



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
CURSO DE DOCTORADO
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
Y PUBLICIDAD
PROGRAMA: PERIODISMO AUDIOVISUAL: NUEVAS TENDENCIAS
EN LA PRODUCCIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN

TRABAJO DE TESIS DOCTORAL



TEMA: "EL PAPEL EDUCATIVO DE LOS CÓMICS INFANTILES:
(ANÁLISIS DE LOS ESTEREOTIPOS SEXUALES)"

DIRECTOR : PROF. ROMÁN GUBERN

ALUMNA: MARIA REGINA SARAIVA MENDES

AÑO ACADÉMICO: 1990 / 1991



E. 2. ANÁLISIS DE MORTADELO Y FILEMÓN

Mortadelo Nº 203, Editorial Bruguera S.A., 1984



Mortadelo y Filemón son dos de los personajes más populares de Francisco Ibáñez, conocidos también en diversos países de América Latina. En Brasil los conocemos por *Mortadelo* y *Salaminho*. Los dos compañeros trabajan como empleados en una agencia de detectives y a partir de su trabajo, participan en las más increíbles aventuras. Son solteros y tienen aproximadamente entre 35 y 40 años.

Mortadelo se caracteriza por ser simpático, bienhumorado, pero muy torpe. Con frecuencia se equivoca y confunde las cosas despertando la ira de *Filemón*. La máxima expresión de su peculiar creatividad y fantasía, es su capacidad de inventar los más variados tipos de disfraces, que surgen repentinamente en situaciones que le amenazan. Es capaz de convertirse y travestirse en un objeto, animal e incluso en un personaje femenino, como forma de huir de algún peligro. *Mortadelo* mantiene una cierta relación de sumisión a *Filemón*, obedeciendo sus órdenes y a quien, a veces, llama "jefe".

Filemón es un poco su polo opuesto. Malhumorado, chillón y a veces violento. A primera vista, es más activo e inteligente, pues siempre propone las soluciones para resolver los conflictos. Pero es *Mortadelo*, con sus creativos, quien muchas veces logra conseguir algún

resultado: arreglar el problema o complicarlo aún más. *Filemón* en algunas ocasiones apela a la violencia, cuando percibe que sus órdenes no son cumplidas de la manera que ha ordenado.

Cuando no están peleándose con alguien, lo hacen entre sí. Cada uno tiene una manera distinta de resolver la misma cuestión. A pesar de ello, hay una relación de compañerismo y complicidad entre los dos colegas de trabajo y amigos. Pasan juntos la mayor parte del tiempo de sus vidas.

El tema central de esta historieta son las actividades profesionales de los detectives: las misiones, aventuras y complicaciones en que se meten al intentar resolver algún caso. Normalmente no encuentran soluciones y esto provoca la ira de su jefe.

Los personajes constantes con quien más se relacionan son en general masculinos. Las demás relaciones son inconstantes: no hay amigos, parientes, ni vecinos. Mantienen contacto con su jefe, en la Agencia, quien les da los encargos y las misiones. Pero se muestra descontento de sus empleados porque siempre están metidos en líos. También son masculinos la mayoría de los personajes con que se van encontrando a lo largo de sus aventuras: bandidos, trabajadores, cobradores, etc. A veces aparecen algunas mujeres, pero no como personajes fijos: secretarias, peatones, figurantes, etc.

Ninguno de los dos tiene novia, ni pretendiente, amantes o ligues. Alguna que otra vez hacen comentarios sobre las chicas, pero su mundo de aventuras y peligros, no les da tiempo (y tampoco les interesa mucho) para dedicar a esos temas. El mundo de **Mortadelo** y **Filemón** es casi exclusivamente de los hombres adultos (también casi no aparecen niños). Esta observación me trajo a la memoria un comentario del escritor Juan E. D'Ors en su libro donde hace un análisis del trabajo

del dibujante Hergé y su famoso personaje Tintín. El autor comenta sobre la ausencia de novias en la vida de Tintín, y así la justifica:

" ... Tintín es, sobre todo, un testigo de su tiempo, un espejo activo, reflejo de épocas y de ideas. (...). Si tuviera novia, estaría excesivamente reducido a la anécdota. Es mejor que no la tenga. La imaginación del lector puede concebirle así como el ser más libre del mundo. "

(D'Ors, Juan E., 1988: 126)



Mortadelo N° 560, Editorial Bruguera S.A.,
1981

El autor, justifica la ausencia de mujeres porque ellas representan la prisión a la vez que un obstáculo a su vida de aventuras. Pero de hecho, en la vida de *Tintín*, como en la de *Mortadelo y Filemón* no hay personajes femeninos porque el mundo de la acción, aventura y riesgo, es un espacio socialmente reservado a los hombres. En esta historieta los personajes femeninos casi no existen - lo que es un dato importante.

Mortadelo y Filemón viven en constante actividad y movimiento. Es curiosa la cantidad de onomatopeyas existentes a lo largo de la historieta, para representar tanta acción.

Francisco Ibáñez, en una entrevista a El Periódico, se justifica diciendo que en la época en que nació la pareja, las únicas mujeres que cabían en las páginas de los tebeos, eran las madres o las esposas.

"... El público no sabía que sólo podían aparecer hombres. Durante años, Mortadelo y Filemón han estado siempre juntos. No había sitio para compañeras. Vivían juntos y al cabo del tiempo la gente empezó a preguntar si no sería que el autor era un poco rarillo. Pero nada de eso."

(Ibáñez, Francisco, 1987: 6)

El dibujante no justifica por qué aún en los días actuales se observa este rasgo en el comportamiento de los dos. La ausencia de las mujeres del mundo considerado exclusivamente masculino, ya no se constituye como la única realidad en la sociedad actual.

Mortadelo Nº 111, Editorial Bruguera S.A., 1973



E. 3. ANÁLISIS DE DONALD Y DAISY

Pato Donald Nº 207, Editora Abril
Morumbi, Ltda., 1989



Donald es un simpático pato habitante de la ficticia ciudad de "Patolandia", que nada más es la reproducción de una típica ciudad del interior de los Estados Unidos. Tiene aproximadamente entre 25 y 30 años de edad y está soltero. Viste siempre un traje de marinero y es considerado guapo, según el patrón de belleza "patoniano".

A pesar de ser un pato, *Donald* es uno de los personajes más humanos de Walt Disney. Sus cualidades están muy lejos de parecerse a las de un *Superman*. Al contrario, demuestra cariño, miedo, debilidad, rabia, envidia, celos, etc., como cualquier otro mortal. No tiene varita, ni alfombra mágica; no tiene fuerza física ni es valiente ni atrevido. Es un ser de lo más normal y corriente y esto identifica aún más sus lectores con el personaje.

Una de sus características que más contribuyen a su popularidad es su infinita ternura. Y creo que en un medio de comunicación destinado a los niños, la ternura es indiscutiblemente un componente importante a transmitir.

Donald es tierno, dulce (aunque expresa su rabia) y se preocupa de sus semejantes. A veces es ingenuo, dejándose caer en trampas y golpes por parte de los personajes "malos" de la historieta. Temperamental en otras ocasiones, cambia de opinión con facilidad. También se encoleriza y se pone nervioso si algo le contraría. No tiene una actitud pasiva frente a los acontecimientos. O bien actúa como un niño, o bien como un hombre maduro y responsable. No suele obedecer todas las reglas de comportamiento. Pero no las infringe a propósito: las viola sin darse cuenta. Muchas veces por ingenuidad. Y de alguna forma, es censurado por estas infracciones.

A *Donald* no le gusta mucho trabajar. A menudo lo encontramos buscando un mapa perdido que lo lleve a un tesoro y así poder vivir tranquilamente el resto de su vida. O recibir alguna herencia de su tío. Pertenece a la clase media; cuando desarrolla alguna actividad profesional, lo hace en alguna de las empresas de su tío, con quién mantiene una relación de subordinación. *Donald*, además de los que tiene con su tío, mantiene estrechos contactos con sus sobrinos *Jaimito*, *Jorgito* y *Juanito*, con quienes vive en la misma casa. Es el responsable de la educación de ellos. Con su primo *Narciso*, mantiene una relación de odio y envidia; *Narciso* tiene mucho más suerte que él, encuentra dinero por la calle, tiene facilidad para encontrar empleo y gana más dinero. *Donald*, además, tiene celos de *Narciso*, que coquetea con *Daisy*.



Daisy es una guapa patita entre 25 y 30 años de edad, residente también en "Patolandia", y es soltera. Mantiene una relación de noviazgo estable con *Donald*. Intercambia momentos de ternura y simpatía con su frialdad de persona calculadora. Extremadamente consumista, no se pierde ningunas rebajas, y también le gusta comprar en negocios de anticuarios o en tiendas de muebles usados. Es vanidosa, coqueta, muy preocupada por lo que debe vestir y no desarrolla ninguna actividad profesional. No se sabe de donde proviene su renta. Dedicar su tiempo a arreglar la casa, hacer visitas o a tomar un té con sus amigas (que tampoco trabajan): la vaca *Clarabella* y la gallina *Clara*. Con ellas participa en ferias, bingos caritativos, concurso de pasteles, o aprovechan el tiempo para pasear.

Daisy, como *Donald*, vive con sus tres sobrinas, que casi siempre la acompañan a todas partes. Visita con frecuencia a la *Abuela Pata* con quien aprende nuevas y deliciosas recetas de cocina. Los únicos varones con que convive más a menudo son *Donald* y sus sobrinos. Alguna que otra vez, acepta una invitación para salir con *Narciso*, sobre todo si éste conduce un coche nuevo. La relación afectiva entre *Donald* y *Daisy* es de lo más tradicional posible. A veces la lleva a bailar o al cine; al volver, la deja en casa sin nunca pedirle entrar "para la última copa". Pero éste es un punto siempre camuflado en los personajes de Disney: "el pecado del sexo".



" ... Hay un modelo implícito de enseñanza sexual. Lo único que ha sido callado entonces es el acto carnal, la posesión misma, el orgasmo. Su supresión indica hasta qué punto se debe pensar que es demoníaco y terrible, porque todos los demás pasos preliminares están plenamente presentes y hasta exigen a cada rato su culminación. Disney masturba a sus lectores, sin autorizarles un contacto físico. Se ha creado otra aberración: un mundo sexual asexuado. "

(Dorffman, Ariel y Mattelart, Armand, 1987: 37)

La mayoría de los habitantes de "Patolandia" son tíos, sobrinos, primos, tío-abuelos, sobrina-nietas, etc., o como máximo, posibles novios o novios eternos. La *Abuela Pata* es abuela sin nunca haber tenido hijos. En el mundo Disney, el sexo no está permitido ni para la reproducción de la especie.

Donald y Daisy viven en casas diferentes y nunca se acuestan juntos. Cuando viajan o pasean, suelen llevar con ellos los tres sobrinos de él y las tres sobrinas de ella.

Donald suele tomar las iniciativas y decisiones para resolver los conflictos. Las veces que logra conseguirlo, lo hace con la ayuda de su tío o de sus sobrinos que son expertos "scouts". Los dos únicos personajes femeninos con que acostumbre a relacionarse son la *Abuela Pata*, *Daisy* y sus sobrinas.

Don Miki N° 398, Editorial Montena, 1984



Donald no personifica el estereotipo del hombre machista y dominador. Al contrario. Es tierno, fiel y cumple con las reglas sociales referentes a la relación de pareja. Pero tampoco tiene un comportamiento distinto al hombre tradicional en la relación con el sexo femenino. Se relaciona mucho más con personajes masculinos: miembros de su familia o personas que se encuentra a lo largo de sus aventuras.

Daisy, por su parte, se aprovecha de la dulzura de *Donald* y exige algunas cosas. A ella le gustaría que *Donald* fuera un hombre con más éxito desde el punto de vista económico, como su primo *Narciso*. Y así poder llevarla a buenos restaurantes y comprarle regalos bonitos. *Daisy*, a pesar de aparecer con menos frecuencia en la historieta, es la personificación de la mujer consumista, tonta, fútil y sin ningún sueño, a excepción de triunfar en la vida a través de *Donald*.



D. 4. A MODO DE CONCLUSIÓN

CARACTERÍSTICAS DE LOS PERSONAJES ANALIZADOS

- . Una pareja de novios : hombre y mujer. Adultos, solteros y representados por animales - *Donald y Daisy*.
- . Una pareja de amigos (masculina). Adultos y solteros - *Mortadelo y Filemón*.
- . Una pareja de hombre y mujer . Adultos y casados - *Pedro y Wilma*.

De estos seis personajes, sólo *Mortadelo* tiene algún poder sobrehumano, capaz de transformarlo en mil disfraces para protegerse frente a un imprevisto o huir de una situación de peligro. Se permite incluso alguna que otra vez travestirse en un personaje femenino. Los demás tienen características muy humanas, sin ningún poder especial. No hay diferencias en el comportamiento de personajes representados por animales (como los patos de Disney), pues éstos piensan y se comportan como seres humanos.



. ACTIVIDADES

Los personajes masculinos desarrollan distintas actividades, sean profesionales, sociales, de aventuras, etc. *Mortadelo* y *Filemón*, *Pedro* y *Donald* dedican buena parte de su tiempo a la profesión. Este último, es el que tiene más aversión al trabajo, pero no deja de realizar distintas actividades profesionales temporeras en las empresas de su tío *Gilito*.

Los dos personajes femeninos adultos no desarrollan ninguna actividad fuera del mundo del hogar. No tienen profesión y se dedican a las actividades de ama de casa. *Wilma* vive del dinero del marido, cobrándole a menudo sus obligaciones de jefe responsable del sustento de la familia. Con *Daisy* nunca ha quedado claro de dónde proviene su sustento. No tiene trabajo alguno y tampoco se sabe quien la mantiene (y a sus sobrinas), o como consigue dinero para ir de compras. Cuando sale con *Donald*, siempre es él quien paga las cuentas. *Wilma* y *Daisy* tienen en común el hecho de que son muy consumistas, algo tontas. Desprecian de una cierta manera a sus compañeros porque no son hombres bien desenvueltos ni económica ni profesionalmente.

. ESPACIO/CONTEXTO

Los siete personajes analizados se mueven en los más distintos contextos de la vida cotidiana, incluso en otros países. Hay dos mundos ficticios: Patolandia y Roca Plana. *Mortadelo* y *Filemón*, así como *Donald*, *Pedro* y *Mónica* actúan en espacios públicos (calle, trabajo, tiendas, clubes, viajes, etc.) y privados (casa, vecindario, etc.). *Wilma* y

Daisy aparecen mucho más en escenas desarrolladas en espacios privados relacionados con el mundo doméstico.

. RELACIONES

Las dos parejas heterosexuales mantiene entre sí una relación tradicional. *Pedro* reproduce su papel de hombre casado responsable y fiel padre de familia. *Donald* es el novio correcto, también fiel y hasta cierto punto dedicado. Los dos personajes en cuestión no reproducen el típico machista: son capaces de demostrar sentimientos y limitaciones. Los dos intentan al máximo acercarse al modelo social de comportamiento masculino.

Los hombres se relacionan con hombres, y las mujeres con las mujeres: *Pedro* con *Pablo*, *Mortadelo* con *Filemón*, *Donald* con el tío o con los sobrinos, *Daisy* con las amigas *Clarabella* y *Clara*, y *Wilma* con *Betty*.

En *Mortadelo* y *Filemón*, hay un punto que siempre de repite: la ausencia casi total de las mujeres en sus vidas. Viven exclusivamente rodeados de un mundo masculino.

. VIDA AFECTIVA

Todas las historietas coinciden en un punto: el tema de la vida afectiva o sexual es disimulado al máximo o totalmente encubierto. *Pedro y Wilma* como son los únicos casados, por eso pueden dormir juntos e incluso tener una hija. En el mundo de Disney el sexo no está permitido ni para la reproducción de la especie. Nadie tiene hijos. *Donald y Daisy* como no están casados, tienen sobrinos y sobrinas. Hay una relación de afecto entre los dos, que aparece muchas veces en forma de celos. Son los eternos novios y que en realidad están muy poco tiempo solos. A pesar de vivir los dos en casas distintas, llevan una vida casi familiar, rodeados por todos los lados de tres patitos y tres patitas. *Mortadelo y Filemón* no tienen entre sí una afectividad disimulada. A pesar de sus eternas peleas, la mayor prueba de que se quieren, es el hecho de que pasan las veinticuatro horas del día juntos: son colegas, amigos y compañeros de aventuras. Se pelean entre sí, pero son solidarios uno con el otro cuando un enemigo les ataca.

. CONFLICTOS

Wilma y Daisy tiene como principal punto de conflicto en la relación con sus compañeros, el hecho de que ellos no son ricos ni tienen una profesión que les permita mejorar financieramente. Los dos son trabajadores explotados: *Pedro y Pablo* son obreros en una cantera y su jefe poco caso hace a sus continuas peticiones de aumento de salario.

Donald a veces está en el paro o de vacaciones, o bien trabajando como cualquier otro empleado explotado de las empresas de su avaro tío *Gilito*, por lo que ninguno de los dos puede atender las exigencias económicas de sus compañeras. Se sienten frustrados porque no pueden satisfacerlas en este sentido (a pesar de que lo intenten). En *Mortadelo* y *Filemón* el principal conflicto es la distinta forma de enfocar cada uno la misma cuestión y proponer la solución. *Filemón* intenta demostrar que él es más experto y *Mortadelo* intenta probar lo contrario con un poco más de ironía. Muchas veces se resuelven en altercados particulares, por lo que no llegan casi nunca a ninguna solución para el caso.



Mortadelo Nº 65, Ediciones B S.A., 1988

. DECISIONES

Donald, aunque a veces consulte a su tío o a sus sobrinos, toma las decisiones de su vida. Del mismo modo, *Pedro*, que charla con *Pablo*, elige el rumbo a seguir él solo. *Mortadelo* y *Filemón* también dividen entre los dos las decisiones referentes al trabajo. *Wilma* y *Daisy* toman las decisiones referentes al mundo doméstico: los hijos, sobrinos, que hacer para la cena, dónde llevar a los críos, la comida del perro y las tiendas para comprar.

. ESTEREOTIPOS SEXUALES

Mortadelo y Filemón son los héroes que en el aspecto afectivo, en relación a otras personas, están por encima de los seres humanos. Las mujeres no forman parte de su universo, de sus vidas (ellos "pasan de las tías un montón"). No se sabe bien cuál sería la relación con ellas. Casi nunca se da la confrontación directa de sexos. La lectura entre líneas que nos queda por hacer, es que el mundo de dos aventureros detectives privados es algo exclusivo para los hombres.

Pedro y Donald intentan, de la mejor manera que pueden, representar el rol masculino que la sociedad tradicional les ha adjudicado. Sus mujeres tratan de vigilar si lo desempeñan satisfactoriamente. Exigen de ellos comportamiento de hombre protector, seductor, fuerte y valeroso. Y éstas no son propiamente las características más sobresalientes de *Pedro y Donald*.

Daisy y Wilma reproducen el estereotipo de la mujer frágil, dependiente y sin iniciativa. Pasan sus vidas en el limitado mundo del hogar y parece que son incapaces de sobrevivir fuera de él. Exigen de los hombres un comportamiento machista y tradicional.

Los picapietra Nº3, Editorial Planeta-De Agostini, 1986



Como es obvio, no podría sacar conclusiones generalizadas sobre el tema, sin hacer un exhaustivo trabajo de investigación. Pero creo que estas observaciones nos pueden dar una idea del panorama general. Y por ellas podemos hacer algunas deducciones, a nivel indicativo:

- . La mayoría de los personajes masculinos son protagonistas centrales de las historietas;
- . Gran parte de los personajes femeninos son secundarios y de menor importancia;
- . En general reproducen los estereotipos tradicionales del hombre y de la mujer, discriminando unos y otras.

Para eliminar el sexismo en las historietas - o en cualquier otro medio de comunicación - hay que replantear sus contenidos educativos, principalmente en aquellos destinados al público infantil. De la misma manera que es de fundamental importancia replantear y rehacer el sistema de valores y actitudes discriminatorias transmitidas en cada viñeta, página o historieta.

Por el momento, veo dos posibles caminos a seguir:

- . Hacer constantemente un análisis crítico de las revistas de cómics ya existentes en el mercado. La escuela podría tomar la iniciativa.
- . Crear historietas con contenidos críticos y educativos, que tanto pueden ser hechas por educadores, como por los propios niños.

TERCER CAPÍTULO

III) EL MERCADO BRASILEÑO DE CÓMICS INFANTILES

A. PANORÁMICA ACTUAL	p. 107
B. QUIÉN ES MAURÍCIO DE SOUSA	
B. 1. DATOS SOBRE EL DIBUJANTE	p. 113
B. 2. CRONOLOGÍA DE SU TRAYECTORIA PROFESIONAL ...	p. 119
B. 3. ENTREVISTA CON EL DIBUJANTE	p. 124
C. ACTIVIDADES DE LA EMPRESA	
"MAURÍCIO DE SOUSA PRODUCÕES"	p. 136
D. PRESENTACIÓN DE LA REVISTA "MÔNICA"	p. 143

**A. PANORÁMICA ACTUAL DEL MERCADO BRASILEÑO
DE CÓMICS INFANTILES**

Sé que por un lado actualmente se observa en Europa una tendencia a editar historietas destinadas a un público adulto, en Brasil pasa exactamente lo contrario. Cada año -y a pesar de la crisis económica por la cual pasa el país- hay un considerable incremento en la publicación de revistas de cómics destinadas al público infantil. Esto tiene una sencilla razón: de los actuales 150.367.841 brasileños (74.992.111 hombres y 75.375.730 mujeres), más de la mitad tiene menos de 30 años. Vale la pena observar los datos oficiales del "Anuário Estatístico do Brasil", publicado por el "Instituto Brasileiro de Geografía e Estatística -I.B.G.E." (1989:73), con su estimación de población infantil y juvenil para el año 1990. Sin ninguna duda, Brasil se constituye en uno de los mayores mercados en potencia para los medios de comunicación destinados al público joven e infantil.

<u>EDAD</u>	<u>HABITANTES</u>
0 a 4 años	18.963.000
5 a 9 años	17.734.000
10 a 14 años	16.280.000
<u>TOTAL</u>	52.977.000
15 a 19 años	14.847.000
20 a 24 años	13.823.000
25 a 29 años	13.485.000
<u>TOTAL</u>	42.155.000

Nº DE REVISTAS PUBLICADAS PARA EL PÚBLICO INFANTIL Y JUVENIL: 84

Nº DE PERIÓDICOS ESPECIALIZADOS PARA PÚBLICO INFANTIL Y JUVENIL: 02

("Anuário Estatístico do Brasil", 1989: 666)

El cómic brasileño sostiene desde el principio una lucha económica y política con las historietas extranjeras, sobre todo con las producidas en los Estados Unidos. Desde la primera publicación nacional en la revista **Tico-Tico** en 1905, ha persistido en la lucha para conquistar el mercado brasileño, caracterizado por la dominación extranjera en la venta de héroes en tiras y revistas. Lo mismo pasó (y pasa) respecto a los dibujos animados, que hace poco tiempo han dado un paso adelante con la aportación de Maurício de Sousa.

El profesor Moacyr Cirne, en su libro **"A linguagem dos quadrinhos - o universo estrutural de Ziraldo e Maurício de Sousa"** (1975: 14), para analizar la evolución histórica del cómic brasileño, se remite a un estudio de las ediciones brasileñas de historietas realizado por Enrique Lipszyc, de donde podremos sacar una idea de la situación de nuestros profesionales guionistas y dibujantes de cómics. El cuadro de la página siguiente, abarca el período de marzo de 1934 a noviembre de 1970.

TOTAL DE PUBLICACIONES: 453

PUBLICACIONES CON MATERIAL EXCLUSIVAMENTE EXTRANJERO: 291 (64,2%)

PUBLICACIONES CON MATERIAL PARCIALMENTE NACIONAL: 28 (6,2%)

PUBLICACIONES CON MATERIAL EXCLUSIVAMENTE NACIONAL: 134 (29,6 %)

En los años 20 y 30 se constituían los grandes monopolios periodísticos en forma de empresas bien estructuradas, con eficientes sistemas de producción y distribución. Uno de ellos, la **Gazeta**, lanzó la **Gazeta Infantil**, suplemento para niños que publicaba tiras e historietas nacionales y extranjeras (en mayor escala). Lo mismo pasó con el **Suplemento Juvenil**, que se dedicaba también a publicar entre otras cosas, tiras e historietas. Los suplementos en Brasil se constituyeron en un puñal de doble filo para los artistas nacionales. Solamente en el año 1960 surgió el primer héroe brasileño que obtuvo éxito - el **Saci Pererê**, del dibujante Ziraldo - hecho que fue un marco en la producción de cómics nacionales. **Pererê** era un personaje basado en la figura mitológica de nuestro folklore y bastante popular entre niños y adultos. De una manera general, nuestras producciones de cómics no duraban mucho tiempo, a excepción de Maurício de Sousa, excepción que confirma la regla. El dibujante logró hacer frente al imperio Disney, que dominaba el mercado infantil de cómics y dibujos animados. Esta es su visión del problema:

" ... O material americano foi até hoje o responsável pelo não aparecimento de desenhistas nacionais. Digo, desenhistas nós tivemos vários, mas hoje estão se dedicando à publicidade ou foram para os Estados Unidos. É a velha lei da oferta e da procura. A estória estrangeira, não só americana, mas também a inglesa e algumas francesas, chega aqui a preço de banana. (...). Ora, enquanto isso qualquer desenhista profissionalmente bom, vai sentar à prancheta e desenhar uma tira que custa em homem-hora duas ou três vezes mais. Fatalmente ele vai vender para um só jornal porque não temos distribuidoras nem sindicatos nos moldes dos sindicatos americanos. A única tentativa aparecida no Brasil é a nossa redistribuidora, aqui na Maurício de Sousa Produções.

A venda da estória em quadrinho, para um jovem que começa, é difícil. Infelizmente, até eu estou concorrendo com os desenhistas brasileiros que estão sugindo por aí. Preciso vender minhas estórias pelo preço das histórias americanas, senão não coloco a produção do estúdio.

Quando houver mais esquipes e mais condições provavelmente vai haver mais desenhistas em histórias em quadrinhos no Brasil e alguns excelentes estão no forno para sair."

(Sousa, Maurício, cit. por Cirne, Moacy, 1975: 63)

Maurício, con su imperio, la **Maurício de Sousa Produções** al frente, ha conseguido un número superior en las tiradas de sus revistas, en relación a las publicaciones Disney.

Veamos el cuadro, a continuación, de las tiradas en Brasil de las historietas, publicado por la revista **Imprensa** (Nº 7, marzo de 1988)

PUBLICACIONES DE LA MAURÍCIO DE SOUSA PRODUÇÕES :

Mônica	- Editorial Globo	- 318.596 ejemplares
Chico Bento	- Editorial Globo	- 256.097 ejemplares
Cascão	- Editorial Globo	- 255.210 ejemplares
Cebolinha	- Editorial Globo	- 254.667 ejemplares

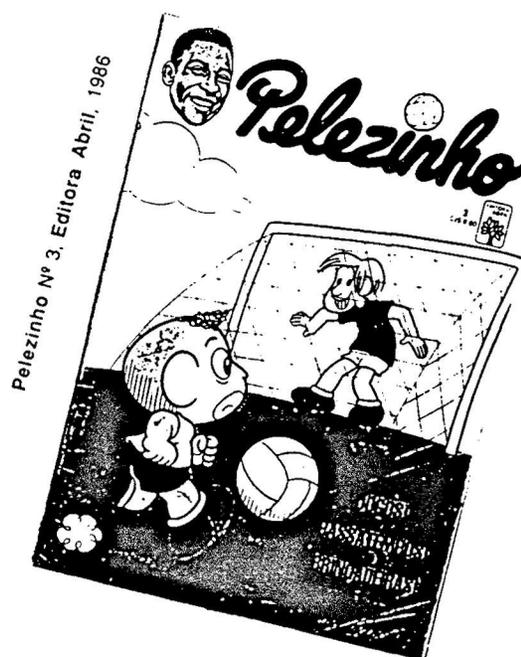
PUBLICACIONES DISNEY :

<i>Tío Rico</i>	- Editorial Abril	- 259.343 ejemplares
Almanaque Disney	- Editorial Abril	- 238.747 ejemplares
<i>Pato Donald</i>	- Editorial Abril	- 199.468 ejemplares
<i>Mickey</i>	- Editorial Abril	- 193.041 ejemplares
Zé Carioca	- Editorial Abril	- 186.350 ejemplares
<i>Daisy</i>	- Editorial Abril	- 168.132 ejemplares

(OBS: Datos de marzo de 1988)

La única manera capaz de proteger al dibujante y al cómic nacional sería a través de la creación de normas con una reglamentación que lo protegiera. En Brasil, el primer intento en este sentido fue en septiembre de 1963, cuando se firmó un decreto (el nº 52497), que obligaba a las editoras de cómics y a los periódicos a introducir gradualmente los tebeos nacionales. Pero algunas empresas interesadas en seguir editando historietas extranjeras promovieron una acción judicial contra ese decreto, que fue posteriormente archivado.

Se retomó el asunto en 1981, con otro intento de normativización. Pero en el nuevo decreto, al llegar a la votación en el Senado, fue incluido un artículo que llevaba todo al punto de partida. Algunos defendían que se debería considerar cómics nacionales todo lo que fuera producido en Brasil. Esto significaba que muchas de las historietas de *Tío Rico*, *Batman* o *Mickey* que eran de origen norteamericano pero dibujadas en Brasil, serían consideradas brasileñas. Y hasta el momento, no se ha encontrado una solución que proteja la producción brasileña de cómics.



B. 1. DATOS SOBRE EL DIBUJANTE



Maurício de Sousa nació en Santa Isabel, un pueblecito en el interior de São Paulo, el 27 de octubre de 1935 y pasó su infancia en la ciudad de Mogi das Cruzes. Sus padres, Antônio Maurício y Petronilha de Sousa trabajaban en la radio y también eran, poetas y compositores; este hecho ha contribuido en su formación para que él pudiera desarrollar una sensibilidad para la creación y el arte.

Este paulista de 54 años - nacido bajo el signo de Escorpión - empezó a dibujar a los 5 ó 6 años de edad y se ha dedicado a distintas actividades antes de definirse y consagrarse actualmente como el dibujante de más éxito en Brasil: la pintura, el dibujo, el piano y también como redactor y locutor de radio.

Maurício está casado - por tercera vez - con Alice Keiko, que desde hace 20 años trabaja en la **Maurício de Sousa Produções**. Ahí empezó como dibujante y actualmente es la Directora de Arte de la organización. Sus tres matrimonios le hicieron padre de tres hijos y seis hijas: Mônica, Magali, Mariângela, Márcia, Vânia y Valéria, de las cuales, las dos primeras han inspirado al dibujante dos de sus famosos personajes y que llevan el mismo nombre de las chicas.

En 1954, empezó como reportero en la redacción del periódico del grupo **Folha de São Paulo**. Pero su primera tira de cómic fue publicada en el año 1959, cuando trabajaba en la sección de sucesos del periódico **Folha da Manhã** (São Paulo). Maurício comenta de esta manera sus primeros años de dibujante, en un momento en que la invasión de productos extranjeros cerraba las puertas a los nuevos y desconocidos profesionales brasileños:

" ... No começo foi duro. Tínhamos de escrever a estória de madrugada, desenhar de manhã e vender de tarde. Além disso, quebrar o tabu da estória em quadrinhos brasileira. Os jornais, os diretores de jornais, não acreditavam também que os desenhistas brasileiros agüentassem manter a estória no jornal. Em alguns lugares onde eu não me identificava, o pessoal dizia que só aceitava estória americana. "

(Sousa, Maurício de, citado por Cirne, Moacy, 1970: 32)

En 1959 publicaba su primer personaje - el simpático perrito **Bidu** - dio inicio a la creación de más de cien personajes (muchos todavía inéditos), reunidos en "familias" o más bien pandillas, de las cuales las más importantes son: la pandilla de **Mônica**, de **Horácio**, de **Chico Bento**, de **Pelezinho**, de **Tina**, de **Bidu**, de **Penadinho** y la pandilla **da Mata**.

De las tiras cortas de los periódicos, surgió un verdadero imperio -impulsado sobre todo a partir de la creación de la empresa **Maurício de Sousa Produções** que envuelven ediciones y producciones en los más distintos campos de la comunicación. La empresa actualmente se ha dedicado a tantos y distintos proyectos, que Maurício ha ganado en Brasil el título de ser el "Disney brasileño", el cual comenta con humor:

" ... É uma questão de cronologia pura. Se eu tivesse nacido antes, iriam chamar o Disney de "Maurício Americano ... "

(Sousa, Maurício de, -entrevista a-, 1984: 44)

Su vida profesional hasta el momento, puede distinguirse en cuatro etapas: la primera - en los años 60 - empezó su obra con la publicación de tiras de cómics en los periódicos. Los años 70 lanzaron y solidificaron en el mercado las revistas y álbumes de cómics; en los años 80, su esfuerzo estuvo concentrado en la creación y producción de dibujos animados para el cine y la televisión. El sueño de los años 90 - ya puesto en marcha - es la creación de parques y ciudades de **Mônica** - áreas verdes destinadas al ocio y a la diversión. En estos dos últimos proyectos, Maurício viene dedicando gran parte de su esfuerzo, como también la conquista de nuevos mercados en el exterior.

Maurício considera que sus personajes son universales por tener características muy humanas. Tanto los animales o los objetos que eventualmente participan en la historieta, inspiran los más comunes y normales sentimientos y comportamientos del ser humano. Pero esa

universalidad de sus personajes ha generado discusión por parte de algunos investigadores brasileños sobre el tema, que consideran su obra como algo no muy representativo de los problemas y de la realidad nacional. Veamos, a continuación, la opinión de dos críticos brasileños sobre la obra de Maurício:

" ... Alguns teóricos o acusam de ter produzido personagens que não representam o Brasil ou que não têm o valor de contestação sócio-político. Maurício iniciou e firmou seus personagens, sobretudo, nas décadas de 60 e 70, trocando a contestação pela retratação do mundo infantil que ele próprio viveu no interior de São Paulo. "

(Bibe-Luyten, 1987: 79)

" Por que Maurício de Sousa, nos últimos anos, não tem tentado uma abrasileração progressiva dos personagens que giram em torno da Mônica? É verdade que existe o Chico Bento, (...) mas está ligado a um mundo limitado dentro do seu universo ficcional ... "

(Cirne, Moacy, 1975: 64)

" Criticamos no Maurício sua dependência cultural dos modelos quadrinhísticos de outras terras. Neste sentido,

escrevemos há pouco: as restrições ao mundo sógnico de Maurício de Sousa começam por sua reduplicação ideológica dos comics infantis estrangeiros. Podemos destacar nessa reduplicação a universalidade que se espraia por seus segmentos e blocos temáticos. A rigor, trata-se de um quadrinho atípico em termos dessa ou daquela determinada nacionalidade. Seus personagens movem-se no meio de uma classe média sem características nacionais, brasileiras ou não. "

(Cirne, Moacy, 1982: 82)

Por una parte, considero que hasta cierto punto, las críticas anteriores tienen sentido con respecto a los personajes de Maurício. La gran mayoría de ellos están distanciados de los problemas que afectan actualmente al pueblo brasileño. Sus personajes se mueven más o menos dentro de una clase media, sin características específicamente brasileñas o latinoamericanas. En su deseo de crear una obra universal que pueda ser entendida en distintas partes del mundo, los hace sin esta identidad nacional brasileña. **Chico Bento**, por ejemplo, es una excepción que confirma la regla. Este personaje representa la manera de pensar y actuar del campesino de una determinada región de Brasil. Pero por otra parte, tendríamos que reflexionar si todo cómic para niños tendría necesariamente la obligación de ser únicamente didáctico en sus contenidos, o representar fielmente la realidad social de cada país. No nos olvidemos que, además de informar y educar, los medios de comunicación dirigidos a los niños también tienen la función de divertir

y entretener. No es la propuesta de Maurício, hacer de sus cómics vehículos de concienciación política, como hizo Quino con **Mafalda** (más bien dedicada a un público adulto). Según sus propias palabras, Maurício desea "divertir, entretener y transmitir a los niños mensajes de optimismo."

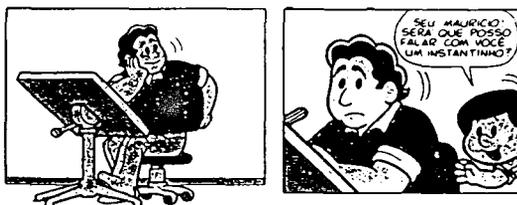
De todas formas, Maurício es el único artista brasileño que vive solamente de sus cómics, aunque sus creaciones actualmente estén también en la publicidad, en el cine y en la televisión. Es también el único profesional de este área que tiene un equipo formado trabajando "con él y no para él", conforme a su propia definición de la empresa.

A pesar del éxito, Maurício no ha dejado de lado su forma de ser de niño de pueblo. Es alegre, bienhumorado y transmite estos sentimientos a todo el equipo que trabaja con él. En la medida de lo posible, y entre una reunión y otra, procura atender personalmente a los visitantes ilustres: niños, padres, profesores, periodistas, investigadores, etc. Da una vuelta con ellos por los departamentos de la empresa, con el gusto visible del artista que enseña su obra maestra. Aprovecha el paseo para verificar de cerca el perfecto funcionamiento de todo. Hace bromas con uno y con otro que encuentra por el pasillo - en su mayoría, familiares y empleados que trabajan en la empresa desde hace muchos años.

Es un caso raro el de este dibujante que se ha hecho un próspero empresario, que amplía mercados, aumenta los intereses y mira con confianza hacia el futuro. En todas las áreas de actuación, Maurício no pierde la vista de su principal público receptor, que él considera como el público más exigente del mundo: los niños.

B. 2. MAURÍCIO DE SOUSA:

CRONOLOGÍA DE SU TRAYECTORIA PROFESIONAL



Mônica Nº 16, Editora Globo, 1988

- 27/10/1935 Nace en Santa Isabel, interior del Estado de São Paulo, Brasil Maurício Araújo de Sousa, hijo de Antonio Maurício de Sousa y Petronilha Araújo de Sousa.
- 1954 Empieza su trabajo como reportero en la sección policiaca del periódico **Folha de São Paulo**.
- 07/1959 Se publican sus primeras tiras de cómics en el periódico **Folha da Manhã** - São Paulo. Su primer personaje es el perrito **Bidu**.
- 01/1966 Crea la distribuidora **Maurício de Sousa Produções Ltda.** y empieza la distribución de tiras para periódicos de norte a sur del país.
- 1968 Maurício concede la licencia para la producción industrial de la línea de productos infantiles **Mônica**.
- 1969 Maurício de Sousa recibe el premio "**CITTÀ DI LUCCA**" en el Salón Internacional de Lucca - Italia.

- 05/1970 La **Editora Abril** lanza al mercado la revista "**Mônica**", en colores y de periodicidad mensual.
- 1971 La revista **Mônica** recibe el premio "**GRAN GUINIGI**" en el Salón Internacional de Lucca - Italia.
Maurício recibe en esta misma ocasión el "oscar de los cómics", el trofeo "**YELLOW KID**".
- 1973 La **Editora Abril** lanza al mercado la segunda revista mensual de Maurício - **Cebolinha**.
- 1974 Firma un contrato con la "**UNITED FEATURE SYNDICATE**" para la distribución de sus creaciones en Estados Unidos y a través de la "**UNITED PRESS INTERNATIONAL**", para la edición en distintos países del mundo.
La editorial "**EHAPA VERLAG**", de Stuttgart (RFA), publica la revista "**FRATZ**" (**Cebolinha**).
- 1974 Lanzadas las ediciones especiales de revistas de cómics educativas, discutiendo temas sobre salud, ecología, historia, etc.
- 10/1976 Lanzada en tiras de periódicos una nueva familia de personajes liderada por **Pelezinho**, basada en la infancia del conocido jugador de fútbol brasileño - Pelé.
Maurício recibe los premios "**DESTAQUE MARKETING**" de la Asociación Brasileña de Marketing y "**TOP MARKETING**", de la Asociación Brasileña de Propaganda.

- 12/1976 Lanzado el primer dibujo animado de la Pandilla de **Mônica** producido por la **Maurício de Sousa Produções** y transmitido por la **"TV GLOBO"** en la red nacional.
- Este dibujo gana una mención para el trofeo **"COMUNICAÇÃO"**, del Museo de Arte Brasileño de la **"FUNDAÇÃO ÁLVARO PENTEADO"**, São Paulo - Brasil.
- Lanzado al mercado el primer almanaque de cómics con los personajes de Maurício y nuevas ediciones especiales educativas.
- 02/1977 La **Editora Abril** lanza en Brasil y Portugal la primera revista brasileña cuyo personaje central es negro - **Pelezinho**.
- 12/1977 Lanzamiento de nuevas ediciones europeas de la Pandilla de **Mônica** en Dinamarca (**"Gutenberghus Bladene"**), Suecia (**"Hjemmet Bladforlaget"**) y Noruega (**"Hemmet Journal Ab"**).
- Publicada la Cartilla didáctica de **Mônica**, por la **Editora Abril**.
- 1978 Estreno, en el teatro **TUCA** de São Paulo, del musical **"MÔNICA E CEBOLINHA NO MUNDO DE ROMEU E JULIETA"**, dando inicio al teatro infantil de los personajes de Maurício.

- 1978 La Editorial Cinco, de Colombia inicia la publicación de la revista **Mônica** en lengua castellana para distintos países de la América Latina.
- 1979 Producción de dibujos animados de la pandilla de Mônica, integralmente realizados en los estudios de la **Maurício de Sousa Produções**.
Recibe el trofeo de "Mejor Producción de Disco Infantil del Año", con el LP titulado "**MÔNICA E CEBOLINHA NO MUNDO DE ROMEU E JULIETA**".
Lanzamiento del primer álbum de cromos con la galería de personajes de Maurício.
- 10/1979 El Instituto Nacional del Libro (Brasil) lanza la colección "**Amarelinha**" con cuatro libros de cuentos infantiles de Maurício.
Inaugurada la primera tienda de ventas de los productos de la línea infantil **Mônica**.
- 1980 Sus personajes participan en la campaña pública de vacunación contra la poliomelitis y en la campaña nacional contra el tabaco.
Maurício recibe el título de "**Membro Honorario da Academia Brasileira de Literatura Infantil e Juvenil**".
- 1982 Contrato con la "POLYGRAM DISCOS" para la producción de ocho discos anuales.

- 1982 Estreno del primer dibujo animado en largometraje, titulado **"AS AVENTURAS DA TURMA DA MÔNICA"**, producido y distribuido por la **"EMBRAFILME"**, empresa vinculada al Ministerio de Educación y Cultura en Brasil.
- 1983 Lanzado el LP con la trilla sonora de la película **"AS AVENTURAS DA TURMA DA MÔNICA"**.
La historieta **"CHUVA NA ROÇA"** (Lluvia en el campo) con el personaje campesino de Maurício -**Chico Bento**-, gana el **"VIII Prêmio Abril de Periodismo"** en la categoría "Cómics".
- 07/1983 La película **"AS AVENTURAS DA TURMA DA MÔNICA"** se exhibe en el **"XIII Festival Internacional del Cine"**, en Moscú.
Estreno, en el teatro **"ZACCARO"** de São Paulo, de la obra teatral **"VEM BRINCAR COM A TURMA DA MÔNICA"** (Ven a jugar con la pandilla de Mônica).
Lanzamiento del disco con las partituras de la obra.
La película **"AS AVENTURAS DA TURMA DA MÔNICA"** recibe el premio **"SÃO SARUÊ"**, de la Asociación Brasileña de Prensa - Rio de Janeiro. La película se exhibe en Mozambique, África.
- 01/1984 Estreno del segundo film de dibujos animados de la Pandilla de Mônica, titulado **"A PRINCESA E O ROBÔ"**.
Maurício participa como jurado, a la vez que recibe un homenaje por sus veinticinco años de carrera artística, en el **"Certamen Internacional de Cine y Televisión para la Infancia y la Juventud"** en Gijón.

B. 3. ENTREVISTA CON EL DIBUJANTE MAURÍCIO DE SOUSA

(Realizada en el despacho central de la **Maurício de Sousa Produções - São Paulo**, agosto de 1989)



1. REGINA SARAIVA: Bueno, Maurício, para empezar, me gustaría saber cual es tu definición particular de lo que son los cómics.

MAURÍCIO. DE SOUSA: Pero, ¿cómo? ¡ Ay, Dios mío! Pues... mira, no lo sé. Sólo puedo hacer algunas sugerencias, dar opiniones construídas a partir de trabajos de estudiosos del tema y de mi propia experiencia profesional. Es muy difícil en mi caso, definirlos. Es lo mismo cuando preguntas a un bailarín lo que es la danza. La danza es una energía que sale de dentro de él, de su cuerpo y de la necesidad de exteriorizar cosas, sentimientos, etc. Con los

cómics pasa los mismo. Los utilizo para exteriorizar lo que llevo dentro y que quiero contar a los demás. Pero más que nada, son una manera de manifestación artística, intelectual, emocional, etc. Todo esto yo lo podría difundir a través de muchos canales de comunicación. Pero elegí los cómics porque se me han presentado como el mejor vehículo para comunicarme con la gente. Pero antes de trabajar con cómics, yo dibujaba, pintaba, me gustaba la música y muchas veces tuve dudas sobre cuál medio elegir para exteriorizar mi energía. Hace mucho tiempo, pensé que quería ser pianista, músico o alguna cosa por el estilo. Pero mis dedos, que son muy cortos, cogían mejor un lápiz que un teclado.

2. R. S.: Es muy interesante el éxito de toda la producción de Maurício aquí y en otras partes del mundo. ¿ A qué atribuyes tanto éxito, teniendo en cuenta la invasión extranjera en el mercado brasileño de cómics?

M. S.: Sí, creo que sí. Se trata de exteriorizar tu yo vital, poner tu sangre, tu respiración, tu vida, todo lo que uno siente, en el trabajo que realiza. Lo que hago para mí no es un trabajo y sí como una realización personal, algo lúdico. Yo juego, me divierto con lo que hago... estoy jugando permanentemente. Me lo paso bien, vivo, vibro con mi trabajo. Y también me esfuerzo en transmitir al personal que trabaja aquí en esta casa, esta misma vibración. Por ello pienso que esto hace que el material que se produce en esta casa salga a la calle con una carga de emociones tan fuertes y tan grandes. No tenemos la preocupación

exclusiva del éxito. Él es una consecuencia de mucho trabajo realizado con el corazón. Nuestra preocupación es servir, transmitir algo bueno, emitir mensajes alegres y optimistas de la vida. Pienso que el éxito comercial viene como resultado de un trabajo que realizamos creyendo en ello, creyendo que es algo de calidad - y esto cuesta mucha dedicación - y que, por lo tanto, tiene muchas posibilidades de tener éxito. Esto pasa en cualquier profesión.

R. S. : O sea, el gran secreto es el corazón...

M. S. : Sí, es el corazón. Pero esto no es un secreto... Mira, Regina, desde que el mundo es mundo el gran logotipo de la humanidad es éste (dibuja en un papel un corazón), y la persona no se olvida. Muchos otros logotipos han sido inventados, pero el único que es mono de verdad, es éste. El corazón.

3. R. S. : En la galería de los personajes de cómics del mundo - y especialmente en tu obra, existe un número mucho más grande de personajes masculinos que femeninos...

M. S. : ¿ Tú crees?

R. S. : Sí que lo creo. Podemos ahora mismo enumerar una gran cantidad de héroes varones producidos en Brasil. No pasa lo mismo con las heroínas, que están realmente en minoría.

M. S. : ¡Ah!, esto será porque una mujer vale por dos o tres personajes masculinos... En cualquier historia, en

cualquier obra de ficción, hay, como pasa en la vida real, el conflicto entre el hombre y la mujer. A veces, un conflicto amoroso, o un litigio, conflictos abiertos o cerrados, explícita o implícitamente. Pero existe el conflicto, y a veces la historia central se basa en un determinado tipo de conflicto entre el hombre y la mujer. De verdad, que yo creo que la mujer es mucho más fuerte que el hombre. Es más experta, más inteligente, más ágil, más fuerte físicamente incluso; y como consecuencia, hacen falta dos o tres hombres para equipararse a una mujer. No me sorprende si nosotros los dibujantes, de forma inconsciente, ponemos más personajes masculinos en nuestros conflictos, para enfrentarse a una **Mônica**, por ejemplo. Hace falta un **Cebolinha** y un **Cascão** para enfrentarse a ella y no consiguen vencerla.

4. R. S. : Hay muchas personas que piensan que **Mônica** tiene algunos componentes machistas, en la medida en que utiliza la fuerza física para mantenerse en el poder frente a su pandilla, compuesta sobre todo por chicos, ¿Qué te parece la observación?

M. S. : Pero pasa lo mismo, se habla tanto de **Mônica** como también de la mujer moderna. Y la mujer moderna no ha dejado de ser mujer por esto. Ella defiende hoy sus espacios con más fuerza y con más conciencia. Y por esto la gente seguirá hablando de **Mônica** y de las mujeres en general. Y las mujeres continuarán conquistando sus espacios, sin ninguna duda.

5. R. S. : ¿**Mônica** sería para ti un reflejo de esta mujer moderna?

M. S. : **Mônica** en realidad no es una creación pura de ficción. Es mi proyección de cómo yo veía a mi hija **Mônica** actuando en su estado natural, cuando tenía dos o tres años; y veo también cómo actúa ahora ella como adulta. Ella es una persona voluntariosa, con una fuerte personalidad, pelea por las cosas que cree y no acepta órdenes que ella no entienda la razón.

Veo, a mi manera, las cosas que pasan en la vida real y no necesito inventar casi nada. Basta transcribir y transportar al papel lo que veo en la vida real. Vengo de una familia de mujeres muy fuertes. Mi madre, hasta hoy, es una mujer muy fuerte; mi abuela era la matriarca de la familia. Ha fallecido hace poco tiempo con noventa y tantos años. Mi madrina también era una mujer de personalidad muy marcada. Vengo de una familia de mujeres notables que levantaron banderas y lideraron batallas. Y por esto que, viviendo este tipo de experiencia, sólo podría crear un personaje femenino como **Mônica**. De la misma manera, conocí a hombres maravillosos en sus momentos de actuación. Pero lo que no puedo, por educación, machismo, etc., es ignorar el papel de las mujeres en la vida real y tampoco en la proyección ficticia de esto en mi trabajo.

6. R. S. : ¿Tú crees que tus personajes son universales? ¿Crees que pueden ser entendidos en su esencia y mensajes en distintos países y en distintas culturas?

M. S. : Estoy seguro que sí. Tenemos un cuidado especial , que en un principio fue una intuición, y posteriormente coincidió con la necesidad de **marketing** para una ampliación del mercado. Ellos viven las emociones básicas no cambian tanto de país a país, o de cultura a cultura: el amor, la rabia, la añoranza, la tristeza...

R. S. : ... los celos ...

M. S. : ... es verdad, los celos, la ambición, la envidia, el cariño, etc., todos sentimos lo mismo, aunque de distintas formas. De un idioma a otro se cambian las palabras, los símbolos, pero los sentimientos son los mismos y esto hace posible crear una historia universal. Yo leí una vez un libro de un escritor ruso que escribió un libro sobre el pueblo donde nació, y con esto hacía una obra universal, porque las emociones básicas que pasan en aquel pueblo, en Rusia, podrían ser entendidas en cualquier lugar del mundo. La gente seguro que es capaz de entender y pasa lo mismo con la historia de **Mónica**.

7. R. S. : ¿ Qué tipo de preocupaciones o cuidados tienes, al escribir y dibujar mensajes para un público principalmente infantil?

M. S. : Desde el principio, y ahora aún más, nosotros hablamos con miles de niños. Pero antes de pasar mi trabajo a ellos, yo invento una historia para mis hijos pequeños - que también tengo - o para mis nietos. Claro que tengo que tener cuidado con la historia que voy a contar a mi hijo, a mi nieto o a cualquier otro niño. Cuando estoy analizando todos los guiones que pasan por mis manos para

seleccionar los que van o no a ser publicados, de forma consciente analizo cómo aquel mensaje va a repercutir en un público cálido, abierto, que se encuentra totalmente desarmado, indefenso y de brazos abiertos para todo lo que hacemos o producimos. Yo no puedo - de ninguna manera - en estos mensajes agredir, ofender o desviar a los niños de esta relación de amistad y de cariño hacia nuestros personajes y nuestro trabajo. Tengo que respetar todo esto. Tengo todos estos cuidados de la misma manera que los tengo con el material que llevo a mis hijos o mis nietos. Las historias que a ellos puedo contar, o los productos que a ellos puedo sugerir para ser utilizados, deben tener la misma atención, porque es fundamental tener atención con todos los niños.

8. R. S. : ¿ No crees que los cómics para los niños tienen un importante papel en el proceso de educación - entendida en su concepto más amplio - como también la televisión, el cine, y otros medios masivos?

M. S. : Sí, claro que sí. Todos estos canales tienen un peso importante en la formación del niño. Y creo que aún más el cómic, porque tiene un poder de memoria que muchas veces una imagen de televisión no tiene. Con los cómics es muy importante la interrelación y la amistad que hay entre el lector y el personaje. Porque si no hay esta interrelación, este acercamiento, el niño va a tirar la

revista sin querer saber nada más sobre ella. Si hay esta relación de cariño, el niño tiene la oportunidad de releer la historia, ver otra vez al personaje, porque tiene la revista a mano.

9. R. S. : ¿No te parece curioso el hecho de que, a pesar de todo este **boom** de los vídeos, juegos electrónicos, etc., se siga vendiendo cómics para niños, sobre todo aquí, en Brasil?

M. S. : Es verdad. Pero siempre creí que los cómics son unos productos permanentes, independientes de los cambios que pasan hoy día. Es lógico que, sobre todo ahora con las nuevas tecnologías de la información avanzando continuamente, estemos desarrollando nuevos proyectos, nuevos caminos para nuestro trabajo. Estos cambios no serán necesariamente el cómic clásico, impreso en papel, ni tampoco los dibujos animados en vídeo o en el cine. Tendremos productos intermedios, tal vez cosas muy nuevas. Nos estamos preparando para ello. Pero el contenido, el mensaje y el cariño de los personajes tendrán la misma esencia. Mantendremos la misma filosofía de acercamiento a los niños de la misma manera, independientemente de los nuevos canales tecnológicos que consigamos abrir.

10. R. S. : Maurício, ¿ cómo va **Mônica** en España? He buscado por los quioscos y no la he encontrado. En Barcelona conseguí algunos ejemplares en el Mercado de San Antonio, donde venden los domingos todo tipo de revistas de segunda mano y antiguas. ¿**Mônica** está siendo distribuída normalmente?

- M. S. : Actualmente, no. Teníamos un contrato allí con la Editorial Planeta, pero hubo algunos problemas entre ella y nuestros representantes y las cosas no avanzaron mucho. Pero estamos retomando el contacto para, posiblemente, el enero de 1990. La cosa va marchando. Tuve el mismo problema en Argentina y también lo estamos arreglando de la misma manera. **Mônica** hablando en español saldrá ahora con más fuerza.
11. R. S. : En Cataluña, ahora los niños son alfabetizados en catalán. ¿No te has planteado publicar tu trabajo en este idioma?
- M. S. Yo me sentiría muy halagado y satisfecho de tener la pandilla de **Mônica** hablando en catalán porque me parece muy agradable la forma, la sonoridad de este idioma. Además, para un brasileño, es mucho más fácil entender el catalán que el español. Me agradecería muchísimo, y espero de verdad, que nuestros editores en España tengan la sensibilidad ante las particularidades de las distintas regiones de España y que puedan editar la revista también en catalán.
12. R. S. : Para terminar, Maurício, ¿cuáles son tus próximos sueños para la **Maurício de Sousa Produções**?
- M. S. : ¿Cuáles? ¿Tú me hablas de los sueños que nosotros estamos ya preparando para convertirse en realidad?
- R. S. : Sí, porque sé que hay muchos más, ¿verdad?
- M. S. : Sí, de hecho hay muchísimos sueños por realizar. De momento vendrán los parques, la Ciudad de la Mônica, que

serán áreas para el ocio, de diversión y para que los niños de la ciudad puedan tener contacto con la naturaleza. Tendrán juguetes que fueron pensados para estimular a los niños a ejercitar su psicomotricidad. Ellos juegan con los juguetes y no "ayudando" al juguete a jugar sólo, como pasa con muchos juguetes electrónicos actualmente. O sea, en estos parques, el niño no es pasivo y sí activo. Además, estamos planificando la co-producción de nuestras películas para la televisión del Japón y Taiwan, para empezar. Tenemos otros proyectos más pequeños, pero son los parques y los dibujos animados para televisión, que van a apoyar el lanzamiento de las revistas en otros países. Ciertamente vendrá también la licencia para el **merchandising** internacional y la creación de los parques también fuera de las fronteras de Brasil. Bueno, nuestros esquemas son a escala planetaria. Pero, fíjate, cuando hablo de esta producción a escala mundial, no hablo de un gran imperio ni mucho menos. Pero realmente, algunos de los proyectos que realizamos hoy - como por ejemplo lo de la producción de dibujos animados para la televisión - son tan caros y conllevan tantos miles de dólares, que no es posible pensar en un producto así solamente con la producción de un país. Tenemos, por esto, que pensar en una docena de países. Hay que pensar en un mercado mundial, si no estaremos muy limitados. Sí que es posible, vamos a avanzar más y de este tipo de material, o sea, la historia **soft**, la historia más humana. De una cierta manera, es una unión de la técnica del cómic anglosajón con el espíritu latino. Creo que esta mezcla da

un resultado equilibrado; y todo debería ser así: mezclar el sentimiento y el corazón con la tecnología y la razón. O sea, la objetividad anglosajona con el corazón transbordante de emoción de los latinos. El día que consigamos hacer esta mezcla, el mundo podrá mejorar un poco más. Conviviendo y trabajando para los niños, descubrimos razones para creernos que el próximo siglo será distinto.

13. R. S. : Oye, Maurício, tengo un colega, también profesor del curso de Comunicación Social de la Universidad Federal de Paraíba que está haciendo una investigación sobre tu personaje **Chico Bento**. Vi una Tesis de Master en el Departamento de Comunicación Social de la Universidad de São Paulo sobre **Horácio**, y la mía, si Dios quiere, saldrá el próximo año. El Prof. Moacy Cirne, del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal Fluminense tiene incluido en sus libros y artículos sobre cómics, consideraciones y comentarios sobre tu obra. ¿Qué te parece todo eso?

M. S. : Pues me alegra mucho saber que profesionales, profesores e investigadores de la comunicación estén atentos, que lean y comenten mi trabajo. Esto, sin duda, nos ayuda a reflexionar, madurar y mejorar cada vez más. Pero estoy especialmente preocupado por la opinión de los niños, de cómo reciben y responden a nuestro trabajo. No nos gustaría - bajo ninguna hipótesis - defraudar la confianza que han depositado en nosotros.

R. S. : Oye Maurício, ¿puedo sacarme una foto contigo?

M. S. : Pues claro que sí, mujer. Bueno, no estoy en mis mejores días pero lo puedo intentar. A noche salí de marcha y hoy no me encuentro en mi mejor forma.

R. S. : Bueno, gracias por todo, y seguiremos manteniendo contacto. Te avisaré del día de la lectura de la tesis. A lo mejor te gustaría venir...

M. S. : ¿A dónde?

R. S. : A Barcelona.

M. S. : Por Dios, ¡a mí me encantaría! Es una ciudad preciosa. Seguro que si por aquellos días estoy más o menos libre, iré. De verdad, me encantaría...

