

Mauricio de Sousa

Empresário e criador da Turma da Mônica

“Está cada vez mais fácil fazer animação e cada vez mais difícil fazer uma boa história. Estamos precisando de escritores, de gente que leia.”

Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron e Georgia Nicolau no dia 09 de junho de 2010, em São Paulo.

Os personagens criados por Mauricio de Sousa foram impressos em mais de um bilhão de revistas em 120 países diferentes. Viraram filmes, parque de diversões, brinquedos e a principal marca dos quadrinhos brasileiros. A origem do sucesso da *Turma da Mônica* com o público infantil está na própria história deste cartunista e desenhista nascido em Santa Isabel e criado em Mogi das Cruzes, ambas cidades do interior paulista.

“Foi o público que me escolheu. Quando comecei a desenhar história em quadrinhos, eu fazia tirinhas de jornal. Como eu era jovem, as referências eram da minha vivência recente, de quando era moleque.” Com sua arte, percebeu que criança gosta de ver criança. E o pequeno Mauricio, logo após os primeiros gibis, leu as histórias fantásticas de Monteiro Lobato. “Eu sabia passagens inteiras do Lobato, de cor.” A dentuça Mônica o faz lembrar da também sagaz Emília.

Como empresário e prático da cultura, Mauricio de Sousa alerta para as dificuldades da arte nos países latinos. “A cultura não é um artigo de primeira necessidade – a não ser para uma minoria. Nos países em desenvolvimento, às vezes, o pão é mais importante que o livrão.” Em tempos modernos, com novas tecnologias para produção e difusão do desenho, Sousa retorna a um dilema seminal do artista. “Está cada vez mais fácil fazer animação e cada vez mais difícil fazer uma boa história.”

Como começou a *Turma da Mônica*?

A *Turma da Mônica* começou quando eu peguei lápis e papel na casa dos meus pais e passei a rabiscar tudo: parede, chão, cadernos de poesia do meu pai. Descobri que era gostoso desenhar. Toda criança desenha – umas param e vão fazer outra coisa na vida. Eu continuei. Aprendi a ler nos gibis, cismei que queria fazer meus próprios personagens e me preparei para isso. Na hora de fazer história em quadrinhos, me deparei com o grande problema: quais personagens vou usar? Daí foram nascendo os personagens principais – Cebolinha, Mônica, Cascão, Magali, todos inspirados em amigos, conhecidos ou familiares, para que tivessem humanidade, uma estrutura psicológica bem forte. E deu certo. Eu havia me preparado tecnicamente, conhecia bem a narrativa da história em quadrinhos e resolvi viver disso. Já faz 50 anos.

Quantos gibis você já vendeu?

Há dois ou três anos fizeram um cálculo. Tínhamos rodado mais de um bilhão de revistas de histórias em quadrinhos, contando Brasil e exterior. Boa parte das nossas revistas tem tiragens mensais de 200, 300 mil exemplares. Algumas superam. Hoje, a *Turma da Mônica* Jovem tem picos de 500, 600 mil exemplares mensais.

Por que a escolha pelo público infantil?

Foi o público que me escolheu. Quando comecei a desenhar história em quadrinhos, eu fazia tirinhas de jornal. Como eu era jovem, as referências eram da minha vivência recente, de quando era moleque. Um cachorrinho que tive, os garotos que eu tinha conhecido em Mogi das Cruzes. Ao criar personagens infantis, percebi que criança gosta de ver criança, gosta de brincar com criança. Comecei a atrair leitores-crianças para o jornal. Como eu estava formando leitores, usava isso para vender o meu material a outros jornais do país: “Faça novos leitores, rejuvenesça!”. Aliás, isso continua valendo. Os grandes jornais estão precisando de leitor infantil de novo. De repente, percebi que a criançada estava escolhendo as minhas histórias. Eu fui guindado ao nível de autor infantil pelo público. Isso é um desafio, porque esse público leitor é mutante, dinâmico, exigente, inteligente, mais ligado e não aceita qualquer coisa. Ele critica se não gostar. Aprendi com tudo isso, e mais ainda com os meus filhos. Eu olhava a vida deles, a maneira como se comunicavam – e faço isso ainda hoje, com netos e sobrinhos.

Você tem um leque de personagens. Deve ser bastante curiosa a maneira como eles são escolhidos em outros países.

Existem variações. Nos países nórdicos, o Cebolinha era o personagem mais querido. No Japão, o Horácio. Na China, está sendo a Mônica. Há muitos anos, quando eu o lancei, era o Pelezinho que puxava tudo na América Latina. Mais recentemente, em alguns países da Ásia, é o Ronaldinho Gaúcho. No geral, o personagem mais forte ainda é a Mônica. Mas ela não nasceu primeiro. Inclusive, era um personagem secundário. Depois foi pegando, pegando, até virar o carro-chefe. Está acontecendo isso na Indonésia, na Itália, e já aconteceu na China. Deve ser a força da mulher independente.

Vocês pensam em inaugurar um Parque da Mônica na Europa?

O parque é uma coisa à parte da realidade do estúdio. A minha idéia era ter parques terceirizados – e foi o que aconteceu. O meu primeiro parque era terceirizado. Depois fiz um contrato com a Rede Globo para abrimos novos parques. Mas esse contrato não andou e eu fiquei com o parque. Gostei da brincadeira, só que não é a nossa atividade principal, não é o nosso foco, embora seja uma maravilha. Agora nós estamos mudando o sistema e uma empresa está se formando, com investidores – inclusive americanos e canadenses – para desenvolvimento do parque como um projeto mais comercial, político e industrial. Um punhado de coisas estão relacionadas quando se fala

de um parque: hotel, centro de convenções etc. Além disso, nós temos hoje os pequenos parques circulando pelo Brasil, que são pracinhas tematizadas. O de São Paulo está fechado para preparar terreno para o novo parque que vem aí, agora com uma empresa independente. Vamos terceirizar de novo. Vou ter uma grande equipe e não vou ter que me preocupar tanto com a administração. Eu vou alimentar o parque com tudo o que eles precisam. Dois anos antes de cada filme que eu fizer, eles já estarão se preparando para ter no parque o mesmo ambiente do filme. Não estou inventando nada. As pessoas cansam de fazer isso, nós é que não tínhamos feito ainda.

Fale um pouco sobre mangá para o público jovem e internet.

Tempos atrás eu estava notando – todos nós estamos notando – que a infância está encolhendo. Se a turminha lia o gibi da Mônica até os seus 14, 15 anos, achando o máximo, agora eles dizem aos 9, 10 anos que aquilo “é coisa de criança” – e vão para o mangá japonês. Eu percebi essa fuga, que depois era compensada quando esse rapaz ou essa moça passavam a comprar gibis da Mônica para os seus filhos. Mas eu perdia 10 ou 12 anos de leitores. Se eles gostam da Mônica e do mangá japonês, por que não fazer histórias da Turma da Mônica, em que os personagens tenham seus 14, 15 anos, no sistema mangá? Fiz isso há pouco menos de dois anos e foi um sucesso. Um mangá brasileiro, um mangá caboclo. Preenchemos um vácuo e agora estamos nos preparando para exportar, pois temos condições de produzir até mais desse material. Amadurecemos bem em dois anos. O leitor pode reparar que o traço está diferente daquele das primeiras edições. Não houve decréscimo na venda das revistas infantis, mas aconteceu um fenômeno interessante: o adulto ficou magoado com a *Turma da Mônica* crescendo. Ligavam para mim dizendo: “Você destruiu os meus sonhos de infância, as minhas referências, as minhas lembranças. Como a Mônica pôde mudar?” Embora a Mônica continue a mesma na revista infantil, aquilo foi um choque. E, por desaforo, o adulto começou a comprar de novo a revista infantil. Tudo ficou nivelado, não houve “canibalismo” entre as revistas e continuamos vendendo alguns milhões de revistas todo mês. De certa maneira, estamos ensinando o pessoal a ler, a ter a leitura como hábito. Depois do gibi e da revista, passa-se para o livro e, então, para a literatura chamada clássica. Quanto à internet, vejo como o maior e mais potente veículo de informação e formação que já existiu. Fico maravilhado de utilizar essa ferramenta, embora meu site esteja um pouquinho velho. Agora temos três ou quatro grupos dando uma modernizada nele, criando vários *games* e mais uns truquezinhos que não vou falar porque a concorrência não pode saber (*risos*).

A partir da história da Mauricio de Sousa Produções, quais dicas você dá para quem está começando a trabalhar com cultura?

Não tem um dia igual ao outro. Você tem que dosar para que as vitórias superem as escorregadas. Em qualquer área existem dificuldades, mas no ramo artístico-cultural os percalços são um pouquinho maiores, mais sofisticados, principalmente nos países latinos. A cultura não é um artigo de primeira necessidade – a não ser para uma minoria. Nos países em desenvolvimento, às vezes, o pão é mais importante que o livrão. Mas nós temos que lutar para que haja o pão e para que haja o livrinho. É por isso que vale a pena lutar, brigar, enfrentar os problemas. Tudo isso é bom para calejar: o desafio chega e a gente aprende a resolver. Se não deu para resolver hoje, vamos dormir e, amanhã, veremos o tamanho da briga. De repente, a briga está de outro jeito, de outra cor, ou você está com outra energia. O negócio é não desanimar. Se alguém quer entrar nessa área, prepare-se, porque não é fácil. Exige preparo, teimosia, persistência, ambição e uma dose de sorte.

As crianças mudam, são diferentes, de acordo com o país?

Mudam conforme a cultura, lugar, religião, política. Por isso nós fazemos o que considero uma história em quadrinhos universal. Evitamos alguns temas, ou tabus, que eu sei que não vou poder vender na Indonésia, na Rússia, na China, nos Estados Unidos. Há uma listinha de assuntos e comportamentos que deve ser seguida pela nossa turminha para que possam andar na Vila do Limoeiro universal que estamos tentando criar. Por enquanto, está dando certo. Em tal país as moças não podem andar de biquíni; precisa ser um maiô inteiro. Em outro país, você não pode mandar histórias com o Bidu fazendo xixi no poste, pois há leis rígidas e a editora pode ser multada por publicar um negócio desses. Normalmente, meu cuidado é para que as histórias tenham emoções básicas, que são imutáveis. A raivinha, o amor, o ódio, o ciúminho, a ambição e tudo mais, isso não muda. É só você fazer a história com esses elementos e trocar a moldura conforme o caso.

E as instabilidades e crises da área cultural?

Em todo lugar tem isso. Existem mutações de mercado. Países que foram geniais no cinema, HQ, televisão, depois decaíram. Depende muito dos governos. O Japão, por exemplo, invadiu o mundo com o mangá. O governo estava investindo muito, mas entrou um primeiro-ministro que cortou tudo. Ele não percebeu a invasão que estavam realizando no mundo, com o mangá, anime e tudo o mais. A Argentina, ainda no tempo do Perón, privilegiava a HQ, ofere-

cendo facilidades para editoras e desenhistas, inclusive tornando-se o segundo produtor do mercado das mais belíssimas HQs do mundo. Quando mudou a política, caiu [a produção]. No Brasil, está se pensando em proteger o artista um pouquinho mais. Particularmente, tenho receio de medidas protecionistas legais, porque às vezes cria uns aleijões no meio do caminho. Nos velhos tempos, quando eu brigava por uma lei de nacionalização da HQ, era chamado de comunista de um lado e de direitista de outro – queriam até me pegar na rua. Eu não achava que deveria ter política no meio. Desde então, eu falo que a lei que protege a HQ é a lei da oferta e da procura. É a melhor história, o melhor roteiro, o melhor conteúdo que vai vender – com ou sem lei, seja aqui, na China ou no Japão. Como nós estamos fazendo, modéstia à parte. Em alguns casos, defendo uma lei que nos proteja de reservas de mercado externas. Por exemplo: uma multinacional atuando no Brasil com contrato mundial com produtores externos. Essa empresa não pode usar material nativo, apenas estrangeiro, o que é uma reserva de mercado ao contrário. Isso mereceria alguns cuidados por parte dos nossos legisladores. Eu já apanhei muito por causa disso, contratos meus foram desfeitos. O mundo não tem fronteiras, isso é absurdo. Então, vamos à recíproca. O artista não pode aceitar mais essa prisão, esse engodo, esse aleijão. São contratos profissionais e nós temos que dar uma brigadinha contra isso. Vamos conseguir? Não sei, mas acho que vale a pena a gente brigar um pouquinho.

A indústria de animação está crescendo muito, principalmente com as universidades. Como você avalia isso?

Com a computação e os recursos tecnológicos, está chovendo animador. Está cada vez mais fácil fazer animação e cada vez mais difícil fazer uma boa história. Estamos precisando de escritores, de gente que leia. Só assim vamos ter, no futuro, bons filmes. Existe hoje uma preocupação muito grande por parte dos grandes estúdios – norte-americanos, principalmente – com o roteiro. Às vezes até mais do que na formatação, no desenho. Porque um bom desenho sozinho não se sustenta. Você tem que sentir a mensagem dele. E vem aí uma era de ouro da animação. Eu estou me preparando para isso: montando novas equipes e fazendo parcerias, aqui em São Paulo, com o estúdio Digital 21, e no exterior. Estamos produzindo desenho animado na Índia, com o Ronaldinho Gaúcho, e faremos a *Turma da Mônica* na China e na Argentina. Também faremos mais filmes no Brasil. Como falei, não há fronteiras, podemos e devemos vender o nosso desenho animado para o mundo todo. Para isso nós temos que ter produção e, conseqüentemente, mão de obra. Precisa-

mos nos preparar para isso cada vez mais. As universidades devem preparar realmente os profissionais e levar a mensagem correta. Não é segurar na mão, pegar um *tablet* e desenhar. É puxar a idéia da cabeça, chegar na mão e desenhar num *tablet*.

A respeito de formação de mão de obra, como é possível provocar a imaginação e a inventividade do criador de roteiro?

Primeiro você tem que mostrar referências. Mostrar tudo o que há e o que é possível criar a partir desse amálgama, dessa sopa cultural. Depois, aprenda a usar o computador. Junte-se a outros profissionais, porque nada é feito sozinho, ainda mais nesse trabalho em particular, que é feito em equipe. Junte-se ao pessoal do som, da música, da técnica, dos efeitos especiais. Além disso, formem os grupos, achem investidores – sempre é preciso ter um investidor. E daí vamos sair contando histórias bonitas, moldando o mundo – porque HQ, comunicação, cinema moldam o mundo, indicam caminhos. Hoje há um mercado latente, palpável. Também existem no Brasil possibilidades técnicas que, antigamente, era preciso importar, como acetato e outros materiais. Agora, realmente, nós estamos num país que já faz parte do mercado global. Quem puder formar mão de obra especializada, vá em frente, porque existe mercado. Eu mesmo estou atrasado. A China e outros países estão pedindo material nosso e estou galopando para atender a essa demanda. Apoio oficial? É bom, pelo menos até não atrapalharem. Mercado? É bom nos juntarmos com grupos – estrangeiros inclusive – de edição; ou a gente edita por conta própria. Estou pensando em fazer um cine brazuca para sair por aí vendendo material meu e de outros desenhistas. São artistas que estão surgindo por aí e colaborando conosco no projeto do *Maurício 50 Anos*, um álbum produzido por mim com desenhistas do mundo todo. Além disso, nós temos que brigar contra a pirataria em todos os níveis – de desenho, de produto, de merchandising. O mundo está aberto e é lindo! Basta cuidar um pouquinho da saúde para poder trabalhar sempre e ir em busca da cultura, de aprender todos os dias. E se vocês puderem, não parem de trabalhar.

De onde vem esse seu tino comercial?

Eu não tenho exatamente um tino comercial. Eu gosto de desenhar e quero continuar desenhando, então eu preciso montar uma estrutura para continuar fazendo o que eu gosto. Todo mundo devia pensar assim. Você tem que se amar, pensar o que precisa fazer e se planejar. Tem certos macetes na vida que é preciso botar como moldura do seu trabalho, senão a gente não pode continuar.

Lembra-se de alguma história ou roteiro de sua autoria que trate da relação entre educação e cultura?

Tenho a preocupação de colocar alguma coisa do currículo escolar nas histórias, mas não posso por uma lição. Não pode haver uma *Turma da Mônica* professoral. Aqui no Instituto Cultural nós temos uma pedagoga, a Betina, que conhece tudo do currículo. Ela me ajuda com os temas que estão em evidência e eu converso com nossos roteiristas. “Vamos fazer uma historinha no meio de uma história. Escreva uma aventura, uma viagem a Marte ou qualquer coisa assim e põe no meio alguma coisa ecológica, uma preocupação com o meio ambiente, uma interação entre os povos.” A gente tem passado umas lições subliminares nas historinhas. Numa delas, a turminha da Mônica estava na escola e a professora pediu para eles representarem o sistema solar. Cada um deles se fantasiava como se fosse um planetinha e, naquela brincadeira toda, na zoação e na gozação, falava-se como eram os planetas e suas características. Fizemos uma história que depois foi usada nas escolas do país inteiro. Tem também uma revista do Piteco, *As Sombras da Vida*, que trata de Platão. A nossa produção é permeada por informações que são usadas na escola. Esse material, inclusive, interessou às autoridades da Rússia, que encomendaram a *Turma da Mônica* para as escolas por causa dessas informações de comportamento, valores e ética. Nós estamos atingindo 180 milhões de crianças pela web na China com essas revistas paradidáticas, como a *Saiba Mais*. Em seguida, nós vamos entrar na China com o gibi também, para termos um pouquinho mais de força. Enfim, você pode colocar, tranquilamente, formação, informação e ética nas histórias em quadrinhos sem que ninguém perceba.

Quem traduz as histórias da Turma da Mônica em outros países?

Cada país tem um tradutor que conhece o português e conhece a língua nativa. O original vai em português, para ter menos interferência. Quando vai em inglês, esfria o estilo.

Alguém checa?

Muito difícil. Mandaram outro dia um material dublado em chinês para eu ver se estava bom. A dublagem estava ótima. Já o que eles estão falando, eu não sei (*risos*). Mas eu tenho um pessoal que trabalha em Pequim e nos orienta.

Como criador da Turma da Mônica, de que maneira você vê os personagens do Sítio do Pica-Pau Amarelo?

Ao aprender a ler, logo depois dos gibis, meus primeiros livros foram os de

Monteiro Lobato. Eu sabia passagens inteiras do Lobato, de cor. É uma pena que não tenham reciclado, que tenha virado uma linguagem retrógrada, porque não houve uma preocupação por parte dos detentores dos direitos em deixar a obra viva e dinâmica. Também não sei se isso seria possível. De vez em quando, eu sonho que talvez pudesse fazer isso um dia. Mas eu teria que largar um pouco a Turma da Mônica, então não dá para fazer nessa existência – quem sabe na outra. Adoro o Lobato, há uns dois meses estou relendo tudo do *Sítio do Pica-Pau*. É a mesma emoção, só que eu tenho a linguagem da garotada de hoje; leio com a mesma cabeça do velho leitor. É lindo. A obra do Lobato é uma das coisas mais fortes e bonitas da literatura mundial. Um dia vai ser descoberta.

Dos personagens do Sítio, qual é o seu preferido?

Ah, a Emília, lógico! Ela lembra um pouco a Mônica, né? (*risos*)

Você ainda desenha?

Não, mas ainda vou voltar.