

Mafalda e a televisão: a comunicação de massa nos quadrinhos de Quino

Camila da Graça Sandoval

Bacharel em Comunicação, com habilitação em Relações Públicas, pela
FCS/UERJ

143

Resumo:

Este artigo busca entender a relação da personagem Mafalda, do cartunista argentino Quino, com a televisão. Para isso, foram analisadas cinquenta tiras sobre televisão, selecionadas entre as quase 2000 histórias publicadas pela Editora Martins Fontes no livro *Toda Mafalda*. Buscaremos, através da análise dessas tiras, entender a importância da televisão e da cultura de massa em uma forma de comunicação massiva, as histórias em quadrinhos.

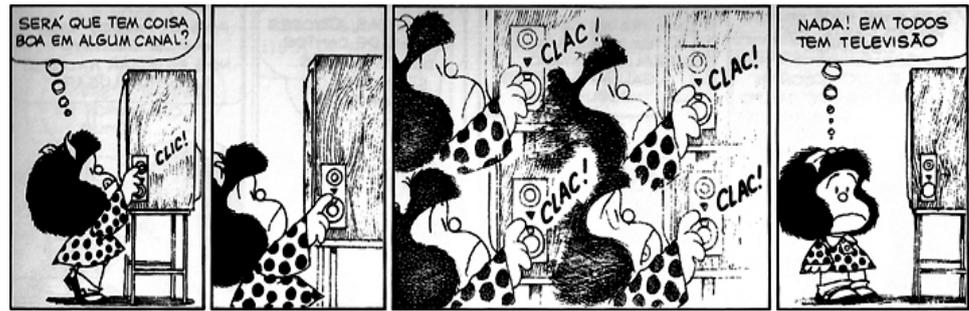
Palavras-chave: Mafalda; História em quadrinhos; Comunicação de massa.

Abstract:

This article seeks to understand the relationship of the character Mafalda, from the Argentine cartoonist Quino, with the television. To do so, fifty strips about TV were analyzed, selected among the nearly 2,000 stories published by Editora Martins Fontes in the book "Toda Mafalda". We will seek, through the analysis of these strips, to understand the importance of television and mass culture in a massive form of communication, the comics.

Keywords: *Mafalda; Comics; Mass communication.*

INTRODUÇÃO



Mafalda é uma menina argentina de seis anos que mora em Buenos Aires com seus pais. Apesar da pouca idade, ela se interessa por política e pela situação mundial, faz perguntas sobre a China e o Vietnã e demonstra preocupação com o que é debatido pela ONU, sem deixar de lado as brincadeiras com os amigos Felipe, Manolito e Susanita. Com sua habilidade de contestar o modo como as coisas funcionam, Mafalda tornou-se uma das mais famosas personagens de histórias em quadrinhos.

Ela foi criada pelo cartunista argentino Quino em 1963, para uma campanha publicitária de uma marca de eletrodomésticos que nunca chegou a ser veiculada. O autor criou uma família tipicamente argentina e coube a Mafalda, desde o início, o papel de questionadora. Suas tiras foram originalmente publicadas entre 1964 e 1973 em três publicações argentinas: no semanário *Primera Plana* (até 1965); no diário *El Mundo* de Buenos Aires (de 1965 até 1967); e no semanário *Siete Días* (de 1968 até a última tira, publicada em 25 de junho de 1973) (LAVADO, 2001, p.47).

Ainda na década de 1960, surgiram os primeiros álbuns com as histórias já publicadas em jornal e, em 1969, a personagem chega à Europa com o lançamento, na Itália, do livro *Mafalda a Contestataria*. Na introdução desse livro, intitulada “Mafalda ou a recusa”, Umberto Eco classificou Mafalda como “a personagem dos anos sessenta” (ECO, 2003). Mas as tiras da “heroína ‘enraivecida’ que recusa o mundo tal como ele é” (ECO, 2003) mantêm-se atuais, abordando temas tão universais como política, família, guerras e, claro, os meios de comunicação.

Apesar de terem sido publicadas tanto em um jornal diário quanto em revistas semanais, as histórias de Mafalda apresentam basicamente o mesmo formato em todas as publicações, podendo ser classificadas como uma “tira diária de jornal cuja situação temática define-se em três ou quatro planos” (CIRNE, 1975, p.37).

Uma característica do desenho de Quino é a simplicidade das formas, que se tornou uma marca de Mafalda. Ao mesmo tempo, o conteúdo das histórias não pode ser considerado simples, uma vez que enfoca questões de cunho político e social. Como diz Cirne, “os quadrinhos – quando assim desejam seus autores – podem se voltar para temas ‘sérios’” (CIRNE, 1975, p.96).

Para Umberto Eco, “ninguém nega que as histórias em quadrinhos (quando atingem certo nível de qualidade) assumam a função de questionadoras dos costumes” (ECO, 2003). E talvez seja essa característica que torne Mafalda tão universal e atemporal.

Além disso, as histórias em quadrinhos são uma importante forma de reflexão sobre o cotidiano. Por terem sido publicadas em veículos diários ou semanais, as tiras de Mafalda estavam, muitas vezes, relacionadas às notícias do dia anterior, da Argentina ou do mundo. Desse modo, as tiras são fonte de referências para entender os acontecimentos da época pela visão de quem viveu aquele momento, como a chegada da televisão às casas argentinas.

Este artigo tem como objetivo estudar a relação de Mafalda com a televisão. Metodologicamente, foram selecionadas cinquenta tiras sobre o assunto entre as quase 2000 publicadas no livro *Toda Mafalda*, da Editora Martins Fontes. Para fundamentar o estudo, recorreu-se ao referencial teórico de autores como Beatriz Rahde, Jesús Martín-Barbero, Umberto Eco, Briggs e Burke.

MAFALDA E A CRÍTICA DA TELEVISÃO



Quando Mafalda surgiu, em 1964, a televisão se difundia pelo mundo. Como era uma novidade tecnológica, ainda não havia certeza sobre seu impacto na vida de crianças e adultos, o que acabou gerando um ambiente de discussão sobre o assunto, um processo parecido com o que aconteceu com a Internet há menos tempo. Além do debate acadêmico sobre o tema, os próprios meios massivos já existentes, como jornais e revistas, começaram a discutir as conseqüências da televisão na sociedade.

Em meio a esse clima de incerteza frente a uma nova tecnologia de comunicação de massa, as tiras de Quino refletiam esses questionamentos, desde o dilema de se ter ou não um aparelho de televisão em casa até a dúvida sobre a influência do novo meio na imaginação das crianças. Como uma das características marcantes de Mafalda é a reflexão sobre os acontecimentos do dia-a-dia, o debate sobre a televisão também teve espaço nos questionamentos da personagem.

Para efeitos de análise, dividimos as tiras de Mafalda sobre a televisão em seis categorias. Essa divisão leva em consideração o papel que o meio televisivo assume em cada uma das histórias e as reflexões que os personagens fazem sobre ele, além de focar, mais especificamente, as tiras que apresentam a relação de Mafalda e de seu irmão, Guile, com a TV.

TER OU NÃO TER TV



A relação de Mafalda com a televisão começa a ser mostrada quando as crianças da escola descobrem que ela não tem um aparelho em casa. A menina é cercada por outros alunos, que a consideram um “animal raro”, ou ainda uma “idiota”.

A partir de tal acontecimento, a TV torna-se uma questão central na vida da personagem. O pai de Mafalda, que, como muitos na época, se recusava a adquirir um aparelho de televisão, tenta fazer a filha esquecer o assunto comprando-lhe um chocolate, o que acaba não tendo o efeito desejado.

A menina inicia, então, uma campanha para que sua família adquira uma televisão, inclusive adotando, em uma das tiras, a “guerrilha” em “vegetação densa”. No início, o pai de Mafalda se mostra relutante, com medo de que a filha se torne uma “telemânica” e questiona um pronunciamento do Papa¹, que dissera que a TV “une as famílias”, mas acaba convencido e finalmente adquire um televisor.

Apesar de toda a discussão sobre comprar ou não uma televisão, é importante lembrar que não há como conter o avanço tecnológico, nem as transformações socioculturais que ele causa. Isso fica claro na obra de Asa Briggs e Peter Burke, *Uma história social da mídia*. As tecnologias da comunicação são entendidas pelos autores como fatos relacionados a mudanças sociais e culturais, assim como interligadas a tecnologias mais antigas. A partir dessa perspectiva, os meios aparecem não como alheios à realidade, mas como reflexo do ambiente em que surgem e se desenvolvem.

Desse modo, Briggs e Burke identificam características da mídia atual que são “mais antigas do que em geral se imagina” (2004, p.14) e que foram se adaptando às mudanças nas comunicações. Um exemplo disso seriam os balões com falas das histórias em quadrinhos que, segundo os autores, são uma adaptação dos textos em forma de rolo que saíam da boca de imagens de santos em obras de arte religiosa medieval. Ou seja, as formas de comunicação de massa não apareceram de repente, junto com os jornais, o rádio ou a televisão: elas estão ligadas a formas mais antigas de comunicação, agora adaptadas às novas tecnologias.



No dia em que a televisão chega à sua casa, Mafalda fica tão emocionada que desmaia. Mas as questões em relação ao novo aparelho ainda estariam longe do fim.

LIBERDADE X CONTROLE



Logo após a compra do aparelho, os pais da personagem começam a se questionar se devem deixar a filha assistir à televisão livremente ou se controlam os horários e programas a que ela assiste. Usam “métodos ingênuos”, como esconder o televisor com uma planta e tentam conversar com a filha, o que acaba sendo inútil, já que também eles ficam hipnotizados pelas imagens da TV.

Em seu livro *Imagem: estética moderna e pós-moderna*, Maria Beatriz Furtado Rahde analisa a importância das imagens na contemporaneidade, já que estamos em constante contato com elas, através, por exemplo, dos quadri-nhos, da televisão e das fotos. Para a autora, é essencial que as pessoas sejam educadas para compreender as imagens, que se tornaram cotidianas na modernidade, através dos jornais ilustrados, da televisão, do cinema, dos *outdoors*, “estabelecendo a comunicação visual de massa” (2000, p.34). Rahde defende que as crianças e jovens deveriam aprender, na escola, a compreender essas imagens presentes no cotidiano contemporâneo.

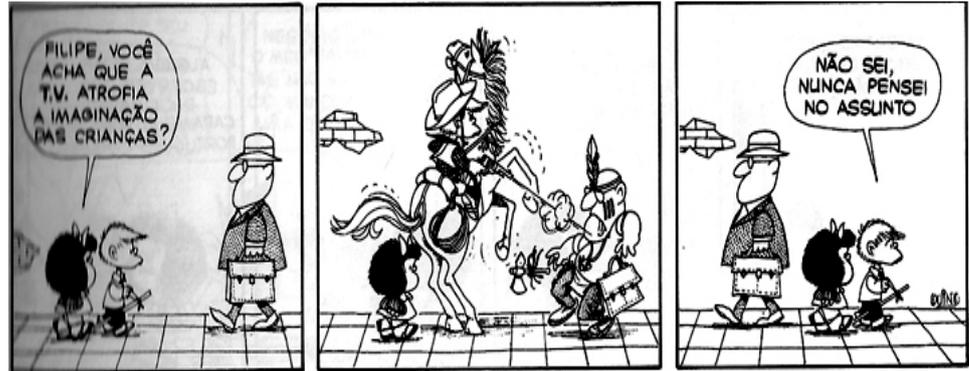
O debate sobre o impacto das imagens da televisão nas crianças parece ter ficado restrito aos pais que, como na família de Mafalda, tentam orientar seus filhos na escolha dos programas a serem assistidos. Porém, a educação formal, na opinião de Rahde, não soube se adaptar a essa nova situação. Segundo a autora,

Trazer imagens para a sala de aula, no sentido de serem debatidas, estudadas, criticadas e pesquisadas é trazer o cotidiano que se está vivenciando [...]; é estudar a produção artística do homem em diversos períodos culturais que deram origem aos novos movimentos da pós-

modernidade, permeada pela estética da experimentação nas artes visuais através da história. (RAHDE, 2000, p.39)

Rahde ressalta a importância da educação estética, já que o mecanismo de percepção de uma imagem está ligado a “relações fragmentárias” e a “pluralidades situadas na memória individual e coletiva de artista e espectadores” (2000, p. 31). Ou seja, é necessário ter meios para compreender as imagens que chegam até nós através da comunicação de massa.

A TV E A IMAGINAÇÃO

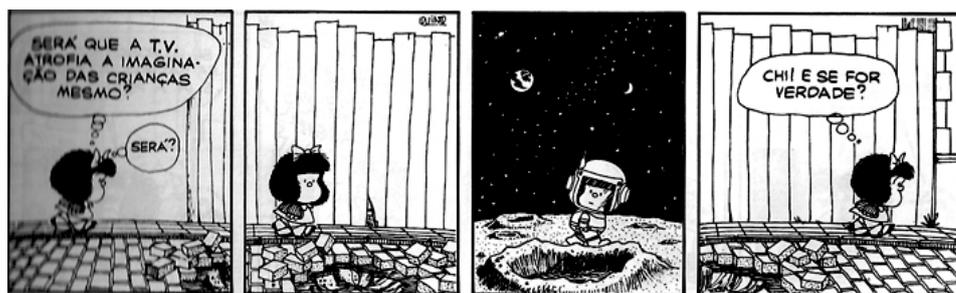


148

A tira também discute se a televisão atrofia ou não a imaginação das crianças. Mafalda e Filipe conversam sobre o tema sem chegar a nenhuma conclusão. Mas, apesar de não ser dito por nenhum personagem, podemos concluir, ao ler as duas tiras sobre o assunto, que Quino não acha que a TV acabe com a criatividade infantil, já que as crianças, enquanto conversam, imaginam ser um astronauta diante de uma cratera da lua ou ser um caubói.

Na verdade, as próprias situações imaginadas pelos dois personagens são bastante influenciadas pela televisão, que veiculou a chegada do homem à lua e transmitia diversos filmes de caubói importados dos Estados Unidos. Assim, a TV, ao contrário de pôr fim à criatividade infantil, acaba sendo um meio difusor de novas imagens que passam a fazer parte do imaginário da geração que assistiu a esses programas.

Se considerarmos que “as imagens estabelecem um diálogo, uma linguagem entre criador e receptor” (RAHDE, 2000, p.29) e que não há recepção passiva da mensagem dos meios de comunicação, assistir à televisão, assim como ler jornal, ouvir rádio ou navegar na Internet, deixa de ser apenas uma fonte de alienação e torna-se uma atividade que demanda esforço também do receptor. Nessas tiras de Mafalda, fica claro que os personagens não deixaram de ter imaginação porque assistem à TV, mas a televisão, de certo modo, acaba “interferindo” no que eles imaginam.



A TV COMO COADJUVANTE

Em uma grande parte das tiras analisadas, a televisão não é o assunto principal. Ela aparece como um “coadjuvante”, mas ainda assim possui uma enorme importância para as histórias, uma vez que o meio possui a função de propor o assunto debatido. Ou seja, ele torna-se o elemento que sugere o que deve ser discutido. Nessas tiras, são abordados diversos assuntos, como testes nucleares, moda feminina e decisões do governo. A semelhança entre todos é exatamente o fato de que, antes de serem debatidos pelos personagens, foram tema de algum programa televisivo.

Em *Dos Meios às Mediações*, Martín-Barbero diz que, ao contrário de acabar com as mediações, os meios, como a televisão, passam a ser o lugar em que essas acontecem.

Nem a família, nem a escola – os velhos redutos da ideologia – são já o espaço-chave da socialização, “os mentores da nova conduta são os filmes, a televisão, a publicidade”, que começam transformando os modos de vestir e terminam provocando uma “metamorfose dos aspectos morais mais profundos”. (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.66)

Os meios de comunicação de massa passam, então, a “constituir uma cena fundamental da vida pública” (BARBERO, 2008, p.14).

Para Kellner, os meios massivos “substituem a família, a escola e a Igreja como árbitros do gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento” (2001, p.27). Ou seja, a importância dos meios torna-se enorme na vida das pessoas, uma vez que eles passam a desempenhar um relevante papel social.



Mafalda, como é sua característica, sempre questiona o que está sendo veiculado pela televisão. Por exemplo, ela duvida do termo “acontecimento de

domínio público”, já que entende que o público não tem o domínio dos acontecimentos. Também contesta a afirmação de que a causa da violência mundial seriam os brinquedos bélicos que estimulam a agressividade nas crianças, desconsiderando a influência das guerras e disputas de poder de verdade.

Mais uma vez, questiona-se a passividade do público frente aos meios de comunicação. Para Briggs e Burke, os telespectadores não podem ser considerados “vítimas” diante da TV. Os autores argumentam que controle remoto é um “elemento de interatividade técnica” (2004, p. 324), permitindo trocar de canal sem grande esforço quando não se está satisfeito com a programação. Podemos afirmar também que o simples ato de ligar o aparelho já é um modo de interação, uma vez que sempre há a possibilidade de mantê-lo desligado, assim como a possibilidade de escolha entre certo número de canais.

A relação de Mafalda com a televisão é um exemplo de que a relação com os meios de comunicação não precisa ser, e não é, necessariamente passiva. O simples fato de assistir a uma série de imagens contínuas não significa que os telespectadores concordem com tudo o que estão vendo e ouvindo e passem a reproduzir esse discurso. A personagem não deixa de discordar, questionar e dar a sua opinião, mas nem por isso pára de assistir à TV, uma prova de que ela reconhece a importância do meio. Diante da televisão, Mafalda continua sendo a contestadora Mafalda.

A personagem, muitas vezes, assiste à TV na companhia de seus pais e amigos, que se tornam importantes interlocutores e também se posicionam em relação ao que estão assistindo. No caso de Susanita, isso ocorre nem que seja para “alfinetar” Manolito, hábito que ela mantém também quando não está em frente à televisão. O pai de Mafalda, assim como a filha, discorda do que assiste nas propagandas e se revolta com programas que falam de plantas de fábricas, “regadas a dinheiro”, diferentes das que ele cultivava.

O aparelho, ao contrário de acabar com as relações sociais, torna-se, portanto, assunto e ponto de partida para discussões entre Mafalda, seus amigos e sua família. As notícias veiculadas pela mídia como um todo, uma vez que a menina costuma também ler jornal e ouvir rádio, tornam-se tema de conversas entre os personagens, que expõem seus pontos de vista uns para os outros. Os meios, portanto, acabam provocando trocas de idéias, o que, mais uma vez, nos mostra a importância deles na vida cotidiana e nos impede de caracterizar a audiência massiva como meramente passiva.

GUILE E A TV

Quando Guile, o irmão mais novo de Mafalda, nasce, logo se transforma no mais novo telespectador da casa, fazendo a irmã considerar que, na frente da TV, ele já raciocina como gente grande. Ao assistir a cenas dramáticas, provavelmente de uma telenovela, o menino tenta consolar a atriz que chora oferecendo-lhe sua chupeta, caracterizando a relação estreita entre ele

e o aparelho de televisão. O cúmulo dessa relação ocorre quando ele tenta interferir no filme a que está assistindo dando um soco no vilão, o que acaba deixando-o machucado por ter batido na tela.



A relação de Guile com a televisão é bem diferente da de Mafalda, principalmente por causa da diferença de idade e também pelo fato de que, desde que ele nasceu, a televisão já era uma parte fundamental da vida da família. A menina contestadora mantém certa distância do meio, procurando refletir criticamente sobre o que está assistindo. Seu irmão, ao contrário, mantém uma relação tão íntima com o meio que esse se torna quase um humano, que não funciona porque está zangado, como se tivesse emoções e sentimentos.

151

Apesar desse relacionamento sentimental com a televisão, o irmãozinho de Mafalda também se mostra, em uma das tiras, bastante insatisfeito quando sua mãe lhe diz que os mocinhos sempre vencem os bandidos no fim do filme. Guile, que estava animado com a possibilidade de o vilão matar o herói, desiste de assistir ao final da história e considera que “isso é vontade de fazê a gente perdê tempo”.

Essa diferença da relação dos dois irmãos com a TV nos lembra de que cada pessoa possui uma forma de interagir com os meios, já que “a percepção do espectador e a apreciação de uma forma imagística vão depender da interpretação do próprio modo de ver de cada pessoa” (RAHDE, 2000, p.30). Por serem percebidas de maneira diferente, as obras acabam tendo diferentes impactos sobre cada um de seus consumidores, dependendo de sua educação, cultura e experiência de vida.

MAFALDA E A TV

A relação de Mafalda com a televisão, ao contrário do que acontece com seu irmão Guile, está ligada à crítica e à contestação. Isso significa que ela procura sempre questionar o que está sendo dito e mostrado. A pequena contestadora faz questão de deixar claro quando não concorda com o que está sendo veiculado pela mídia, e isso acontece também na sua relação com outros meios massivos, como o jornal e o rádio.

Mafalda torna-se uma grande crítica da televisão e das informações veiculadas por ela, refletindo o papel que aquele aparelho adquire na sociedade e em sua vida pessoal. Programas direcionados às crianças, noticiários e

telenovelas são alguns gêneros comentados pela personagem, que assiste a tudo com sua visão questionadora.



Mafalda e Filipe comentam, em uma das histórias, a afirmação de que a televisão é um veículo de cultura. A menina se mostra um pouco contrária a essa idéia, uma vez que, no momento da discussão, ela assiste a um programa violento, com muitos tiros. Na verdade, a questão discutida aqui está ligada a que tipo de cultura a TV está veiculando, por que e para qual finalidade.

Para Kellner, os meios de comunicação, por serem voltados para o lucro, veiculam os produtos que atraem maior audiência que, na maioria dos casos, consiste em um “mínimo denominador comum” de acordo com os valores hegemônicos. Mas o próprio autor fala que, às vezes, os produtos da comunicação massiva apresentam posições conflitantes, abordando questões que chocam e transgridem convenções. Por isso, não devemos desconsiderar os meios como um todo, pois, assim como divulgam idéias da classe que os controla, eles podem ser usados também para promover “forças de resistência e progresso” (KELLNER, 2001, p.27).

Em uma das tiras analisadas, a mãe de Mafalda demonstra preocupação com o comportamento da filha, quando esta sai para brincar de caubói com os amigos. A mãe se pergunta por que a menina, que defende o pacifismo, participa de brincadeiras violentas. Enquanto isso, a televisão, que mostrava um anúncio de uma associação de caridade, começa a exibir um programa no qual um soldado atira em outro. A tira relaciona o comportamento de Mafalda com o que é veiculado pela mídia. De certa forma, essa idéia vai ao encontro do que Kellner propõe ao dizer que várias características da sociedade, e, portanto, dos indivíduos que fazem parte dela, podem ser entendidas a partir de um estudo dos produtos da cultura da mídia.

Os comerciais também são alvo de crítica na tira em que a mãe de Mafalda fala que fica menos preocupada se a filha ficar em casa assistindo à televisão do que se ela for brincar na rua. A menina, então, durante um período de tempo, assiste à televisão e, conseqüentemente, a comerciais de diversos produtos. Depois, ela comenta que o assoalho não está tão brilhante quanto o do anúncio de *Ceralux*, que os cabelos da mãe estão ressecados, precisando de *Shampuflower*, e que ela não usa *Nácar* creme em suas mãos. A mãe, obviamente perturbada, deixa a filha ir brincar na praça.

A influência da publicidade é tema também de outras tiras. Em uma delas, Mafalda se pergunta quando a “sociedade do consumo” chegará à “saciedade do consumo”. Os anúncios também abalam o pai da menina, que se revolta com um comercial de uísque. Não há dúvida que as imagens dos comerciais invadem o dia-a-dia das pessoas, tornando-se, portanto, como afirma Rahde (2000), necessário que haja uma educação estética da população para uma melhor compreensão dessas imagens.

A personagem, em todas as suas tiras, deixa sempre bastante clara sua posição em relação a questões de sua vida diária, e isso não é diferente quando o assunto é a TV. Ela se senta em frente ao aparelho desligado para poder “pensar na frente da televisão”, critica o roteirista da novela que “lutou para não cair nas garras da inteligência” e, por “força do hábito”, reclama da programação televisiva inclusive quando a TV está desligada.

Todas essas críticas não impedem Mafalda de ser uma telespectadora, ou seja, ela não deixa de assistir à TV. Ao mesmo tempo em que se emociona com uma cena de telenovela, que assiste junto com sua amiga Susanita, Mafalda comenta o fato de o roteirista ter a “delicadeza” de não mostrar os personagens quando recebem suas contas de luz, telefone, gás etc. Mesmo quando se envolve com as histórias contadas pelo meio, a personagem de Quino faz questão de manter sua posição crítica.

Em outra tira, a menina desliga a televisão revoltada com os anúncios que tentam influenciar os telespectadores a consumir usando termos como “use”, “beba” e “compre”. “Quem eles pensam que nós somos?”, ela pergunta. Mas, após refletir um instante, acaba religando o aparelho ao concluir que nós não sabemos quem somos.

Portanto, a relação de Mafalda com a televisão envolve conflitos: ela gosta do Pica-Pau, mas questiona o roteiro das telenovelas; se revolta com comerciais, mas também se desculpa pelo pai que acha “que a vida se parece mais com a vida do que com os comerciais”. A menina contestadora é uma ferrenha crítica da televisão, mas também foi a maior defensora da compra de um aparelho para sua casa e se emocionou no dia em que este foi entregue. Afinal, Mafalda está intimamente ligada à sua época, os anos 1960, e a televisão faz parte desse momento histórico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. *Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CIRNE, Moacy. *Para ler os quadrinhos: da narrativa cinematográfica à narrativa quadrinizada*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1975.

ECO, Umberto. Mafalda ou a Recusa. In: *Toda Mafalda*. 7. ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2003.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. São Paulo: EDUSC, 2001.

LAVADO, Joaquin Salvador (org.). *Toda Mafalda*. 7. ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2003.

_____ (org.). *Mafalda Inédita*. 3. ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2001.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. *Imagem: estética moderna e pós-moderna*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

NOTAS

¹ O Papa, na época em que as tiras foram publicadas, era Paulo VI.