

O MERCADO DE QUADRINHOS EM DIREÇÃO À ANIMAÇÃO: O CASO DA PRODUÇÃO DE MAURÍCIO DE SOUZA¹.

Nadilson Manoel da Silva² & Ana Patrícia de Paula³

Universidade Católica de Pernambuco

Quando se pensa em quadrinhos é comum se lembrar dos super-heróis americanos e dos quadrinhos de Disney. No entanto, esse imaginário tem se transformado intensamente com o espaço cada vez maior ocupado pelos quadrinhos de Maurício de Souza. Seus personagens têm sido utilizados de forma bastante eficiente para a consolidação dos quadrinhos nacionais no mercado brasileiro e sua inserção no mercado internacional. Observa-se também um processo de expansão mercadológica em direção à diversificação dos produtos que passam a ser utilizados em merchadising e, mais recentemente, nos desenhos animados e animações. A partir dessa nova realidade, esse artigo trará para a discussão a contribuição de Maurício de Souza para essa nova fase de expansão dos quadrinhos nacionais em direção ao cinema de animação.

Palavras-chave: Histórias em quadrinhos infantis; Maurício de Souza; cinema de animação.

O desenvolvimento do mercado de quadrinhos infantis

Podemos considerar um marco para os quadrinhos nacionais o que ocorreu na década de 30 no Brasil. Nesse período importou-se dos Estados Unidos a idéia de suplemento, caderno especial que acompanhava o jornal nas bancas. Pela primeira vez, os brasileiros se depararam com grandes sucessos americanos daquele momento, os gêneros de aventura e ficção científica, como o Príncipe Valente, Mandrake, e Flash Gordon, entre outros, no Suplemento Juvenil (publicado no jornal A Nação).

¹ Trabalho apresentado ao NP Produção Editorial, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

² Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Católica de Pernambuco.

Doutor em Sociologia e pesquisador de histórias em quadrinhos, tendo publicado artigos sobre o tema e o livro "Fantasias e cotidiano na Histórias e Quadrinhos", Annablume, 2002.

³ Jornalista e especialista em Jornalismo Cultural pela Universidade Católica de Pernambuco.

Foi a invasão dos também heróis ianques aventureiros das selvas ou policiais, a exemplo dos conhecidos Tarzan, Jim das Selvas, Fantasma, Dick Tracy, Agente Secreto X-9. Também surgiram grandes sucessos como o Tintin nesta etapa. O que reforça a afirmação de Francisco Rüdiger (2001:138), quando ele diz que também podemos explicar indústria cultural como uma prática social através da qual a produção cultural e intelectual passa a ser orientada em função de sua possibilidade de consumo no mercado. Os quadrinhos encontram nos leitores infanto-juvenis, o alvo perfeito para a sua perpetuação, ou seja: ávidos consumidores.

Assim como em outras partes do mundo, as histórias em quadrinhos já se mostravam eficientes como um chamativo para o público voraz por novidades. Era também de interesse dos diretores dos jornais acharem novos atrativos para disputar leitores e aumentar assim, a tiragem dos seus veículos. Segundo Luyten (1987), a grande difusão dos quadrinhos foi realmente conseguida graças ao esquema de syndicates, um sistema de distribuição que possibilita grandes e pequenos jornais e revistas do mundo inteiro, a publicação dos autores e personagens por um valor muito inferior ao estabelecido pelo mercado. E essas agências distribuíram e continuam com esse papel até hoje.

Segundo Gonçalo Júnior (2004), Aizen conseguiu os direitos do King Features Syndicate (KFS), abrindo as portas para os mais conhecidos personagens da história dos quadrinhos até os nossos dias. Gonçalo analisa também que desde a sua criação, o Suplemento Infantil não se limitou a lançar heróis americanos e reuniu como colaboradores vários desenhistas e escritores brasileiros, como Monteiro Filho e o baiano Jorge Amado, através das séries Edições Maravilhosas (mais tarde editadas como Clássicos Ilustrados), Grandes Figuras do Brasil, História do Brasil e Epopéia. Aizen, proprietário da Editora Ebal (Editora Brasil-América), também foi o responsável pela publicação da revista Mirim e pelo jornalzinho Standard O Lobinho (Santos, 2002).

Antes mesmo do Suplemento Juvenil, outras publicações deram um pontapé inicial na divulgação dos quadrinhos no país, como foi o caso do tablóide A Gazetinha e a revista Mundo Infantil, conhecida por lançar vários títulos inéditos no Brasil, como o personagem Gato Félix. Em uma tentativa de também aproveitar essa fatia do mercado, o jornalista e dono do jornal O Globo, Roberto Marinho lançou o Globo Juvenil e importou várias

histórias americanas e inglesas com personagens desconhecidos pelo público deste então, como por exemplo: Ferdinando, Brucutu, Robin Hood, Az Smith e Marquês de Tereré.

Já o final dos anos 30 e começo dos anos 40 foi marcado pela intensa produção dos Comics books, que traziam histórias inteiras e não episódios seriados semanais, como acontecia com os jornais. Dessa forma, os quadrinhos, objetos artísticos totalmente absorvidos como mercadoria, foram se adequando ao mercado de acordo com as possibilidades de produção. Foi no final desta época o nascimento de um estilo tipicamente americano: o super-herói, com o Super-Homem.

Depois dele, esse gênero invadiu e conquistou o mercado (fortemente no Brasil) de HQ mundial, antes e depois da Segunda Guerra Mundial, a exemplo do Batman, que surgiu logo depois, em 1939. Os heróis possuíam tudo que o imaginário humano gostaria de ter: força, caráter, poder. Além de sempre estarem em situações cheias de aventura, sedução e fantasia.

A entrada dos quadrinhos de Maurício de Souza no mercado nacional

Na década de 50, época em que o Brasil vivia um momento agitado, de modernização, de uma intensa época capitalista, de crescimento urbano e abertura do comércio e de grandes indústrias, personagens como Peanuts (a Turma do Charlie Brown) e Astérix invadiram as bancas brasileiras. A Editora Abril, de César Civita, lança a revista O Pato Donald, o primeiro dos personagens Disney que traz para o país⁴. Foi a invasão dos funny-animals-histórias que utilizam animais falantes- do poderoso Universo do Walt-Disney, como o famoso Mickey.

No final dessa década, mais precisamente no ano de 1959, Mauricio de Sousa, um quadrinista ainda desconhecido e em começo de carreira, obteve a oportunidade de divulgar uma série de tiras com seus primeiros personagens (um cachorro chamado Bidu, e seu dono, o Franjinha), no jornal em que atuava como repórter, a Folha da Manhã, atual Folha de S. Paulo, atingindo apenas os leitores deste meio.

Mas, a sua relação com a indústria cultural se estreitava neste momento, pois, para esta, o mais importante é que o produto chegue às massas. Paralelo ao lançamento de Mauricio, Pererê inova ao tratar de temas como reforma agrária e ecologia. Seu autor, Ziraldo Alves Pinto, cria outros personagens tipicamente brasileiros e infantis, como O Menino Maluquinho.

Outros personagens foram criados por Mauricio de Sousa e logo alcançaram repercussão, sendo distribuídos para um número muito superior de jornais. No Brasil, poucos conseguiram furar o bloqueio desta invasão estrangeira desta maneira. Roberto Santos acentua a importância deste autor quando diz que “os quadrinhos infantis passaram a ter mais projeção com o trabalho desenvolvido por Mauricio de Sousa.” (Santos, 2002, p. 63). Desta forma, Mauricio mostrava que, além de quadrinista, de tinha talento para o empreendedorismo. O que reforça para este estudo a ideia dele ter se inserido na indústria cultural, aonde a ideia de mercadoria é um elemento central na organização social em todos os níveis e esta é produzida visando atingir um vasto público, uma massa (Silva, 2000)

As histórias em quadrinhos desse autor foram uma exceção e perduraram no tempo, tornando-se o autor brasileiro de maior evidência, neste segmento, também fora das terras brasileiras. A partir desta premissa, decidiu-se pesquisar a trajetória e trabalhos deste artista. Já no início da década de 60, que para Ortiz (1994) foi uma época de expansão, em nível de produção, de distribuição e de consumo de cultura, mesma época em que o golpe militar de 1964 pôs fim ao período de contestações políticas e manifestações sociais que haviam agitado o país até então. Houve o renascimento dos super-heróis com a chegada da Marvel Comics. Homem-Aranha, Quarteto Fantástico, Surfista Prateado, Thor, Hulk, X-Men, Homem de Ferro, Dr. Estranho foram os primeiros de um império que logo tornou a editora, a número um no mercado.

Em vista desta abertura de mercado, pois Mauricio era contra proibição da entrada de histórias em quadrinhos estrangeiras, pelo contrário, desejava que houvesse as mesmas facilidades para as histórias brasileiras também, o desenhista ampliou sua gama de personagens com a revelação do Cebolinha, Piteco, Chico Bento e Penadinho. A esta altura, o quadrinista passou a desenhar páginas inteiras para tablóides com os personagens Horácio (o único a ser desenhado e roteirizado exclusivamente por Mauricio de Sousa), Raposo e

Astronauta, aumentando assim, a sua linha de produção e alcançando o maior sucesso editorial do país (Cirne, 1982). Contraditoriamente, foi uma época em que os artistas da área enfrentavam dificuldades para publicar seus trabalhos (Gonçalo Júnior, 2004, p. 335) e Mauricio de Sousa ganhava força nesta manifestação cultural industrializada.

Mauricio de Sousa surpreendeu por ter emplacado seus quadrinhos no mercado brasileiro. E quando os gibis da Disney pareciam invencíveis quando o assunto era venda, o autor produziu quadrinhos que causaram grande atração nas crianças brasileiras. A Turma da Mônica foi uma das responsáveis por uma significativa mudança de hábito de leitura das crianças brasileiras (Mansur, 1988), tornando-se símbolos da literatura infanto-juvenil do país.

Por outro lado, pode-se observar que seus quadrinhos praticamente passaram a monopolizar o mercado. Mauricio de Sousa tinha conquistado uma massa de leitores. Para Nelson Werneck (1996), a massificação é condição necessária à sobrevivência ou ao prolongamento da existência das estruturas sócio-econômicas geradas pelo desenvolvimento capitalista.

Durante os anos 70 e 80, vários artistas brasileiros produziram histórias em quadrinhos voltadas para crianças; no entanto, nenhum conseguiu alcançar a jornada de Maurício para o sucesso, que aliou os quadrinhos a uma forte estratégia de marketing em torno dos seus personagens. Para fazer isso, ele criou um estúdio para atender a demanda de material que precisavam.

A idéia de produção em série de quadrinhos foi muito bem aproveitada por Mauricio. Conseguiu com êxito massificar a produção, garantindo com isso qualidade, assiduidade no mercado e um preço relativamente acessível, conquistando um público fiel. Mauricio de Sousa se tornou um grande representante da indústria do entretenimento. Theodor Adorno argumenta que a indústria cultural abusa na sua consideração para com as massas a fim de duplicar, consolidar e reforçar sua mentalidade pressuposta como imutável.

Outras produções nacionais como *As aventuras do palhaço Sacarrolha*, de Primaggio Mantovi; *o Sítio do Pica-Pau Amarelo*, criado originalmente por Monteiro Lobato em livros infantis; *A Turma do Lambe-Lambe*, de Daniel Azulay; os personagens de Ziraldo, como *o Pererê* e *o Menino Maluquinho*; *Os Trapalhões*; *Senninha*; *Castelo Ra-Tim-Bum*; *Aninha*, entre outros títulos antigos e atuais, são apenas alguns exemplos de

revistas de histórias em quadrinhos que não perduraram no tempo, ou simplesmente ao contrário do autor, objeto de estudo deste presente trabalho, não alcançaram o sucesso editorial esperado.

Pode-se dizer que Walt Disney é um grande representante do quadrinho como objeto massificado que deu certo e em várias partes do mundo. Digamos que este, vamos considerar, empresário, transformou seu produto em mercadoria, fez a sua padronização e massificação. Logo o Mickey, Donald, Pateta, Pluto, Tio Patinhas e seus sobrinhos, Margarida, Gastão e outros ficaram conhecidos como os símbolos do imperialismo americano nas HQ. Os produtos da indústria cultural tinham a função específica de legitimar ideologicamente as sociedades capitalistas existentes e de integrar os indivíduos nos quadros da cultura de massa e da sociedade.

Os seus personagens até hoje povoam há 70 anos, o imaginário de milhões de pessoas que os consomem de alguma maneira. Segundo Santos (2002), O Walt exercia o controle sobre a produção de suas criações (assim como Mauricio de Sousa, no caso de um exemplo brasileiro) e licenciou a confecção de quadrinhos com seus personagens. Isso possibilitou diferenças de estilo e de conteúdo ao longo dos anos.

“Se por um lado, na produção em larga escala- para atingir um público consumidor cada vez maior- há necessidade de intervenção de vários artistas e técnicos (...) alterando a forma de fruição do produto cultural , por outro lado, diferente de outras mercadorias, um bem cultural exige a presença de artistas (...) para a concepção do produto cultural.” (SANTOS, 2002, p. 82).

Aos 70 anos, Mauricio de Sousa, chamado de o “Walt-Disney brasileiro” é o criador de personagens que continuam fazendo parte do imaginário infanto-juvenil ao longo dos anos. Considerado o maior sucesso editorial dos quadrinhos brasileiros, têm um público reconhecido de mais de três milhões de pessoas, entre crianças e jovens, só no país. O mesmo define seus quadrinhos como de autor, feitos em equipe, dirigidos a um público múltiplo.⁵

No Brasil, poucos conseguiram furar o bloqueio desta invasão estrangeira e se consolidar no país. As histórias em quadrinhos desse autor foram uma exceção e perduraram no tempo, tornando-se o autor de maior evidência, neste segmento, também

⁴ As informações citadas no texto foram conseguidas através de entrevistas com Maurício de Souza concedidas à pesquisadora Ana Patrícia de Paula, via e-mail.

fora do Brasil e construindo um verdadeiro império comercial, com um dos maiores e mais lucrativos licenciamentos do Brasil.

Desde criança, o sonho de ser desenhista sempre esteve presente na vida de Mauricio de Sousa. Nascido em 1935 na pequena cidade de Santa Isabel, interior de São Paulo, ele foi levado ainda muito pequeno para Mogi das Cruzes, vivendo a maior parte da sua infância e adolescência neste local. Durante essa fase, desenhava cartazes e pôsteres. Interessado em desenvolver a técnica e arte e dedicar-se profissionalmente ao desenho, mudou-se para São Paulo, à procura de grandes editoras e jornais que pudessem se interessar pelo seu trabalho.

Nesta época, as tiras estrangeiras dominavam os espaços das páginas (eram coloridas, recebiam legendas em português e vez por outra, eram adaptadas ao contexto brasileiro) e os diretores dos jornais apresentavam resistência e descrédito aos artistas nacionais, além de persistir a dúvida sobre a manutenção da produção das histórias. O tão almejado emprego só surgiu cinco anos mais tarde, após atuar como repórter policial da Folha da Manhã, onde aprendeu a escrever uma linguagem mais enxuta, objetiva, mais popular e adequada para as histórias em quadrinhos. E foi nesse mesmo jornal, em 1959, que apareceu a oportunidade para divulgar uma série de tiras com seus primeiros personagens: um cachorro chamado Bidu, e seu dono, o Franjinha.

Segundo o próprio Mauricio, seus desenhos nessa época ainda eram bastante sofríveis, além de não possuírem um ambiente tipicamente brasileiro, e muitas vezes eram uma reduplicação dos comics infantis estrangeiros. Como muitos jovens da sua época, na sua formação como quadrinista, ele revela que não recebeu influência de nenhum quadrinista brasileiro e sim, de desenhistas internacionais, como por exemplo, a Marge Henderson Buell, criadora do sucesso da década de 30, Luluzinha e Bolinha, figuras a quem Mauricio cultivava extrema admiração e cujo traçado e as personalidades, ele assimilou.

Nos anos 60, outros personagens entraram para o mundo quadrinizante-humorístico de Mauricio e ocuparam as tiras de jornais, como o Cebolinha, Piteco, Chico Bento, Penadinho. Nesta altura, Mauricio desenha páginas inteiras para tablóides com Horácio (único personagem que ele ainda faz questão de desenhar e roteirizar histórias

pessoalmente por não ter conseguido passar para os desenhistas do estúdio o traço e as emoções que dão vida ao personagem filosófico), Astronauta e Raposão.

Para atender a demanda, ele criou um serviço de redistribuição que atingiu mais de 200 jornais ao fim de uma década. As tiras e páginas desse autor povoaram dezenas de publicações periódicas durante 10 anos. Uma imensa linha de montagem com desenhistas, roteiristas, arte-finalistas e outros profissionais passaram a se dedicar à produção de várias revistas mensais e quinzenais. Segundo a entrevista com o quadrinista, não houve abertura de um mercado, e sim, um arrombamento. “Tive que lutar muito pra convencer os editores de jornais e revistas que eu era capaz de criar, produzir, manter a produção e vender por um preço baixo o material”.

Na entrevista concedida ao site Universo HQ, em 2003, esse foi um momento decisivo no começo da sua carreira, em que teve que escolher se ele queria ser apenas “mais um” autor ou se pretendia dar um passo à frente em relação ao meu trabalho, criando, para isso, uma “linha de montagem. No mundo inteiro eram poucos os estúdios a funcionar nesse sistema, sendo que o maior exemplo era o da Disney.

O sucesso de seus personagens permitiu uma ampliação considerável do trabalho do autor com o aparecimento, em 1970, da sua primeira revista em quadrinhos, lançada pela Editora Abril, a ser vendida nas bancas: a Mônica. No ano seguinte, recebeu o mais importante prêmio do mundo dos quadrinhos, o troféu Yellow Kid, em Lucca, na Itália. A década de setenta foi marcada pelo reconhecimento do grande valor das HQ, que passam a ser vistas como uma grande manifestação artística do século XX (Luyten 1985).

A revista foi seguida, dois anos depois, pela revista do Cebolinha, e posteriormente por outras criações, o Chico Bento, Cascão, Pelezinho e Magali. Logo esses quadrinhos obtiveram êxito entre o público brasileiro e reconhecimento mundial

Quase todos os personagens que permeiam o universo dos quadrinhos de Mauricio de Sousa foram baseados em amigos de infância e nos seus filhos, dando a cada um deles, características distintivas e personalidades marcantes. De acordo com Eco (1990), se a personagem não for concretamente individual em cada uma das suas ações, não será uma personagem artisticamente idealizada.

Com relação ao conteúdo, muitas histórias são reflexos dos lugares em que viveu quando criança, como Mogi das Cruzes, no interior de São Paulo. É visível a troca que o

autor fez da contestação, pela retratação do mundo infantil que teve lembrança. Para Luyten (1987) foi a substituição da contestação pela suavização da realidade. Segundo o próprio Mauricio, seus primeiros desenhos não possuíam um ambiente tipicamente brasileiro, e muitas vezes eram reduplicações dos comics infantis estrangeiros. Como muitos jovens da sua época, na sua formação como quadrinista, ele revela a influência de desenhistas internacionais, como por exemplo, o personagem Spirit, de desenhista Will Eisner.

Toda obra para ser chamada de típica, visto que se manifesta não só nos seus modos estilísticos, mas também nos conteúdos que forma e apresenta uma visão pessoal da realidade, reconhecível por diversos fruidores como o exemplar perfeito do seu próprio modo de ver o mundo (ECO, 1990, p.127).

Pensando no seu principal público leitor, que está inserido no universo infantil, o autor procura sempre relacionar e direcionar as histórias para as situações cotidianas provenientes das relações inter-pessoais e do imaginário das crianças. As personagens avaliadas possuem comportamentos distintos e variáveis em relação às temáticas, mas apresentam em comum, o bom comportamento diante delas.

Para Moacy (1982), as histórias em quadrinhos tendem a diluir características específicas da cultura e da sociedade na qual foram inseridas. Por isso, pode-se explicar um produto pouco comprometido com a realidade. Nas histórias da Turma da Mônica, o caráter identificatório com a identidade brasileira fica distante, principalmente porque o autor busca temáticas universais, já que são distribuídas também para o exterior e na sua maioria, positivos, para envolver seu grupo de personagens.

Por sempre mostrar otimismo em suas histórias, o autor, muitas vezes afasta-se da verdadeira situação atual do país (desemprego, altos índices de violência, etc). Isso talvez também possa se explicado pelo fato das histórias serem criadas dentro de um contexto industrial de produção em série, no qual a padronização do produto e a diminuição das características específicas da sociedade e da cultura na qual foram produzidas seja mais importante.

No caso das histórias em quadrinhos, seria talvez equivocado imaginá-las como manifestações artísticas ou de comunicação totalmente desvinculadas da realidade em que foram criadas. O artista/produtor de quadrinhos recebe uma influência definida, palpável, da sociedade na qual vive e onde seu processo de criação artística consegue concretizar-se (...) nas histórias em quadrinhos existe uma possibilidade muito maior da visão de mundo particular do artista - ou artistas, considerando-se a frequência cada vez maior de produções coletivas nos quadrinhos chegar até o leitor” (CIRNE, 1982, p. 20).

Mauricio de Sousa é, sem dúvida, um desenhista/quadrinista que conseguiu se firmar dentro do segmento deste meio de comunicação de massas. Ele produziu seus produtos em série, padronizados e os pôs no mercado para o maior número de pessoas possíveis.

E para isso, ele não precisou afirmar integralmente a identidade ou a ipseidade do povo brasileiro nas suas histórias em quadrinhos. Nelas, ele mistura sonhos, fantasias, e em parte, divulga aspectos de uma realidade tipicamente brasileira, seja nas histórias da personagem Chico Bento, seja nas histórias mais “urbanas” em situações como brincadeiras típicas, gestos, mas, em sua grande maioria, as camufla, principalmente quando se trata de problemas de conjuntura social.

A ampliação dos horizontes através do desenho animado e o cinema de animação

Os anos 80 é marcado pela diversidade e acontecimentos da computação gráfica. E foi nesta década que ocorreu a invasão dos desenhos animados japoneses no mercado mundial, tendo como um dos seus grandes criadores, um dos reis dos Mangás, Osamu Tesuka (tempo depois, Mauricio se tornaria fã e amigo deste artista). Nesta época, Mauricio ainda não havia criado desenhos para o cinema, nem mesmo para a televisão, e conseqüentemente perdeu mercados.

Numa tentativa acirrada, para não dizer capitalista, de combater as produções japonesas, Mauricio de Sousa se tornou um pioneiro enfrentando o desafio e organizando o

estúdio de animação que passou a se chamar Black & White, onde mais de 70 artistas ficaram envolvidos nesta novidade. Para Baudrillard (1995), no estado concorrencial, o capitalismo apoiava-se ainda, fosse como fosse, num sistema de valores individualistas abastardo de altruísmo. Este novo empreendimento foi considerado uma ousadia para a época. Para Nelson Werneck (1996), a massificação é condição necessária à sobrevivência ou ao prolongamento da existência das estruturas sócio-econômicas geradas pelo desenvolvimento capitalista.

Como uma característica que parece ter marcado o quadrinista desde o início da sua carreira, Mauricio procurou a expansão dos seus negócios e a proteção dos seus produtos no mercado nacional. Como explica Fabiano & Palangana (2001), o indivíduo investe em si, através da compra de produtos ou da reprodução de condutas estereotipadas que simbolizam as aspirações referentes à auto-imagem.

Partindo dessa perspectiva é possível pensar que sem tais investimentos, o desenhista se sentiria inativo ou de baixa valia no mercado social. Para atender a esse novo filão, foram produzidos seis longas-metragens, entre eles os clássicos “As Aventuras da Turma da Mônica”, em 1982, um dos primeiros desenhos animados do Brasil na categoria; Mônica e o Robô, em 1983; Novas Aventuras da Turma da Mônica, em 1986; “Mônica e a Sereia do Rio”, em 1987; e “A Turma da Mônica e a Estrelinha Mágica”, em 1988

As técnicas de animação utilizadas na produção destes desenhos era um misto da clássica (desenhos a lápis, com pequenas diferenças entre um e outro, filmados quadro a quadro, princípios e técnicas da animação que não modificaram muito desde os áureos tempos de animações, há mais de 50 anos (Maestri, 1999). É com esse processo que são criados os desenhos animados que estamos acostumados a assistir na TV), e computação gráfica, utilizada em combinação com a tradicional para ajudar na colorização, testes de movimento (conhecidos como pencil test) e outras etapas do trabalho, como edição do vídeo e sincronização do áudio com o vídeo. Inclusive, o cinema tem nas histórias em quadrinhos sua principal influência, quando se trata de formas gráficas e esquemas. Diversos fatores como a inflação, a falta de controle das bilheterias, de financiamento e a lei de reserva de mercado da informática, que os impedia de ter o acesso à tecnologia de ponta necessária para a animação moderna, foram, segundo o próprio Mauricio, os principais motivos para que a empreitada em produzir longas animados não tenha

alcançado o sucesso planejado. Com isso, o autor parou com o desenho animado e se concentrou nas histórias em quadrinhos e nos produtos comercializados, ou seja, o merchandising.

Mas, pode-se dizer que as histórias em quadrinhos de Mauricio de Sousa resistiram aos novos meios de comunicação, utilizando a indústria e se adequando às necessidades do mercado, virando filmes e desenhos animados, aproveitando as múltiplas possibilidades dos novos meios eletrônicos e ampliando em grande escala o seu mundo dos negócios

Após um longo período de quase quatro anos longe das telas da Tv, os personagens de Mauricio ganharam espaço na programação da TV por assinatura Cartoon Network, canal que lidera o ranking dos mais assistidos da TV paga no Brasil . Com isso, a Turma da Mônica é o primeiro desenho brasileiro a fazer parte da grade do canal internacional.

E tentando atrair mais lucros, associando o seu nome e personagens ao nível cultural, Mauricio de Sousa marca o retorno da animação do Estúdio MSP no cinema com a animação CineGibi- O Filme (2004), aproveitando o momento de crescimento e valorização do cinema nacional. Neste mais recente “empreendimento” cinematográfico utilizando-se dos recursos de metalinguagem e referências às superproduções cinematográficas (citando Guerra nas Estrelas, Casablanca, Indiana Jones e Matrix, Super-homem, Charles Chaplin, Romeu e Julieta) ao longo dos 70 minutos de duração do filme. A produção continua usando o efeito digital de animação tradicional em 2D, economicamente viável, e mistura atores reais (live action). A animação em 2D aproxima-o de grandes referências estrangeiras, como os desenhos “Aladdin”, “Pequena Sereia” e “Lilo & Stitch”, dos Estúdios Disney.

A divulgação e aceitação dos seus personagens através dos quadrinhos abriu portas para que fosse possível a tentativa para novos mercados. De acordo com Mauricio de Sousa, personagens conhecidos permitem merchandising. Se forem bem cuidados, em parceria com empresas igualmente cuidadosas, criteriosas, só pode resultar em algo positivo. Assim, o autor viu e vê na industrialização de materiais associados aos seus personagens, uma nova possibilidade de lucro. E uma das características marcantes observada no empresário é o poder e interesse de estar sempre se reciclando, para evitar uma perda da hegemonia no mercado de quadrinhos.

Referências

CIRNE, Moacy. **A Explosão Criativa dos Quadrinhos**. Rio de Janeiro. Ed. Petrópolis:Vozes, 1972.

_____. **Uma Introdução política aos quadrinhos**. Rio de Janeiro. Ed. Achiamé, 1982.

_____. **Quadrinhos infantis brasileiros: uma breve leitura**. Ed. Cultura. Ano 9, nº 32, p. 31-37. Abril/set, 1979.

_____. **Quadrinhos, sedução e paixão**. Rio de Janeiro, Ed. Vozes, 2000.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo, Ed. Perspectiva, 1993.

_____. **Os limites da interpretação**. São Paulo, Ed. Perspectiva, 1990.

GUYOT, Quella Didier. **A história em Quadrinhos**, São paulo, Ed. Loyola, 1990.

HAMAZAKI, Paulo. **História das estórias em quadrinhos**, São Paulo, (S.N), 1900.

LYUTEN, Sônia M.B(ORG). **História em quadrinhos: leitura crítica**, São Paulo, Ed. Paulista, 1985

_____, Sônia M.B. **O que é história em quadrinhos**, São Paulo, Ed. Brasiliense, 1987.

MAESTRI, G. **Animação digital**, São Paulo, Ed. Market Books, 1999.

MOYA, Álvaro de. **História das histórias em quadrinhos**. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1994.

Revista Vozes. “Mauricio de Sousa: uma vitória dos quadrinhos brasileiros”, julho, nº07, 1969.

MANSUR, Luiz Carlos em “Viva os Quadrinhos”. In: **Jornal do Brasil**, 1988, 22/02, p.5.

ROMANI, Danielle em “**Mônica e Cia**” in **Jornal do Comercio**, 1990, 24/10, Caderno C, capa.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **Para Reler os Quadrinhos Disney: linguagem, evolução e análise de HQs**. São Paulo, Ed. Paulinas, 2002.

SILVA, Nadilson M. **Fantasia e Cotidiano nas histórias em quadrinhos**. São Paulo/Fortaleza, Ed. Annablume, 2002.

_____ **“Indústria Cultural e fantasias: a comercialização dos desejos e identidades”**, Revista Symposium, Ano 4, Número especial, 2000, p.08.