

CARACTERIZAÇÃO DO UNIVERSO POPULAR REGIONAL NAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS DE MAURICIO DE SOUSA: UM ESTUDO DE CASO DA REVISTA DO CHICO BENTO

Camila Franco de Carvalho Beranger¹; Cristina Schmidt²

Estudante do Curso de Jornalismo; e-mail: camila_ca_jornalista@hotmail.com¹

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: crisschmidt@umc.br²

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

Palavras-chave: Cultura popular; Folkcomunicação; Quadrinhos

INTRODUÇÃO

As produções de Maurício de Souza estão presentes no mercado mundial. Segundo Moacy Cirne em seu livro *A linguagem dos quadrinhos*, as histórias criadas para Chico Bento passam uma idéia de um mundo diferente do real, caracterizam o meio rural como um lugar ideal. O mundo rural é mais valorizado que a cidade e é colocado como uma solução para os problemas do homem. A presença da natureza, como um pano de fundo para uma realidade harmoniosa e segura, é a resposta para a felicidade. O respeito pelos rios, árvores, animais e pela terra torna-se a bandeira dos temas. Nesse momento em que as questões ambientais estão constantemente nos meios de comunicação, Chico Bento se tornou um defensor da natureza. Suas histórias apresentam verdadeiros discursos ecológicos. O personagem foi criado em 1961, inspirado em familiares do quadrinhista. Ao pesquisarmos a obra de Mauricio de Sousa estamos contribuindo para o estudo da mídia e a leitura que estas fazem da cultura regional; acreditamos, também, estar refletindo a realidade regional, pois o criador viveu na região do Alto Tietê de onde buscou suas referências.

OBJETIVOS

- a. Analisar a personagem com base em bibliografia específica.
- b. Levantar as temáticas trabalhadas nas revistas identificando as referências populares.
- c. Descrever o universo rural construído nas histórias.

METODOLOGIA

O projeto PIBIC é elaborado de acordo com o método de estudo de caso. Esta pesquisa é qualitativa, pois, apresenta como objetivo alcançar resultados mais próximos da realidade, uma pesquisa subjetiva e profunda baseada nos estudos realizados.

Neste projeto, o Chico Bento foi analisado como um instrumento de comunicação popular. A partir dos conceitos nele analisados como cultura de massa e cultura popular. Num segundo momento, foi definida uma amostra aleatória das Revistas/histórias do Chico Bento para uma leitura sistemática de cada uma – trazendo as personagens, as localidades, as temáticas; construiu-se um quadro de categorias, a partir das características da cultura regional, para aplicação nas análises, assim definidas: campo X cidade, religião, ecologia, família, educação/escola, trabalho, folclore/manifestações populares.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De um modo geral, é possível dizer que a cultura de massa está ligada aos meios e formas amplas de comunicação e às grandes instituições como o ensino, a ciência e a política, que atingem um público diversificado. De acordo com Teixeira Coelho (1998) cultura de massa pode ser considerada a comunicação de nossos dias, ela está por todos os lados na moda, nos meios de comunicação – TV, rádio, cinema, internet – no trabalho e na economia, e adquire o status de indústria cultural.

A cultura popular pode ser considerada como aquela que é criada pelo povo, que faz uma leitura do mundo e da vida a partir do que vive, pode ser por meio de hereditariedade ou de contato com outras culturas – como a de massa-, e atinge um público mais específico.

Bem diferente da cultura de massa, Schmidt (2006) explica que a cultura popular tem raízes nas tradições, costumes, no modo de ser de cada povo: o modo de ter fé e expressar, as lendas, as festas, o modo de vestir, a comida, a forma de falar. O povo tem seus próprios princípios, agindo de acordo com ele. Todas as suas características surgem dentro do local onde moram e acontece de acordo com a necessidade de cada grupo, seus modos não são criados por leis externas, mas algumas vezes recebem influência de outros lugares e outros povos.

A interação permanente da população de cultura popular ou folclórica com os meios de comunicação de massa acaba influenciando as manifestações da cultura tradicional e o inverso, aparecem na mídia de massa vários personagens e expressões da cultura popular (D'ALMEIDA in SCHMIDT, 2006), como por exemplo: o caipira Chico Bento nas histórias em quadrinhos de Maurício de Sousa, que são um meio de comunicação de massa.

CONCLUSÕES

Após levantar as temáticas, verificou-se que são muito discutidas nas histórias em quadrinhos da revista do Chico Bento. Identificou-se muitas histórias que trazem um universo rural diferente da realidade – é um mundo rural construído, ficcional, idealizado como lugar “perfeito”. Sendo possível desta forma, descrever que o universo popular nas histórias é muito distante do meio rural da região do Alto Tietê. Mesmo os temas que trazem a relação cidade e campo, fazem uma comparação de dois mundos estereotipados, carregado de exageros. Ocorre a apropriação de referências do popular e transforma-se em produto de massa, folk mídia.

Esse estudo instiga um aprofundamento desse universo proposto por Maurício de Souza. Nesse sentido, é interessante o desenvolvimento de uma pesquisa sobre o universo popular nas animações do Chico Bento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é Folclore**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

CIRNE, Moacy. **A linguagem dos Quadrinhos**. Petrópolis: Vozes, 1975.

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

SANTOS, José Luiz. **O que é Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na Arena Global**. São Paulo: Ductor, 2006.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que me dá força para lutar pelos meus sonhos. Agradeço também a professora Cristina Schmidt pela oportunidade de realizar esse projeto e por ter me orientado da melhor forma possível. Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, que me cedeu à bolsa. Aos jornalistas Heródoto Barbeiro, Francisco Ornellas, Vanice Assaz, William Tanida e sua produtora Mirielly por dedicarem minutos preciosos de suas vidas ao meu projeto. Aos meus familiares, que sempre me apoiaram em todas as decisões. E a todos que direta ou indiretamente me ajudaram a executar esse projeto.