

Entrevista Roberto Elísio

Por Fernando Passarelli

Um livro, publicado na década de 1970, levantou um grito revolucionário contra o imperialismo norte-americano presente nas histórias em quadrinhos de Walt Disney. Escrito pelos teóricos de comunicação Ariel Dorfman e Armand Mattelart, “Para Ler o Pato Donald” denunciava a forma como a América Latina era retratada nas aventuras de Mickey e seus amigos. Seu impacto foi tão grande que o livro ainda é referência no estudo do tema. Mas, desde aquela época, nada semelhante havia sido lançado no Brasil, prosseguindo o debate sobre o assunto. Em 2002, Roberto Elísio dos Santos mudou isso, com o livro “Para Rer os Quadrinhos Disney” (Editora Paulinas). Roberto é pós-doutorado em Comunicação pela Universidade de São Paulo e vice-coordenador do Núcleo de Pesquisas de Histórias em Quadrinhos (NPHQ). Também é autor dos livros “História em Quadrinhos Infantil: leitura para crianças e adultos” (Editora Marca de Fantasia) e organizador do livro “O Tico-Tico: 100 anos” (Editora Opera Graphica). Nessa entrevista, Roberto Elísio faz uma análise das histórias da Disney.



DEUS NO GIBI – Dorfman e Mattelart disseminaram um certo pânico com o livro “Para Ler o Pato Donald”. Deixando de lado o pioneirismo que a obra possui, não houve um certo exagero na dissecação dos personagens e no poder de influência das histórias da Disney?

ROBERTO – O livro de Mattelart e Dorfman foi escrito em um contexto histórico específico: na década de 1970, quando o governo norte-americano exercia uma influência muito forte sobre os países da América Latina, que, em sua maioria, vivia sob ditaduras militares. Embora as críticas desse livro fossem exageradas, muitos produtos culturais de massa produzidos nos Estados Unidos, como filmes, séries de TV e os quadrinhos, transmitiam a visão de mundo defendida pelo governo norte-americano. Uma das contribuições desses autores em relação aos quadrinhos Disney foi demonstrar a maneira estereotipada

como os países e os povos do Terceiro Mundo são mostrados nesses quadrinhos. Os dois escritores, contudo, atualmente consideram essa obra um “panfleto político”.

DEUS NO GIBI – Uma das críticas antigas que recai sobre o universo Disney, também disseminada por Dorfman e Mattelart, é no formato da família – principalmente entre as crianças, que não tem pais; apenas primos, tios e avós. Existiu algo intencional nesse sentido?

ROBERTO – Na verdade, não havia preocupação por parte dos artistas que elaboravam as histórias dos personagens Disney em relação a laços familiares. Os personagens eram criados para ter uma função narrativa específica e, se fizessem sucesso, seriam incorporados à Família Pato ou ao grupo liderado por Mickey. Esse é o caso de Tio Patinhas, que apareceu em uma história de Natal do Pato Donald e, para atender aos pedidos dos leitores americanos, tornou-se fixo. As relações afetivas também obedecem aos clichês; os personagens Disney, assim como os heróis dos quadrinhos, tinham, pelo menos até a década de 1980, noivas ou namoradas.



DEUS NO GIBI – E nesse universo onde não há casamento, apenas namoros eternos, existe amor ou só paixão?

ROBERTO – Donald é apaixonado por Margarida, da mesma forma que Mickey é por Minnie. Mas tudo depende da necessidade da história. Há uma flexibilidade, uma vez que são personagens de ficção. Em histórias produzidas na Itália, por exemplo, Donald cai de amores por uma pata alienígena.

DEUS NO GIBI – Me parece que o único elemento absolutamente ausente no universo Disney é a religião formal. Em algumas aventuras junto a tribos primitivas, vemos seres que adoram deuses e estátuas. Mas os personagens clássicos não dão nenhum sinal de fé. Essa é uma orientação formal da Disney? O Zé Carioca não pode acender uma vela para Santa Edwiges, padroeira dos endividados, por exemplo?

ROBERTO – Os produtos da Indústria Cultural normalmente evitam tratar de religião. Ou, então, apresentam situações genéricas, como o Natal, de um cristianismo muito vago. Essa é uma estratégia para não afastar pessoas de outros credos, uma vez que o público de cinema ou de quadrinhos é heterogêneo.

DEUS NO GIBI – Qual o grande conceito moral dos quadrinhos Disney?

ROBERTO – Walt Disney era um moralista. Em seus desenhos animados o bem sempre triunfa e a amizade pode ser mais forte do que qualquer ameaça. Trata-se de uma moral ingênua. Nos quadrinhos, à exceção das histórias feitas por Carl Barks, que são mais complexas e ambíguas, esse tipo de moral ingênua também é usada – basta ver as histórias com o Lobinho.



DEUS NO GIBI – No seu livro você fala da importância que os quadrinhos Disney tiveram durante a depressão, nos Estados Unidos. Porque neste momento em que a nação americana passa por uma situação semelhante o mesmo fenômeno não se repete? O que vemos é que as revistas Disney estão sendo canceladas, por queda nas vendas.

ROBERTO – Durante a Depressão Econômica da década de 1930 os quadrinhos, e também os filmes, eram mais ingênuos. Hoje, o público de quadrinhos é formado em sua maioria por adultos que gostam de histórias de super-heróis e de filmes violentos. Nos Estados Unidos, devido à forma de distribuição de revistas, o público infantil e os aficionados nostálgicos têm poucas opções de adquirir outro tipo de quadrinho. No Brasil, as crianças frequentam pouco as bancas de jornais e têm deixado de lado o hábito de ler gibis, preferindo o entretenimento proporcionado por videogames, televisão e internet.

DEUS NO GIBI – É possível que para a Disney recuperar a proximidade com o público leitor?

ROBERTO – Os quadrinhos Disney, assim como outros produtos culturais massivos, sofrem com a falta de renovação. Mas eu tenho percebido que, na Itália, os artistas têm criado histórias e séries que são criativas e inovadoras.

DEUS NO GIBI – E escoteiros, multi-milionários e detetives ainda tem espaço junto aos leitores?

ROBERTO – Escoteiros, milionários e detetives ainda têm apelo se as histórias forem interessantes, se elas tratarem de assuntos atuais e incorporarem comportamentos e relações com a tecnologia que as pessoas têm hoje em seu cotidiano.



www.deusnogibi.com.br