

Criatividade em movimento: uma análise dos processos criativos na Mauricio de Sousa Produções

Creativity in motion: an analysis of creative processes at Mauricio de Sousa Production

Cecilia Almeida Salles (PUC-SP)
Guilherme Francini (PUC-SP)

Resumo: Nos mais de 60 anos de carreira como quadrinista, Mauricio de Sousa construiu um legado profundamente enraizado na cultura brasileira. Por meio de seu estúdio, Mauricio de Sousa Produções (MSP), ele enfrentou significativas mudanças tecnológicas e sociais. Entretanto, seus personagens continuam com a mesma popularidade. Este artigo, através de uma visita ao estúdio, pesquisas e entrevistas, busca compreender os processos criativos que possibilitam o dinamismo e adaptabilidade da MSP frente aos desafios dos novos tempos.

Palavras-chave: crítica de processo. processo criativo. história em quadrinhos. Mauricio de Sousa. literatura infantil brasileira.

Abstract: *For over more than 60 years of career as a comic book artist, Mauricio de Sousa has built a legacy deeply rooted in Brazilian culture. Through his studio, Mauricio de Sousa Productions (MSP), he has faced significant technological and social changes. However, his characters continue to maintain the same popularity. This article, through a studio visit, research, and interviews, seeks to understand the creative processes that enable MSP's dynamism and adaptability in the face of the challenges of the new times.*

Keywords: *process critique. creative process. comics. Mauricio de Sousa. brazilian children's literature.*

Esta pesquisa se insere em um campo mais amplo dos estudos de processos de criação, desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Processos de Criação no âmbito dos programas de Pós-Graduação em Literatura e Crítica Literária e Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

É interessante observar que os interesses dos membros do grupo têm sido responsáveis pela ampliação dos objetos de estudo e, conseqüentemente, do âmbito da crítica de processo. Neste contexto, passamos a discutir as especificidades dos processos de criação em grupo e, mais especificamente, do HQ de Maurício de Souza de modo ainda inédito.

Introdução

Há 65 anos, Mauricio de Sousa fundou sua própria empresa de quadrinhos e lançou a primeira revista, *Bidu*, protagonizada por um cachorro inspirado no Schnauzer que teve quando pequeno, chamado Cuíca. Nos anos que se seguiram, Sousa criou mais uma variedade de personagens que cativaram o público, com destaque para Mônica, de 1963, baseada em sua filha, que rapidamente se tornou o símbolo máximo da empresa e dos gibis. Foi através dela, uma garota forte e dentuça, que nasceu a conhecida Turma da Mônica, composta por diversos personagens igualmente carismáticos e muitas vezes inspirados em figuras reais do entorno de Sousa.

Seis décadas depois, a popularidade da Turma da Mônica permanece inabalada e continua a se expandir para novos territórios e plataformas. Foram muitas as mudanças tecnológicas e sociais pelas quais a Turma da Mônica passou: a popularização da televisão, a computação e a internet, os smartphones e as mídias sociais. Além dos quadrinhos impressos, as personagens de Mauricio de Sousa estão presentes nas redes, no cinema, nas plataformas de *streaming*, no YouTube e em produtos licenciados. Como exemplo desse sucesso, vale destacar o personagem Jotalhão, elefante que estampa as embalagens do molho de tomate Cica desde a década de 1970, tornando-se um dos mais longevos licenciamentos de marca do mundo (Universo HQ, 2017).

A onipresença da Turma da Mônica é possível graças ao esforço de uma grande equipe criativa, composta por roteiristas, desenhistas, designers, animadores e outros talentos. Esses profissionais não apenas se mantiveram flexíveis diante das constantes mudanças tecnológicas e culturais, mas também se adaptaram a elas com maestria, preservando a essência das histórias e das personagens em diferentes mídias e formatos. Este artigo, baseado em uma visita realizada à Mauricio de Sousa Produções (MSP) em 19 de dezembro de 2023 e em uma entrevista concedida pelo roteirista Paulo Back — que trabalha no estúdio há 30 anos — tem como objetivo explorar os intrincados processos criativos que permeiam o estúdio, bem como eles se relacionam com o contínuo sucesso e impacto cultural da Turma da Mônica.

A MSP

A MSP é uma empresa familiar, administrada por seu fundador, Mauricio de Sousa, sua esposa e diretora de arte, Alice Takeda, e seus filhos. Eles participam ativamente do cotidiano da empresa e costumam levar Bidu, o atual mascote da família, para o trabalho. O estúdio, que fica no bairro da Lapa, em São Paulo, é uma verdadeira imersão no universo da Turma da Mônica, cujos personagens e paisagens permeiam e decoram cada canto de cada ambiente. Desde uma pracinha, na parte externa do condomínio, até o teto do escritório.

Passada a recepção, o visitante se depara com uma releitura da sala na qual Mauricio de Sousa trabalhou como repórter policial na Folha da Manhã (Folha de S. Paulo, 2020). Ela contém um almoxarifado, onde descansa uma máquina de escrever, uma escrivaninha, uma cadeira e um mancebo de madeira. Nas paredes, algumas fotos de Sousa em ação como jornalista. Sobre a mesa pairam três tirinhas de quadrinhos verticais ao lado de uma enorme, que se estende até o chão. Uma placa explica que se trata de um “filminho” intitulado *Pedro Malazartes e o Corvo Mágico*, que Sousa criou ainda quando criança. Ao lado de sua mesa, o mancebo segura um sobretudo cáqui e um chapéu, que parecem pertencer a um detetive de filme *noir*. A roupa compunha o personagem Dick Tracy, de quem Sousa emprestou o figurino, como forma de lidar com a timidez durante os 5 anos em que atuou como repórter.

Ainda como jornalista da Folha, Sousa conseguiu publicar sua primeira história em quadrinhos, uma tirinha vertical do Bidu, na Folha da Tarde. Dois anos depois, ele deixou de atuar como repórter e passou a se dedicar com exclusividade para a função de cartunista para o veículo. Mas foi demitido após se envolver em uma campanha que exigia cotas para artistas brasileiros em jornais e editoras.

A demissão foi um momento desafiador para Sousa, que teve de voltar a morar com os pais, em Mogi das Cruzes. Com o dinheiro que lhe restou, ele calculou até onde poderia ir de ônibus e quais eram os jornais em um determinado raio dessa região. Ofereceu, então, para esses veículos, tirinhas com personagens inéditos e uma promoção na qual eles compravam duas tirinhas e ganhavam uma terceira. Com isso, conseguiu voltar a publicar e surgiram muitos personagens novos.

Além de personagens baseados em pessoas de seu entorno, surgiram alguns mais fantasiosos inspirados em personagens americanos. É o caso de Penadinho, fantasma criança como Gasparzinho, do Astronauta, inspirado nas aventuras espaciais de Flash Gordon, e Piteco, homem das cavernas como Brucutu. Piteco, inclusive, foi um personagem criado para o jornal carioca *Tribuna da Imprensa*, que o contratou justamente com o intuito de desenvolver uma história em quadrinhos brasileiras.

Em pouco mais de quatro anos, Sousa não apenas voltou a trabalhar para a Folha, para o suplemento infantil do jornal, como também passou a distribuir as tirinhas que produzia para jornais de São Paulo para veículos de todo o país. As

histórias em quadrinhos assinadas por Mauricio de Sousa chegaram a circular por mais de 400 jornais, de norte a sul do Brasil. Todos queriam e aceitavam todo e qualquer personagem criado pelo cartunista.

Após todo o sucesso no meio impresso com suas tirinhas e gibis, Sousa passou a vislumbrar novos horizontes. Com o vetor sempre orientado para o futuro, ao longo das décadas, ele produziu peças de teatro, livros, animações para a televisão e para o cinema, produtos, parques temáticos e muito mais. Hoje, o foco do cartunista está nos filmes e séries com atores reais, chamados de *live-action*. Além dos longas da Turma da Mônica, Turma da Mônica Jovem e Chico Bento, isso inclui um projeto de cinebiografia, no qual poderá ser interpretado por seu filho Mauro.

O processo de criação de um gibi

Ao virar para a esquerda, o visitante entra em um corredor que abriga uma pequena exposição sobre o cartunista e seu estúdio. Em um mural, os primeiros gibis publicados ficam pendurados juntamente com antigas matérias de jornal. Há uma prateleira com premiações nacionais e internacionais conquistadas ao longo das décadas. Do outro lado, uma pequena televisão de tubo mostra a primeira aparição da personagem Mônica na telinha. Há também uma enorme lata de molho de tomate Cica estampada pelo Jotalhão e os primeiros bonecos licenciados da Mônica e do Cebolinha, gastos e muito diferentes do design atual, mas protegidos por uma redoma de acrílico como verdadeiras joias.

A exposição segue com uma estação de trabalho que mostra o passo-a-passo da produção tradicional de um gibi: desde o roteiro inicial até a fase final de colorização. Estes elementos — *roteiro, desenho, letra, arte-final, revisão final e cor* — ainda hoje definem os diferentes estágios dentro da indústria. Para ilustrar este processo de criação, a exibição traz diferentes estágios da página de abertura da história “Turma da Mônica em uma aventura no Museu”. As mudanças ocorridas em cada etapa desse desenvolvimento são de grande relevância para o presente estudo e, portanto, merecem uma análise minuciosa.

Roteiro

O roteiro é o primeiro registro oficial das histórias em quadrinhos. Em muitos estúdios, ele se assemelha a um roteiro cinematográfico, composto unicamente por texto. Além das falas das personagens, ele apresenta uma descrição por escrito do que será representado visualmente em cada quadro. Essas descrições são um complemento necessário para a compreensão da história e apresentam também algumas sugestões para a equipe de arte.

A cultura dos roteiristas da MSP vai um passo além. Na empresa, eles entregam o que chamam de “rafe”, um documento que se assemelha mais a um storyboard de animação do que a um roteiro de cinema. Isto é, como forma de criarem

histórias menos dependentes de texto e até de testarem suas próprias ideias antes de as colocarem adiante, os próprios roteiristas desenham rascunhos do que será representado na versão final.

Para organizar e otimizar o processo de criação de um rafe, os roteiristas partem de um livreto composto por folhas de papel sulfite grampeadas, que já contêm um cabeçalho com o nome da revista sendo produzida e o número total de páginas daquela história, além de um rodapé que inclui a numeração da página atual e espaço para a data e assinatura do roteirista. Cada página também apresenta um grid modular¹, com apenas uma coluna dividida em quatro módulos iguais. Esses módulos podem ser subdivididos horizontalmente, caso o roteirista deseje criar mais quadros, ou combinados verticalmente para formar quadros maiores.

Assim como é habitual no início de cada história, o exemplo colocado na exposição apresenta o primeiro quadro da narrativa em destaque, ocupando metade da página, ou seja, os dois primeiros módulos do grid. A sequência é mais fluida e varia de acordo com as escolhas do roteirista. No exemplo dado, o quadro seguinte ocupa o tamanho exato do terceiro módulo do grid e o módulo final está dividido em dois quadros. Essa limitação de layout resulta não apenas em uma unidade visual, mas também estabelece uma espécie de “jogo” para os roteiristas, que devem construir suas histórias em cima de uma regra pré-estabelecida.

Outra especificidade da cultura da MSP em relação aos roteiristas é que eles têm a liberdade de produzir no local que lhes seja mais conveniente. Essa abordagem permite com que roteiristas de todo o país possam contribuir com o estúdio. Um fenômeno inaugurado por Paulo Back, que ingressou na empresa como *freelancer* em 1994 e, por morar em Florianópolis, sempre contribuiu de maneira remota.

Sobre esse aspecto, Alice Takeda atribui a questão da inspiração. Ela exemplifica com o caso do escritor das histórias de Chico Bento, que gosta de se retirar para áreas rurais, buscando na atmosfera bucólica, semelhante àquela do personagem, repertório para suas narrativas. Afinal, as histórias costumam partir de algum acontecimento no cotidiano do roteirista.

Em relação ao conteúdo a ser desenvolvido na história, em sua entrevista, Paulo Back sintetiza como uma questão de empatia. O roteirista deve se colocar no lugar do Mauricio de Sousa, do leitor dos quadrinhos e da própria personagem. Back estabelece três critérios, em forma de perguntas, que diz seguir religiosamente: “como o Mauricio de Sousa faria esse roteiro?”, “como o leitor se sentiria ao lê-lo?” e, mais importante, “a história é condizente com a visão da personagem?”. Ele enfatiza a importância da personagem, argumentando que são elas que realmente escrevem os quadrinhos. O roteirista é visto apenas como uma ferramenta para

1 O grid pode ser definido como um “conjunto específico de relações de alinhamento que funcionam como guias para a distribuição dos elementos num formato”. Os grids são compostos pelos mesmos elementos básicos: colunas, guias horizontais (flowlines), módulos e zonas espaciais (SAMARA, 2015, p. 24-25).

registrar cada história, como se cada personagem tivesse vida própria.

Depois de terminado, cada roteiro segue para aprovação, uma responsabilidade que Mauricio de Sousa nunca delegou, mas que começou a compartilhar com sua filha Marina, que divide a função com Paulo Back. Segundo Back, Sousa sempre foi rigoroso e, quando reprova um roteiro, se limita a dizer: “está fraco”. Em caso de reprovação, o rafe volta para o roteirista, que deve decidir entre aprimorar a história ou investir em outra.

Desenho

Após a aprovação do roteiro, os desenhistas iniciam o trabalho de ilustrar cada quadro com base no rafe. Um grupo com cerca de quatro ou cinco funcionários mais antigos não se adaptou ao desenho digital e continua a produzir de maneira tradicional. Dentre eles está Sidney Losano, conhecido como Cidão, que inspirou o personagem Louco e já trabalha na empresa há mais de 50 anos.

No método tradicional, os desenhistas iniciam seus esboços em páginas tamanho A3, muito maiores do que o formato final do gibi, o que facilita o processo de desenho. Eles utilizam a cor azul, devido a uma técnica engenhosa: como as fotocopiadoras antigas possuíam uma limitação em relação à reprodução desta cor, especialmente o tom conhecido como “*non-photo blue*”², os desenhistas esboçavam com lápis azul até chegarem à versão final do desenho, feita com grafite preto. Nas fotocópias, as linhas azuis se tornavam imperceptíveis, permitindo que apenas a versão final fosse reproduzida.

Ao longo do tempo, o processo de desenho foi responsável por burilar o design de cada personagem, tornando-o cada vez mais simples e icônico. Essa simplificação ocorreu em várias frentes, às vezes de maneira intencional, em busca de otimizar o tempo de produção e facilitar a reprodução em série por diversos artistas, às vezes de forma orgânica, passando pela visão estética de um ilustrador específico, que acaba se tornando a norma para os demais, ou até por obra do acaso, com incidentes positivos.

Personagens icônicos

Segundo os animadores americanos Brent Noll e Maximus Pauson (2020), o bom design de personagem envolve três características-chave: o *exagero*, a *paleta de cores* e a *silhueta*. Os três são aspectos que dizem respeito à clareza do design e que permitem com que a personagem seja facilmente reconhecida em diferentes mídias e estilos. O exagero é a forma como uma personagem representa uma caricatura da realidade. Ou seja, ele pega elementos da realidade e os exagera.

O exagero é algo que Mauricio de Sousa sempre fez muito bem em relação à personalidade de cada personagem. Por exemplo, a Mônica é forte e cabeça

² “Azul não fotografável” em uma tradução livre para português.

quente. Cebolinha é engenhoso e troca a letra “r” pela letra “l”. Magali é esfomeada e ama melancia. Cascão odeia tomar banho e tem medo de chuva. Todos muito simples e específicos. Já, conforme mencionado anteriormente, a paleta de cores e a silhueta foram dos aspectos que se desenvolveram com o tempo.

Inicialmente, as tirinhas eram publicadas exclusivamente em jornais que, na época, eram impressos exclusivamente em preto-e-branco. Portanto, para os primeiros personagens, não havia uma atribuição de cor específica. Encontravam-se todos em alguma gradação de cinza. Mesmo em sua primeira publicação em cores, já em sua revista homônima, Bidu se manteve cinza, como o cachorro que o inspirou. Entretanto, a gama de cores para impressão era muito limitada e o cinza não era uma cor fácil de ser impressa com fidelidade. Por esse motivo, Bidu acabou ganhando um aspecto azulado no gibi. Sousa ficou contente com o resultado incidental, e passou a atribuir cores mais fantasiosas não apenas para Bidu, mas para muitos de seus personagens animais.

O Jotalhão era rosa, mas acabou se tornando verde com o início do licenciamento para o molho de tomate Cica. Uma forma de contrastar mais com a embalagem vermelha, e de dar um aspecto “italiano” para o redesign. O roteirista Paulo Back ainda supõe que a cor verde do cachorro floquinho foi escolhida porque ele vivia sendo confundido com uma planta nas tirinhas de jornal. Originalmente, ele havia sido idealizado com laranja. Uma cor mais próxima da realidade. Por fim, Sansão era amarelo e se tornou azul, de forma a contrastar melhor com o vestido vermelho da personagem (Folha de S. Paulo, 2023).

Com os gibis coloridos e alguma experiência, as paletas de cores passaram a ser escolhidas de maneira mais intencional. É o caso do núcleo da Turma da Mônica, cujas roupas têm paletas muito específicas atribuídas para cada personagem. Mônica é consistentemente retratada com roupas vermelhas, Magali com amarelo, Cebolinha com verde, e Cascão com uma combinação de vermelho e amarelo. Essa consistência não só adiciona identidade visual aos personagens, mas também facilita a sua identificação instantânea pelos leitores.

Para avaliar adequadamente a silhueta de um personagem, é preciso imaginá-lo preenchido completamente de preto, sem qualquer detalhe interno no design. Uma silhueta eficaz é aquela que, por si só, é capaz de distinguir a personagem de qualquer outra. Ao longo das décadas, as silhuetas das personagens criadas por Mauricio de Sousa passaram por grandes transformações, até resultarem no atual aspecto arredondado e distintivo, cada uma com características muito específicas.

Os primeiros estudos que Mauricio de Sousa fez para retratar sua filha Mônica como personagem eram semi-realistas, mas ela já apareceu nos gibis de maneira simplificada, à semelhança de seu colega Cebolinha. Com o tempo, seus olhos e dentes foram ganhando ainda mais destaque, suas bochechas também cresceram, concedendo um aspecto mais terno à personagem, e seu cabelo, antes composto

de muitos traços, foi simplificado até ser composto de exatas cinco mechas em formato de banana e um arrepiado com mais três fios.

Mônica, Cebolinha, Cascão, Magali e muitas das crianças da Turma da Mônica parecem ter saído de uma mesma matriz, mas seus cabelos e vestimentas criam silhuetas singulares, que permitem uma rápida identificação.

Até os anos 1970, as personagens da Turma da Mônica tinham um aspecto pontiagudo. Ao final da década, com o sucesso das tirinhas, Mauricio decidiu investir na produção de longa-metragens. Ele comprou uma produtora de filmes animados e, para desenvolvê-los, decidiu atualizar o design de suas criações. As formas foram arredondadas pelas mãos de Emy, uma artista do estúdio, e da própria Alice Takeda, que era arte-finalista na época. Também ganharam tridimensionalidade através do trabalho de José Márcio Nicolosi, conhecido como Zé Márcio, também cartunista da MSP, mas que foi realocado para trabalhar nos filmes. Essas mudanças facilitaram a adaptação para o universo das animações e estabeleceram a identidade visual que prevalece até os dias de hoje.

Definidos alguns dos processos que levaram ao design atual dos personagens e como é a forma tradicional do desenho, que ainda existe na empresa, é preciso pontuar que o restante da equipe desenha de maneira digital. Através de um tablet conectado ao computador, os desenhistas esboçam cada página com o mesmo preciosismo de décadas atrás. Não há qualquer personagem ou item “pré-fabricado” e os tablets, sensíveis à pressão, permitem com que cada artista imprima sua própria singularidade.

Letra

Com os desenhos finalizados e os layouts bem estabelecidos, as páginas são encaminhadas para um letrista. Sua responsabilidade é aplicar os textos em cada um dos balões de fala e demais conteúdos escritos do gibi. Até recentemente, esse processo envolvia unicamente a escrita manual. Ou seja, assim como ocorria nas tirinhas de jornal, a parte textual de cada revistinha era composta exclusivamente por letterings.

Os letterings sempre seguiram um padrão com formas arredondadas e amigáveis, típico de histórias em quadrinhos. Além disso, as letras são todas escritas em caixa alta, para facilitar a leitura por parte das crianças e o encaixe do texto nos balões de fala. Palavras com erros gramaticais propositais e estrangeirismos são destacadas com o uso de negrito e itálico.

Em relação ao texto voltado ao público infantil, Paulo Back complementa que a MSP sempre busca escrever diálogos que representem fielmente conversas de crianças, de maneira simples e coloquial. Os roteiristas tentam evitar o uso de gírias e de regionalismos, mas a forma de se falar é centrada em São Paulo, com predileção pelo uso de “você” ao invés de “tu”, por exemplo. Palavras com duplo sentido também são evitadas, especialmente no caso do personagem Cebolinha,

cuja dicção pode prejudicar a compreensão do texto.

Recentemente, após décadas de escrita manual, uma fonte baseada nos clássicos letterings foi confeccionada sob encomenda e exclusivamente para o estúdio. Denominada “Maurício”, ela é aplicada sobre os layouts através do software de design editorial da Adobe, o InDesign.

Além do texto em si, cabe aos letristas estabelecerem o tamanho e o formato dos balões de fala. Estes são recursos expressivos que indicam qual é a personagem emissora, complementam sua entonação e até se essa fala se trata propriamente de uma fala ou de um pensamento.

Arte-final

Após a etapa do desenho e das letras, cada página é passada a limpo pelas mãos de arte-finalistas. Tradicionalmente, eles faziam uma fotocópia da página entregue pelo desenhista e definiriam cada traço utilizando tinta nanquim preta. Os detalhes de acabamento, assim como as variações de espessura entre diferentes linhas, são importantes códigos para o leitor. Elas criam sugestões de luz e sombra, de profundidade e até das texturas de alguns materiais, como é o caso de vidro ou concreto, por exemplo.

Assim como os desenhistas, os arte-finalistas também foram responsáveis pela introdução de algumas inovações também. Um exemplo conhecido é a maneira como o cabelo do personagem Cascão passou a ser retratado através de um borrão de nanquim. Essa técnica envolvia os arte-finalistas sujavem o próprio dedo na tinta, para, em seguida, utilizá-lo como ferramenta para esfumá-la. O resultado é mais texturizado e indefinido do que uma forma desenhada.

Atualmente, o meio digital também substituiu a tradicional tinta nanquim sem qualquer comprometimento artístico. Através de uma mesa digitalizadora e de sua respectiva caneta, capazes de simular as variações de espessura das linhas, de acordo com a pressão exercida pela caneta sobre o dispositivo, os arte-finalistas repetem os mesmos processos de antes. Os diferentes pincéis disponíveis no Photoshop são capazes de recriar as mais variadas texturas, inclusive a do cabelo.

Cor

Quando todas as linhas, tanto das imagens quanto dos textos, estão bem definidas, começa o processo de colorização. Tradicionalmente, o departamento de cores trabalhava com uma cópia reduzida da arte final, próxima ao tamanho real do gibi a ser impresso, e coloria cada página à mão, utilizando lápis de cor. Após a conclusão, eram atribuídos códigos a cada cor, para que a gráfica pudesse realizar a impressão colorida. Isso garantia um acabamento homogêneo das cores, sem a textura característica do lápis de cor.

Atualmente, a aplicação das cores se dá por meio digital. Uma colorista recebe o arquivo final de cada página e, com o pincel do Photoshop controlado por um

tablet conectado ao computador, ela fecha cada espaço aberto entre as linhas criadas pelo arte-finalista utilizando a cor que deseja aplicar. Ao finalizar essa etapa, ela preenche cada forma rapidamente utilizando a ferramenta “balde de tinta”. As paletas de cores já são pré-definidas, há uma específica para as cenas diurnas, e outra para as noturnas. A grande diferença entre as duas é a temperatura das cores. A primeira com tons mais quentes, a outra, frios.

Com exceção da capa, onde há um trabalho mais elaborado com degradês e sugestões de luz e sombra, os artistas nunca adaptam as cores das personagens, principalmente, as de suas vestimentas, para os diferentes ambientes e fontes de luz. Quando uma cor é impressa ligeiramente diferente, como por exemplo, quando a roupa da Mônica parece estar um pouco mais rosada do que o vermelho habitual, centenas de reclamações inundam o estúdio, a maioria vinda de crianças fãs dos personagens.

Outro aspecto imprescindível e muito característico da identidade visual dos gibis da Mauricio de Sousa Produções são os quadros multicoloridos. Na mesma página, cada quadro é pintado com seu respectivo fundo em cores diferentes, mesmo que isso não siga uma lógica de continuidade na cena. Até as plantas e paredes variam de cores para criar esse efeito lúdico e estimulante.

Durante a visita, a colorista demonstrou a enorme diferença entre uma mesma tirinha pintada com o fundo de cada quadro apenas em azul, por se tratar do céu, e com ele variando entre azul, amarelo e vermelho. Na sequência, ela também recoloriu a cena diurna com os tons noturnos. Por mais que sejam códigos muitas vezes inconscientes para o leitor, a quebra dessas regras é muito perceptível, resultando em uma sensação de que não se trata de uma tirinha real da Turma da Mônica.

Revisão final

A última etapa do processo é a revisão final, realizada antes que os gibis sejam encaminhados para a gráfica, onde serão impressos e posteriormente distribuídos para as bancas de jornal e assinantes. Em cada etapa da produção, o gibi passa por uma revisão antes de passar para a próxima. Contudo, como qualquer produto editorial, ainda mais voltado ao público infantil, a revisão final é uma parte imprescindível para garantir que o texto esteja de acordo com as normas gramaticais vigentes.

No caso da MSP, além de corrigir qualquer erro gramatical, o revisor também é responsável por garantir as especificidades da fala de cada personagem. É o caso do conhecido “caipirês” das falas de Chico Bento. Segundo Paulo Back, o próprio Mauricio de Sousa e uma revisora específica, chamada Ivana, são as únicas pessoas do estúdio capazes de escrever em “caipirês” de maneira apropriada.

Voltando à exposição, ela segue com um enorme pôster de um dos primeiros longas-metragens animados da Turma da Mônica, o *A Princesa e o Robô* (1984),

e algumas etapas do processo de criação de uma animação. Mais alguns itens terminam por contar a história de sucesso de Mauricio de Sousa e da MSP. O visitante, então, vira à direita e pode adentrar em um grande corredor, onde trabalham os colaboradores responsáveis pelos famosos gibis. Do lado esquerdo, roteiristas escrevem e produzem raves das histórias das próximas edições. Um pouco adiante, uma equipe de desenhistas elabora os desenhos que posteriormente serão entregues aos arte-finalistas. No andar de cima, animadores terminam os próximos episódios de Turma da Mônica Toy, em um estúdio que conta inclusive com três salas de som. É como ver a exposição acontecendo diante dos olhos.

Considerações finais

Uma das virtudes que parece se destacar em Mauricio de Sousa é a sua predisposição para o novo e para dialogar com a sociedade. A criação da própria Mônica se deu a partir de uma observação crítica vinda de um de seus colegas de trabalho. Até então, Sousa não havia criado uma única personagem feminina e, por isso, foi chamado de misógino (Veja, 2023). Ao invés de reagir de maneira defensiva ao comentário, ele rapidamente passou a criar garotas fortes e autênticas para estrelar suas histórias. Sousa, inclusive, conseguiu instituir essa forma de resposta às críticas na cultura da empresa. Um departamento foi estabelecido especificamente para recolher o feedback do público e colocar as questões levantadas em pauta. Dessa forma, a empresa adquiriu o hábito de reunir-se para decidir se deve manter ou alterar alguma prática com base nessas análises.

O diálogo entre os gibis da MSP e a sociedade sempre foi muito rápido em comparação com as obras produzidas por outros estúdios. Segundo Paulo Back, entre a ideia inicial de uma história e a sua publicação havia um intervalo médio de apenas três meses. Essa velocidade permitia com que os quadrinhos estivessem em diálogo constante com o leitor, mesmo antes do advento das redes sociais. Um exemplo trazido por ele na entrevista é a presença de uma alusão ao grupo *Secos & Molhados*, em especial à figura de Ney Matogrosso, num gibi de outubro de 1974, ou seja, poucos meses depois do estouro da banda. Nele, Cebolinha e Cascão formam uma banda chamada *Os Abobrinhas*, na qual se apresentam com a característica maquiagem *glam rock* do grupo.

Nos últimos 60 anos, o próprio conceito de infância passou por transformações significativas. Houve um encurtamento dessa fase da vida, em função de uma adolescência mais prolongada. A Turma da Mônica Jovem, inaugurada em 2008 com um estilo próximo ao dos mangás japoneses, já foi uma resposta a essa nova configuração. Edições de luxo com compilados de tirinhas antigas apelam aos adultos. E o Turma da Mônica Toy, aos bebês e às crianças bem pequenas. Paulo Back complementa: “Mauricio não pára no tempo, está sempre buscando algo

mais”. Essa mesma disposição em relação ao futuro levou a MSP a encarar as novas plataformas e tecnologias, que continuam a surgir de forma cada vez mais acelerada, com entusiasmo, aproveitando cada oportunidade para diversificar seus produtos e atualizar a produção tradicional.

Colocada essa propensão do estúdio para a mudança, é importante pontuar que ela não ocorre de forma arbitrária. Assim como seus personagens foram, pouco a pouco, se despidendo de características supérfluas, de forma a preservar e destacar sua própria essência, até atingir a forma mais icônica, Sousa gerencia a MSP ao longo das décadas com escolhas criteriosas, que mantêm apenas o que é fundamental. Sua habilidade de adaptar-se ao tempo sem comprometer a própria identidade talvez seja o segredo da longevidade e relevância de sua obra e, conseqüentemente, de seu estúdio.

Referências

BACK, Paulo. **Entrevista concedida por Paulo Back**, roteirista da Mauricio de Sousa Produções, de forma remota, no dia 5 de março de 2024. São Paulo, 2024.

NOLL, Brent; PAUSON, Maximus. **GOOD vs. BAD Character Design: Tips and Tricks!** [vídeo]. Publicado em: 5 mar. 2020. Disponível em: https://youtu.be/8wm9ti-gzLM?si=zs0lhajyCx_P-wXU. Acesso em: 8 mar. 2024.

SAMARA, Timothy. **Grid: construção e desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

SOUSA, Mauricio de. **Maurício de Sousa descarta aposentadoria e revela seu plano infalível para o futuro**. Entrevista concedida a R7. 15 set. 2023. Disponível em: <https://entrevista.r7.com/mauricio-de-sousa-descarta-aposentadoria-e-revela-seu-plano-infalivel-para-o-futuro-15092023>. Acesso em: 1 mar. 2024.

UNIVERSO HQ. Os 55 anos do Jotalhão. Universo Paralelo. Publicado em 04 set. 2017. Disponível em: <https://universohq.com/universo-paralelo/os-55-anos-do-jotalhao/>. Acesso em: 1 mar. 2024.

VEJA. Maurício de Sousa posa com Bidu, que não é azul. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/mauricio-de-sousa-posa-com-bidu-que-nao-e-azul>. Acesso em: 5 mar. 2024.

FOLHA DE S. PAULO. História de sucesso de Maurício de Sousa começou como repórter policial na Folha. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha-100-anos/2020/03/historia-de-exito-de-mauricio-de-sousa-comecou-como-reporter-policial-na-folha.shtml>. Acesso em: 6 mar. 2024.

FOLHA DE S. PAULO. Mônica faz 60 anos com comportamento e aparência modificados pelo tempo. **Folhinha**, São Paulo, 16 mar. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folhinha/2023/03/monica-faz-60-anos-com-comportamento-e-aparencia-modificados-pelo-tempo.shtml>. Acesso em: 8 mar. 2024.

VEJA. Mônica 60 anos: os segredos da longevidade da personagem infantil. **Veja**, São Paulo, 12 mar. 2023. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/monica-60-anos-os-segredos-da-longevidade-da-personagem-infantil>. Acesso em: 8 mar. 2024.

Cecilia Almeida Salles

Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil (1990). Professora Titular da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3826-0142>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6112940247306533>

Guilherme Francini

Mestrando em Literatura e Crítica Literária pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), pós-graduado em Animação pelo Centro Universitário SENAC (2019) e formado em Design pelo Istituto Europeo di Design (IED-SP, 2017).

ID ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-5239-0333>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6120609805515822>