteza ou a continuidade imprevista entre os territórios não é uma invenção dos autores de gibis; eles não fazem mais que pôr em evidência uma sociedade na qual as fronteiras podem estar em qualquer parte (CANCLINI, 2000, p. 345).

Esta forma de cultura híbrida (BHABHA, 1998) serviu, na história, como meio de manifestações sociais para a sociedade, além de também servir de base para apresentar ao leitor ideologias políticas (como os quadrinhos de Mao na China ou as charges contra a ditadura militar no Brasil), seja de forma livre, subversiva ou sob a tutela governamental. De qualquer forma, os quadrinhos servem como uma forma de se trocar experiências interculturais. Na explicação de Bhabha (1998), estaria inserido na estratégia de sobrevivência cultural, em que a troca de experiências entre sociedades de culturas diferentes ao coexistirem começam a criar novos significados, de caráter híbrido, não uma mescla, mas signos em mutação. Assim, cabe também aos quadrinhos o papel de transformador das relações culturais, através de sua capacidade de gerência de conflitos, além de criar, através de metáforas, práticas transformadoras da própria sociedade (CANCLINI, 2000).

Sabendo-se que os quadrinhos podem ser veículos de transmissão de cultura, o presente artigo propõe um estudo acerca da recepção do personagem Chico Bento, de Mauricio de Sousa, na China, um país diferente do Brasil, discutindo seu papel numa sociedade globalizada, e a possibilidade de sua assimilação ou adaptação.

Cultura, globalização e a possibilidade de absorção cultural entre países.

Inicialmente, e antes de analisarmos o objeto em questão deste estudo, cabe atentar aos problemas que se encontram quando se estuda a inserção de um produto com características brasileiras em um mercado distante. Tais observações recaem na aceitação, já que culturalmente os países podem apresentar nuances culturais que impeçam esta inserção. Um gibi como o do Chico Bento traz consigo aspectos culturais como língua, costumes, personagens e histórias tipicamente brasileiros. Ao entrar, sem adaptações, em contato com leitores de outros países, sejam eles chineses, americanos ou espanhóis, pode ser que haja dificuldades de aceitação, porém sua inserção não é impossível.

Mesmo que de forma intrínseca à sociedade, para Selma Lagerlöf (apud PETIT, 1960, p.100) pode haver aprendizado cultural, e tais valores sociais podem ser atenuados ou até mesmo extintos em um indivíduo, de forma a fazê-lo absorver diferentes valores e adotá-los como seus. De forma genérica, podemos dizer que o ambiente cultural distinto moldaria o indivíduo à adaptação, mesmo havendo um choque cultural. A inserção de novos modelos culturais pode ser absorvida, ou até mesmo aceita por uma cultura diferenciada, não havendo impeditivos para que isso ocorra e não se ferindo, com isso, toda a construção cultural feita até então.

De acordo com Rubim (1997), é desta forma que culturas passam a interagir, através de produtos, por exemplo, fazendo surgir novas modalidades culturais e garantindo uma diversidade cultural global. Inserido no caso os quadrinhos da “Turma da Mônica”, podemos classificá-lo como produto cultural, na garantia de levar a cultura nacional para o exterior a partir de sua internacionalização. Assim, a influência dos valores, crenças e hábitos culturais de uma sociedade incidem fortemente em suas

relações internacionais, como um fator de desenvolvimento, podendo ser, ainda, caracterizados como um processo de culturalização. Ou, como afirma Cuche:

Culturas sincréticas, mestiças, que alguns autores vêem como culturas constituídas através de “bricolagem” como geralmente é o caso das culturas surgidas dos contatos culturais profundamente assimétricos. Sua criatividade se manifesta na sua capacidade para integrar, em um mesmo sistema, elementos emprestados de culturas supostamente muito distantes e fazer coexistirem de maneira coerente esquemas culturais aparentemente pouco compatíveis. (CUCHE, 2002, p. 233)

Neste mesmo viés, Lévy (1999) afirma que existe hoje uma descentralização do saber e uma desterritorialização do conhecimento, sem restrições de fronteiras abarcadas na *cibercultura*, desta forma valorizando a inteligência coletiva. Entende-se, assim, que o fluxo de significados, de forma livre, cria a possibilidade de não se ter mais propriedade sobre determinada cultura, e sim dar liberdade para que ela possa viajar pelo mundo sem encontrar muros em seu país de origem. Quiçá encontrará resistências no destino final.

Portanto, ao se admitir que o território delimita espaço, cabe à desterritorialização desvincular tais barreiras, mobilizando e encontrando diferentes culturas, incidindo em um processo de reterritorialização, através da recepção da cultura externa pela cultura local.

Porém, este fenômeno representa riscos, podendo sim fazer a desterritorialização um processo de hegemonia cultural, como por exemplo ao se fazer uma rápida análise da propagação do colonialismo através dos gibis Disney, já há muito tempo internacionalizados, inclusive para o Brasil. O livro *Para ler o Pato Donald: comunicação em massa e colonialismo*, de Ariel Dorfman e Armand Mattelart (1971), em uma análise do fenômeno das comunicações em massa, faz severas críticas ao teor que estes quadrinhos apresentam, já que suas páginas utilizam metáforas para aceitação através de seus personagens infantis, em um mundo naturalmente ocidental e, ao retratar o mundo subdesenvolvido, recorrem ao mito do “bom selvagem”, com personagens despreocupados, ingênuos e felizes, fáceis de serem “comprados” com qualquer presente, até mesmo os seus próprios tesouros, em analogia à colonização dos índios americanos, que praticavam esse tipo de comércio e eram explorados pelos europeus. Se estendido este exemplo como mote do processo de desterritorialização e inserção

cultural, haveria que se preocupar com a inserção dos gibis globalizados em território locais, pois isso resultaria então em um processo de ocidentalização, evidentemente.

Tendo em vista estas noções, e indo de acordo com a possibilidade de se assimilar, aprender ou adaptar culturas frente às estranhas, podemos afirmar algumas premissas básicas para que se concretize esta possibilidade. Inicialmente, a distância cultural é diretamente proporcional à sua aceitação e, desta maneira, diminuir características diferenciais implica uma maior aceitação por parte da sociedade atingida pelo estranho. Traços culturais são melhores aceitos e integrados quando adotam significados de acordo com a cultura que os recebem (CUCHE, 2002, p. 120). De qualquer forma, sabe-se que a cultura de um país estrangeiro, ao entrar em contato com a do país receptor, encontrará resistência.

E este entendimento de que tanto os desenhos quanto as histórias contadas nos gibis da “Turma da Mônica” poderiam enfrentar resistência, ou representariam uma ocidentalização cultural ao sofrerem inserção entre leitores chineses, é algo a ser debatido. A ideia de aprendizado cultural, defendida por Selma Lagerlöf (apud PETIT, 1960), encontra maior base de sustentação nos estudos de Stuart Hall (2003), que afirma:

Alguns códigos podem, naturalmente, ser tão amplamente distribuídos em uma comunidade de determinada língua ou cultura, e ser aprendidas em idade tão precoce, que não parecem ser construídos - o efeito de uma articulação entre signo e referente - mas "naturalmente" dados. Simples sinais visuais parecem ter alcançado um "quase universalmente" nesse sentido: embora a evidência seja que os códigos visuais mesmo aparentemente "naturais" são específicos da cultura. No entanto, isso não significa que não haja interferência de códigos; mas sim, que os códigos têm sido profundamente naturalizados. A operação de códigos naturalizados não revela a transparência e a "naturalidade" da língua, mas a profundidade, a habituação e a universalidade próxima dos códigos em uso. Eles produzem aparentemente reconhecimentos "naturais". Isso tem o efeito (ideológico) de encobrir as práticas de codificação, que estão presentes. Mas não devemos ser enganado pelas aparências. Na verdade, o que os códigos naturalizados demonstram é o grau de habituação produzida quando há um alinhamento fundamental e reciprocidade - um atingido de equivalência - entre a codificação e decodificação face a uma gama de significados. O funcionamento dos códigos no lado da decodificação irá frequentemente assumir o estatuto de percepções naturalizadas. (HALL apud DURING, 2003, p.511, tradução nossa)

Ao analisar a “Turma da Mônica”, em especial o personagem Chico Bento e, traçando um paralelo com base no proposto por Hall (2003), os desenhos em si não possuiriam significados, devendo ser construídos a partir de um duplo sistema de representação, regulado por códigos específicos, através de representações mentais compartilhadas, em grupos de determinada cultura receptora. Esta explicação leva a entender que a percepção e o reconhecimento chinês dos personagens não poderiam se dar de forma tácita, mas uma vez “naturalizados”, ou seja, entendidos os códigos (aqui representados pelos desenhos e histórias), seriam aprendidos pelo leitor chinês. Não se pode esperar que o gibi force a aceitação ou o aprendizado, pois a recepção e o entendimento no país estrangeiro serão feitos pelo próprio leitor, ou seja, caberá a ele entender o código apresentado e traduzi-lo da maneira que melhor lhe couber, adaptando à sua cultura (GEERTZ, 1998). Mesmo que tais códigos apresentem realidades não existentes na cultura do receptor, estariam situados em uma realidade alternativa, na terceira via cultural (ORTIZ, 1994). Porém, é claro que deve haver um alinhamento entre o que se apresenta e o que se espera ser entendido. Desta forma, adaptações são fundamentais para não haver desentendimentos por parte do receptor.

Argumentou-se anteriormente uma vez que não exista correspondência necessária entre codificação e decodificação, a primeira pode tentar “preferir”, mas não pode prescrever ou garantir a esta última, que tem suas próprias condições de existência. A menos que eles sejam extremamente aberrantes, codificação terá o efeito de construção de alguns dos limites e parâmetros dentro dos quais decodificações irão operar. Se não houvesse limites, o público poderia simplesmente ler o que quisesse em qualquer mensagem. Sem dúvida, alguns mal-entendidos deste tipo existem. Mas a vasta gama deve conter algum grau de reciprocidade entre os momentos de codificação e decodificação, caso contrário não poderíamos falar de uma troca efetiva de comunicação. (HALL apud DURING, 2003, p. 515, tradução nossa)

Bem verdade que foram feitas algumas adaptações nos quadrinhos da “Turma da Mônica” para que obtivessem uma melhor recepção na sociedade chinesa, e algumas características necessitaram ser suprimidas ou aliviadas, senão modificadas. Como exemplo, a violência da personagem Mônica, que com seu coelhinho de pelúcia (Sansão) responde aos ataques dos personagens meninos, foi suavizada nos gibis

lançados na China, porém não suprimida por completo, por ser característica própria da personagem. Na China, a mulher, embora possua historicamente um importante papel social e hoje já tenha um maior respeito na sociedade, sofre, desde a antigüidade, com a submissão perante o gênero masculino. Desta forma, poderia soar estranho, aos olhos chineses, que uma mulher fique exibindo força frente aos homens (BUENO, 2008). Outro exemplo se deu na caracterização das casas nos quadrinhos. De forma a transpor melhor a ideia de “casa” para os chineses, entendeu-se que a imagem que se faz no Brasil necessitava de adaptação para que fosse melhor compreendida por aqueles leitores, que não reconheciam como suas as desenhadas nos gibis apresentados. A solução encontrada foi “curvar” os telhados, de forma a parecerem com as pagodas (casas típicas chinesas).

A própria tradução para a língua chinesa representa uma adaptação cultural, sendo a mais básica forma de adaptação da mensagem ao receptor, e possui, em seu âmago, um viés de convivência intercultural, muito além do simples significado de uma outra língua:

Tradução implica “negociação”, um conceito que expandiu seu domínio na última geração, indo além dos mundos do comércio e da diplomacia para referir-se ao intercâmbio de idéias e à conseqüente modificação de significados (...). A moral é que qualquer tradução deve ser considerada menos uma solução definitiva para um problema do que um caótico meio-termo, envolvendo perdas ou renúncias e deixando o caminho aberto para uma renegociação. (...) Na China, por exemplo, Matteo Ricci descobriu que, caso se vestisse como padre, ninguém o levaria a sério, e por isso ele se vestia como um erudito confuciano, “traduzindo” assim sua posição social para o chinês. (BURKE, 2009)

A tradução dos nomes e o lançamento das revistas na língua nativa são formas de facilitar a recepção e, ainda, impedir que o entendimento sobre os personagens e histórias se perca no aprendizado por parte dos chineses. Para se obter o efeito desejado na compreensão das histórias, e assim repassar os ensinamentos para a prática (no caso em estudo, os valores morais e as condutas presentes nos gibis do Chico Bento) através da compreensão dos significados, tais cuidados são fundamentais.

Mas é sob a forma discursiva que a circulação do produto ocorre, bem como sua distribuição a diferentes públicos. Uma vez realizado, o

discurso deve ser traduzido - transformado de novo - em práticas sociais, se o circuito é para ser tanto preenchido quanto eficaz. Se nenhum "significado" é tomado, não pode haver "consumo". Se o significado não é articulado na prática, não tem efeito. (HALL apud DURING, 2003, p. 508, tradução nossa)

Por fim, cabe ressaltar que as histórias propostas para a inserção do personagem na China não fazem referência à sociedade e a cultura chinesa. Não apenas foram escolhidas histórias de cunho universal, mas também de histórias tipicamente brasileiras, e tal decisão encontra fundamento na facilidade que tais obras teriam de incitar a curiosidade pelo desconhecido, além de respeitar a cultura do país, não se tendo assim uma visão estereotipada da sociedade receptora, mas sim deixando ao leitor o trabalho de, através de seus próprios signos, entender que “muitas vezes as formas simbólicas são analisadas separadamente dos contextos que elas são produzidas e recebidas pelas pessoas que rotineiramente dão sentido a essas formas e as integram a outros aspectos de suas vidas”. (THOMPSON, 1995)

O próprio Brasil já sofreu deste malefício, quando foi descrito em produções estrangeiras e, ironicamente, ocidentais. Não é incomum retratarem o país apenas como a Amazônia, o carnaval ou a violência. Produções estereotipadas foram automaticamente repelidas pela sociedade brasileira, recebendo críticas severas. Aos olhos do ofendido, não podem ser aceitas como verdades. Ângela Rama (apud VERGUEIRO; RAMOS, 2009) traz diversos exemplos de histórias em quadrinhos que, ao caracterizarem o Brasil, acabaram por retratar estereótipos. A publicação de histórias de super-heróis como Batman e Wolverine (da DC *Comics* e Marvel, respectivamente), ambientadas no Brasil, trouxeram visões deturpadas da realidade brasileira. Nelas, os personagens se integram aos costumes e ao contexto do chamado “país tropical”, associando-o ao crime, diversão, burocracia e transgressão.

Em cada país, o que se chama de sabedoria nada mais é que a loucura que lhe é própria. Em conseqüência, os julgamentos que as nações fazem umas sobre as outras informam-nos sobre aqueles que falam, não sobre aquelas das quais se fala: nos outros povos, os membros de uma nação só estimam aquilo que lhes é próximo. (...) De um lado, é preciso descobrir a especificidade de cada povo e suas eventuais diferenças em relação a nós (e não investido de uma missão de conversão ou de conquista) e saber se livrar dos “preconceitos nacionais”, quer dizer, do etnocentrismo. Mas isto é só a metade do

trabalho. É preciso, por outro lado, uma vez constatadas estas diferenças, voltar à idéia universal do homem, uma idéia que não seria o resultado da pura especulação metafísica mas que absorveria o conjunto de conhecimentos empíricos. (TODOROV, 1989, p. 29, 30)

Além do respeito aos valores do país receptor, deve-se ter cuidado com a exposição deste próprio país, de forma a não criar, entre quadrinhos, histórias ofensivas ou que retratam idéias errôneas sobre sua sociedade. O estudo da sociedade chinesa, se feito através de um olhar oriental, pode prevenir que as histórias dos gibis em estudo apresentem características comuns em meio aos erros comumente cometidos pelos ocidentais. O gibi, portanto, não deve apresentar um oriente imaginário e irreal, como é comum acontecer no ocidente, pois isso poderia demonstrar uma visão etnocentrista.

O caipira e o chinês

Entre todos os personagens tradicionais de Mauricio de Sousa, Chico Bento aparentemente parece traduzir o Brasil mais tradicional, o que seria de difícil identificação com a cultura chinesa. Porém, ao se analisar profundamente a figura do caipira, muito embora faça parte da cultura popular nacional, não é privilégio brasileiro. Em todos os países encontram-se similares, como homens do campo, trabalhadores rurais que, fora do centro urbano, possuem características únicas, diferenciadoras do homem comum das grandes cidades. Remetendo à origem indígena, este caboclo, de pele escurecida (*cai* = queimada, *pir* =mato, em tupi), também “morador do mato” ou chamado de caipora (*cáa* = mato, *póra* = morador, em tupi) (D’OLIVEIRA apud VERGUEIRO; RAMOS, 2009) é personagem brasileiro, sujeito do interior, abobalhado, ingênuo, desconfiado, preguiçoso, ora violento, de modos grosseiros e simples, típico do interior rural (YATSUDA apud BOSI, 2000).

Estabelecendo nos quadrinhos esta tradição rural brasileira, Chico Bento é visto como um representante do brasileirismo, personificando a bondade, a simplicidade do homem do campo, resgatando do passado os valores morais para a contemporaneidade, através de seu estilo de vestir, sua maneira de falar, o meio em que vive, seu conceito de família, seus amigos e seu cotidiano. O personagem, portanto, preserva sua identidade

caipira sem se deixar modernizar aos parâmetros da cultura contemporânea ou representar o “atraso”, forma comum de retratar o caipira na literatura nacional².

Surgido em 1963, *Chico Bento* parecia-se, a princípio, mais com um adulto, com traços alongados. Conforme o personagem cresce em importância e apresenta incursões cada vez mais frequentes, seus traços tornam-se mais suaves, infantis. Esse movimento ocorre, do mesmo modo, por meio de algumas alterações de “personalidade”, obtidas graças a uma seleção de roteiros aparentemente mais criteriosa, que exclui certos temas (a violência no campo, reforma agrária, desemprego) em prol de outros (mensagens ambientalistas, histórias didáticas, folclore). (D’OLIVEIRA apud VERGUEIRO; RAMOS, 2009)

Assim, em sua evolução, o personagem apresenta o resgate dos valores e princípios de brasilidade presentes na identidade brasileira (DAMATTA, 2001) e do sujeito rural, além da identificação cultural do brasileiro com o homem do campo. O abandono de determinados temas polêmicos não subestima conteúdos ou esconde a identidade regional, mas faz com que suas histórias em quadrinhos sejam mais universais e consigam atingir maior número de leitores e, dessa forma, divulguem uma realidade rural brasileira, através de histórias infantis, desconhecidas nas cidades (OLIVEIRA; VIÉGAS, 2008). A maior parte das críticas feitas aos quadrinhos de Mauricio de Sousa, de que sua obra não apresenta contexto nitidamente brasileiro, não pode ser aplicada ao personagem Chico Bento (D’OLIVEIRA apud VERGUEIRO; RAMOS, 2009). Este representa a trajetória do homem trabalhador rural em condições de vida adversas, tecendo relações entre a cidade e o campo para sobreviver na contemporaneidade, vivendo as tradições rurais de forma inteligente e inocente, fazendo da simplicidade e do atraso rural pontos positivos (OLIVEIRA; VIÉGAS, 2008).

A realidade globalizada trouxe a modernização da zona rural, e o sentimento caipira (no caso brasileiro) atualmente se dispõe em valores, na idéia de família e amigos, e na preservação da identidade cultural (OLIVEIRA; VIÉGAS, 2008). De forma paralela, sem que se esqueça desta nova ordem social, a história em quadrinhos do Chico Bento se aproxima muito da cultura chinesa e, em um comparativo direto entre

² Como normalmente retratado na literatura, vide o personagem Jeca Tatu, de Monteiro Lobato, onde o caipira é uma caricatura: lento, preguiçoso e ignorante.

as culturas, chinesa e brasileira, o personagem não se distancia do homem rural daquele país. Levando-se em consideração que a China é, assim como o Brasil, um país onde grande parte de sua população vive nas áreas rurais, o personagem poderia ser retratado como um típico camponês chinês.

Seus valores, sua maneira de falar e seu cotidiano não o afastam do retrato deste tipo de cidadão asiático. É essencial, desta forma, analisar a identidade deste personagem brasileiro e compará-lo à realidade chinesa, no que se relaciona às suas características, seu cotidiano, suas crenças e seus valores, para assim se entender sua recepção positiva pelo leitor chinês.

Assim como o caipira representado nos quadrinhos do Chico Bento, o camponês da China possui um cotidiano peculiar, de simplicidade e pobreza, de fácil identificação com o dos homens do campo brasileiros. Com visual arcaico, os Jong (grupo bárbaro do oeste chinês) usavam como vestimenta um casaco produzido com palha e, na cabeça, um chapéu de sarça. Com o tempo, na maior parte das áreas rurais, esta vestimenta passou a ser difundida como duas peças, formadas por uma túnica e um saiote (em sua maioria, feitos com seda), enquanto a cabeça era coberta com um turbante ou um chapéu trançado de bambú. Suas casas, em sua maioria, eram feitas de barro amassado, palha cortada e taipa, de consistência frágil. No interior destas casas, além de pouco mobiliário, as camas eram feitas de esteiras de junco sobrepostas. Seus instrumentos de trabalho se resumiam a machadinhas, enxadas e foices, indicando que o trabalho era geralmente braçal. Criavam, em seus terrenos, galinhas e porcos, e praticavam a pesca, com linhas ou nassas (GRANET, 1979). Analisando esta breve caracterização, podemos também identificar a proximidade com o homem rural brasileiro representado pelo caipira, desde as descrições de Monteiro Lobato em Jeca Tatu, até os quadrinhos de Mauricio de Sousa.

Além das semelhanças nas vestimentas típicas (chapéu de palha, por exemplo), os instrumentos de trabalho são similares aos dos caipiras brasileiros, e os animais criados e as casas do caboclo são muito parecidas com as descrições das chinesas (ainda hoje podem ser encontradas estas casas no interior brasileiro, da mesma maneira, se observarmos as de pau-a-pique e, também, as do sertão brasileiro, feitas de barro). Existe ainda semelhança no interior destas casas, desde a pobreza e a falta de recursos,

até a cama feita de esteiras, que remeteria às redes de dormir, feitas de cordas, linho, trançados ou juta, que são encontradas no interior do Brasil.

Porém, os costumes do trabalhador rural chinês, além do agrarianismo como base de sua formação cultural (GRAHAM; LAM, 2003), também possuem semelhanças com os trabalhadores rurais brasileiros. A forte ligação com o solo e o cuidado exacerbado com seus frutos, resultado do orgulho camponês e da dura lida no campo (GRANET, 1979), retratada com pomares e hortas junto às casas, pode ser identificado com o apresentado nos quadrinhos do Chico Bento, onde se tem os pomares protegidos pelo personagem Nhô Lau (constantemente invadidos para se roubar goiabas) ou suas hortas de verduras e legumes.

As festas da colheita e os casamentos são, em descrição, muito próximos às festas juninas e ao casamento da roça do interior brasileiro e, ainda, exprimem nestes festejos os mesmos sentimentos vistos nestas sociedades, como agradecimento pela colheita, solidariedade e união familiar (GRANET, 1979). Tais valores, somados à benevolência e à humildade do caipira, explicitam a similaridade de ambos os países. Um exemplo de tal semelhança está na perseverança confuciana. Assim como na cultura chinesa, os quadrinhos do Chico Bento retratam a perseverança do personagem que sempre encontra uma segunda chance para solucionar seus dilemas:

Chico Bento precisa se reafirmar insistentemente e, apesar das repetidas promessas de reabilitação (estudar mais, não mentir, ser mais responsável etc), o retorno à sua condição inicial ocorre sempre, não só por este ser um distintivo do personagem, mas também – e fundamentalmente –, porque se as promessas fossem cumpridas não mais se poderia vislumbrar a perseverança, a obstinação, a determinação, traços sem os quais o leitor deixaria de reconhecer o personagem, sem os quais a cumplicidade com este seria rompida, pois este mesmo leitor, brasileiro ou não, orgulhoso ou não da sua condição de “não desistir nunca”, criança, adolescente ou adulto, precisa fazê-lo constantemente na escola, no trabalho ou com sua família, lidando com problemas que se repetem e diante dos quais as soluções adotadas nem sempre são as mais louváveis. (D’OLIVEIRA apud VERGUEIRO; RAMOS, 2009, p. 79)

Este valor retrata ainda o desejo do camponês de querer melhorar sua condição de vida após a dinastia Ming (1368-1644), além da identidade nacional brasileira e o desejo de ascensão do homem rural.

É este misto de culpado (por pequenas traquinagens) e inocente (pois seus motivos são sempre nobres e suas más ações não chegam a prejudicar ninguém, sendo mais estripulias infantis que propriamente malfeitos) que torna *Chico* tão especial. (...) *Chico Bento*, ao contrário, quer mudar. Sua preguiça, as más notas na escola, as desculpas para deixar de ajudar no trabalho da roça, todos os seus pequenos deslizes se dão numa perspectiva de mudança e não de continuidade, (...). Vislumbrar em *Chico Bento* a representação de uma identidade nacional, percebê-lo como representante de um povo ou de pelo menos de uma parte dele, é corroborar com uma idéia de tipicidade nacional ligada a valores como a superação de obstáculos e a obstinação. (D'OLIVEIRA apud VERGUEIRO; RAMOS, 2009, p. 79 e 80)

Existe, nas duas as culturas, o choque entre o homem urbano e o homem rural. O fim da dinastia Ming formou duas Chinas: a urbana (desenvolvimentista) e a camponesa (maioria da população miserável). Destes camponeses, muitos tentaram a mobilidade para as cidades, encontrando preconceito e subempregos, o que incitou uma disparidade social grande (LOPES, 2009). Os movimentos migratórios ocorridos no Brasil, com bóias-frias e retirantes nordestinos, resultaram em semelhantes situações e, da mesma maneira, os quadrinhos retratam este choque entre o interior e o litoral, onde o caipira se legitima através do reconhecimento do homem litorâneo, o preconceito sobre o *jeca* e as dificuldades da cidade grande, muito diferente da tranquilidade da vida do interior. (D'OLIVEIRA apud VERGUEIRO; RAMOS, 2009)

Considerações finais.

Dessa maneira, muito embora distantes geograficamente, tanto o camponês como o caipira são entendidos como semelhantes graças as suas raízes sociais e a comunicação globalizada, uma vez que, diminuídas as barreiras informacionais através de novas tecnologias, o reconhecimento e a facilidade de se colocar em contatos com signos de diferentes culturas permitem a criação de novos significados, mas sem que fossem perdidos aqueles que formaram a sociedade receptora (BHABHA, 1998).

As teorias do “contato cultural” têm estudado quase sempre os contrastes entre os grupos apenas pelo que os diferencia. O problema reside no fato de que a maioria das situações de interculturalidade se configura, hoje, não só através das *diferenças* entre as culturas desenvolvidas separadamente, mas também pelas maneiras *desiguais* com que os grupos se apropriam de elementos de várias sociedades, combinando-os e transformando-os. Quando a circulação cada vez

mais livre e freqüente de pessoas, capitais e mensagens nos relaciona cotidianamente com muitas culturas, nossa identidade já não pode ser definida pela associação exclusiva a uma comunidade nacional. O objeto de estudo não deve ser, então, apenas a diferença, mas também a hibridização. (CANCLINI, 2001, p. 165)

Ainda, esta massa camponesa não representa uma sociedade homogênea, pois é parte das várias Chinas, com diversos dialetos, incomuns para as grandes cidades. Assim, nos quadrinhos, o sotaque caipira (em analogia aos dialetos) é diferencial quando entra em choque com o urbano, evidenciando, através da linguagem semiculta do personagem, que existe uma tensão entre o poder e o saber, da mesma forma como ocorre na China, entre o homem do campo e o das cidades como Xangai e Pequim. Chico Bento não detém o saber da cidade grande e, diferentemente de sua professora e de seu primo da cidade, filho do coronel, não se impõe através da fala. Mais uma vez, os ideais confucianos podem ser destacados, pois, como forma de suprir esta lacuna intelectual, o personagem apresenta como arma a sabedoria popular e a humildade para evidenciar seu valor social. (D'OLIVEIRA apud VERGUEIRO; RAMOS, 2009)

Por fim, Chico Bento, um personagem tipicamente brasileiro, pode sim ser chinês, e até mesmo, universal. A figura do caipira, tão distante para o homem da cidade grande brasileira, encontra suas proximidades no cenário internacional. É interessante, ainda, observar na raiz da identidade nacional semelhanças com os ideais confucianos. Em face a estas constatações, não é de se duvidar que tanto o governo chinês quanto os diversos leitores dos gibis tenham identificado o personagem como um típico homem rural da China.

Referências

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BUENO, Álvaro. **Dez lições de cultura chinesa**. Disponível em <<http://filosofia-chinesa.blogspot.com/2007/07/sobre-real-natureza-humana.html>>, Acesso em: 15/08/2010.

BURKE, P. **Culturas da tradução nos primórdios da Europa moderna**. In: BURKE, P.; Hsia, R. P. A tradução cultural nos primórdios da Europa Moderna. São Paulo: Ed. UNESP, 2009.

CALAZANS. **As histórias em quadrinhos do gênero erótico.** In: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, INTERCOM, v. 21, n. 1, jan./jun. p. 53-62, 1998.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas** - estratégias para entrar e sair da modernidade . Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997. p.283-350.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. 4ª. Ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CUCHE, Denys. **O conceito de cultura nas ciências sociais.** 2ª. Ed. Bauru: EDUSC, 2002. CASIMIR, G. et al. **Trust and the relationship between leadership and follower performance:** Opening the black box in Australia and China. Journal of Leadership & Organizational Studies, 12 (3), 68-84. Fev. 2006.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para ler o Pato Donald:** comunicação de massa e colonialismo. Trad. Álvaro de Moya. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GRAHAM, John L.; LAM, N. Mark. **The chinese negociation.** Disponível em: <<http://www.amazon.com/Chinese-Negotiation-John-L-Graham/dp/B000RG12CC>>, Acesso em: 02/08/2010.

GRANET, Marcel. **A civilização chinesa.** Rio de Janeiro: Otto Pierre, 1979.

HALL, Stuart. **Da diáspora:** identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

SELMA, Lagerlöf. **Petit.** Suécia: Delta, 1960.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Loyola, 1999.

LOPES, Gregório Vivanco. **Radiografando as entranhas da China.** Disponível em: <<http://www.catholicismo.com.br/materia/materia.cfm?IDmat=2A050155-3048-313C-2E3F74AD711D1C9A&mes=Fevereiro2009>>, Acesso em: 12/09/2010.

MATTELERT, Armand; NEVEU, Érik. **Introdução aos estudos culturais.** São Paulo: Parábola, 2004.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura.** 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RAMOS, P. **A leitura dos quadrinhos.** São Paulo: Contexto, 2009.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Políticas culturais**: entre o possível e o impossível. *In*: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org). Teorias e Políticas da Cultura. Salvador: EDUFBA, 2007.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

TODOROV, Tzvetan. **Nós e os outros**: a reflexão francesa sobre a diversidade humana. 2ª. Ed. Zahar: Rio de Janeiro, 1989.