

Agda Dias Baeta

Disney Pós-Moderna: o papel das histórias em quadrinhos da personagem Margarida na mediação dos valores pós-modernos

Resumo

O que está por trás do discurso supostamente inocente das histórias em quadrinhos? Muito além do entretenimento, ele dissemina ideologias e padrões de comportamento. Em *Disney Pós-Moderna*, a autora analisa as histórias em quadrinhos da personagem Margarida, de Walt Disney, e relaciona seu discurso com o novo estereótipo do gênero feminino difundido na nova ambiência - período de transição entre a modernidade e a pós-modernidade. A reflexão aborda a ideologia incutida no conteúdo das histórias em quadrinhos e o estímulo que, possivelmente, causam na formação dos leitores. Os quadrinhos analisados correspondem à produção brasileira, realizada pela Editora Abril nas décadas de 80 e 90. É época em que a personagem ganhou uma nova personalidade e um novo visual, que demonstram os valores pós-modernos propostos por autores como Alvin Toffler e Stuart Hall e difundidos com maior intensidade na sociedade brasileira a partir da década de 80.

Alvin Toffler lançou o seu livro *A Terceira Onda* em 1980. O gibi da Margarida foi lançado no Brasil em 1986. Qual a relação entre os dois? A personalidade atribuída à personagem, nas histórias em quadrinhos elaboradas no Brasil, sustenta-se em valores que coincidem com os apresentados por Toffler e outros autores que se dedicaram ao estudo da pós-modernidade. Na década de 80, a

Margarida - isso mesmo... a namorada do Pato Donald; ou melhor, simplesmente Margarida, aliás, ela tornou-se independente - além de um gibi próprio, ganhou uma nova personalidade. Deixou de ser a coadjuvante namorada de Donald e transformou-se no retrato da mulher da terceira onda. O velho traje rosa e preto foi substituído por um diversificado guarda-roupa, ela passou a trabalhar fora e a lutar por seus direitos e ideais. A redefinição do papel da mulher na sociedade contemporânea é abordada no discurso da personagem, que reflete o novo estereótipo do gênero feminino disseminado no período conhecido como nova ambiência.

A coincidência nas datas de publicação do livro de Toffler e do gibi da Margarida evidencia a repercussão mundial, em diferentes meios de comunicação, das mudanças que se processam no contexto global e que afetam - inevitavelmente - o indivíduo. Diante do fato de que os novos valores passam a compor o discurso de diferentes manifestações de informação, cultura e lazer - entre elas, as histórias em quadrinhos - será que o discurso utilizado nas histórias da Margarida apenas reflete as mudanças mundiais discutidas pelos diferentes autores ou também são responsáveis pela sua disseminação? Até que ponto a linguagem utilizada para levar entretenimento às crianças não estimula o comportamento e contribui para a formação das mesmas em idade adulta?

Agda Dias Baeta, publicitária (ESPM) é Especialista em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas pela ECA-USP.



Histórias em Quadrinhos: Ideologia e Comportamento

Devido a sua origem no desenho animado, as histórias em quadrinhos Disney estão associadas ao público infantil e são consideradas, pela grande massa - unicamente - fonte de entretenimento. Por esse motivo, seu conteúdo é tido, muitas vezes, como menos relevante no contexto comunicacional. No entanto, ao analisar a história das histórias em quadrinhos percebe-se que esse meio de comunicação de massa não é assim tão inocente. Desde a sua origem, as histórias em quadrinhos têm causado inúmeras polêmicas e proibições em torno do seu discurso. Entre elas, a intervenção do governo fascista em 1938, na Itália, que proibiu a importação de quadrinhos estrangeiros; a publicação em 1954 de *The Seduction of the Innocent*, escrito por Frederic Wertham, “que marcou o apogeu de violenta campanha contra as histórias em quadrinhos” (Vergueiro, 1985:6); e a censura durante o regime militar brasileiro que afetou não só a música, a televisão e a imprensa, mas também os quadrinhos. Além disso, os contos dos Irmãos Grimm já apresentavam no início do século XIX um conteúdo moralizante. O castigo era, em todas as narrativas, o final para as personagens que não se comportavam de acordo com as normas estabelecidas pela sociedade, o que evidencia que a literatura infantil não é apenas um meio de fuga da realidade, mas um instrumento moralizador e ideológico.

Diante disso, por que as histórias em quadrinhos estariam neutras em seu discurso? Com o advento da indústria cultural de massa¹, as histórias de Walt Disney - que começaram a ser publicadas em forma de revistas - ganharam repercussão mundial, o que favoreceu o desenvolvimento dos estudos sobre a relação entre o meio social e a composição do discurso dos quadrinhos. Entre esses estudos, destaca-se o livro *Para Ler o Pato Donald*, de Dorfman e Mattelart, lançado em 1976² e que “embora

cientificamente não tenha muitos méritos, destacou-se pelo grande número de reações que despertou entre os estudiosos e aficionados do gênero” (Vergueiro, 1985:12). Na obra, os autores denunciam a disseminação dos ideais norte-americanos nos países da América Latina através da exportação de suas histórias em quadrinhos. Desconsiderando seu caráter extremista - que por ter sido desenvolvida por socialistas radicais, apresenta uma análise também influenciada pela ideologia partidária de seus autores - percebe-se a importância do estudo enquanto evidência da presença ideológica nas histórias infantis, quer de maneira intencional ou como reflexo do contexto social no qual foi produzida.

A Influência no Público Leitor

Reconhecida que a presença de ideologias e do contexto social está incutida nas histórias em quadrinhos, resta verificar se a influência dos valores disseminados afeta o público-leitor e determina o seu comportamento. Segundo Renard: “a banda desenhada, tal como todos os mass media, reforça as atitudes preexistentes, não conseguindo no entanto determinar novas. (...) tudo depende do leitor e da sua filiação num meio familiar e social particular” (1978:188). No entanto, o mesmo autor defende o aspecto compensatório das histórias em quadrinhos. Segundo ele, o personagem lido pela criança reflete a realização do que ela gostaria de ser. As limitações impostas pela figura dos pais, por exemplo, nas histórias em quadrinhos, desaparecem simplesmente devido ao fato dos pais não existirem³.

Dessa maneira, pode-se dizer que apesar não ter uma influência direta na composição do pensamento e comportamento coletivo - que têm como determinantes outros aspectos sociais e culturais como os valores transmitidos pela família, a época e o contexto no qual se desenvolveu a formação do indivíduo - as histórias em quadrinhos, assim como os demais meios de comunicação, também não

(01) *"Desde o início, sua característica (da história em quadrinhos) foi a de comunicação de massa, uma vez que atingia um público enorme" (Bibe-Luyten, 1985:10).*

(02) *A edição utilizada para desenvolvimento deste trabalho é de 1978.*

(03) *"44,2% dos personagens infantis não apresentam de facto qualquer família; 18,1% só têm um tio ou um padrinho" (Renard 1978:196). É interessante lembrar que segundo a análise de Dorfman e Mattelart em Para Ler o Pato Donald, a ausência de pais nos quadrinhos Disney é uma maneira de evitar questionamentos sobre a relação de poder não justificada entre a supremacia norte-americana e os países subdesenvolvidos.*



para a pós-modernidade - e nos indica o desenrolar de uma nova, nomeada pós-modernidade.

Para Martín-Barbero, as ondas de mudanças se propagam quando ocorrem alterações em relação ao entendimento do espaço e do tempo. Na pós-modernidade, a revolução da informação e a globalização são os fenômenos responsáveis pelos “novos modos de inserção no (e de percepção de) tempo e espaço” (Martín-Barbero, 2003:60). O desenvolvimento das tecnologias da informação introduziu virtualidade ao espaço e velocidade ao tempo e isso fez surgir a globalização, um dos fenômenos centrais do mundo pós-moderno, responsável pela transformação do “sentido do lugar no mundo” (Martín-Barbero, 2003:58). Assim, temos na informação e no conhecimento, a chave da reorganização mundial.

Mais do que o contexto global, os valores pós-modernos afetam a vida em sociedade. A pós-modernidade é uma nova maneira de estar no mundo, “dela falam as profundas mudanças produzidas no mundo da vida: no trabalho, no casal, na roupa, na comida, no lazer” (Martín-Barbero, 2003:60) e afeta o sentido do convívio social. Na sociedade na qual a linguagem multimídia impera, vivemos a simulação: “não importa quem você é, o que importa é como você se produz para mostrar quem você é” (Sousa, 2003:23). E essa simulação toma o estar-junto social midiático: “nos grandes centros, não há mais a experiência do estar-junto coletivo. Não temos mais o público. Quem faz a ponte do estar-junto coletivo é a mídia, a televisão, o computador” (Sousa, 2003:22-3). A tecnologia serve de prótese para que os indivíduos compartilhem experiências e essa prótese tem se tomado o real: “nosso mundo saturado de imagens, alimentado de forma incessante pela mídia eletrônica, muda realmente nossa percepção do que é real e torna mais difícil do que antes diferenciar imagem de realidade” (Kumar, 1997: 171).

Assim, aprendemos a acreditar no simulacro. O que era apenas uma prótese do real, passa a compô-lo e a espetacularização substitui a racionalidade: “você passa a ser o que mostra” (Sousa, 2003). Não importa mais a construção de uma sociedade ideal para vivermos no futuro ou para que nossos filhos usufruam. Não existe mais a luta contra o governo ditador ou pela liberdade, igualdade e fraternidade, que nunca foram alcançadas. A sociedade pós-moderna deseja viver o presente, fazer do hoje o mundo ideal. Morrem as grandes utopias e em seu lugar entra a performance.

Essa preocupação com o presente e não mais com o futuro, como ocorria na modernidade, está associada principalmente aos problemas com a biosfera e a crise da energia. O esgotamento dos recursos naturais tem exigido uma nova postura dos cidadãos em relação ao mundo em que vivem. O indivíduo deixa de ser apenas uma peça na engrenagem da máquina social e passa a ter opinião, a exigir seus direitos e respeito. Ele adquire consciência de cidadão e o consumerismo⁶ substitui o consumismo da sociedade industrial.

Essa consciência também é resultado do advento do conhecimento, que resultou em uma sociedade mais esclarecida e informada, fato que acarretou a constituição de uma nova força de trabalho, composta de trabalhadores especializados, críticos e inovadores. Além dos avanços tecnológicos, as relações de trabalho pós-modernas também foram afetadas pela nova estrutura das relações familiares e vice-versa. O núcleo familiar da modernidade, no qual cada membro tinha função definida - o pai era provedor do sustento da família, obtido fora de casa, e a mãe responsável pela manutenção do lar e pelo cuidado de toda a família - já não é predominante na pós-modernidade. “A família nuclear moderna desintegrou-se, sendo substituída por uma grande diversidade de arranjos individuais” (Kumar, 1997: 162). O número de divórcios aumentou, as mulheres

(06) "entendido como um movimento social organizado, próprio da Sociedade de Consumo - surge como reação à situação de desigualdade entre fornecedores e consumidores. Considerando as imperfeições do mercado e sua incapacidade de solucionar, de maneira adequada, uma série de situações como práticas abusivas, acidentes de consumo, injustiças nos contratos de adesão, publicidade e informação enganosa etc" (Portilho, 2005:36).

estão totalmente desassociadas da composição ideológica vigente. Como salienta Cirne: “não existe quadrinhos inocentes, assim como não existem leituras inocentes” (1982:11). Não se deve levar a análise de maneira extrema como Whertam⁴ na década de 50, mas também não é possível defender a idéia de que o discurso ideológico e político, apesar de estar presente nas produções de quadrinhos, não influencia em nada aqueles que as consomem como fonte de entretenimento.

No livro *Quadrinhos para Quadrados*, Silva (1976) analisa como as histórias de Flash Gordon anteciparam fenômenos que só ocorreriam três décadas depois: “quando no dia 20 de julho de 1969, o comandante Armstrong, da Apollo XI, pisou pela primeira vez na lua, e comunicou que a terra era azul, pode ter surpreendido milhões em todo o mundo, menos nós leitores das histórias em quadrinhos, que já sabíamos disso, desde a década de trinta. Flash Gordon nos tinha contado. Igualmente através dele, tomamos conhecimento antes do resto da humanidade da televisão, raio laser, propulsão a jato, energia atômica, discos voadores, jato-spray e até da própria mini-saia. Tudo isso já existia em fins de 1933, na mente de Alex Raymond, jovem desenhista americano, quando criou Flash Gordon (...) Suas concepções de máquinas, roupas, armas e tantos outros objetos, antecipavam-se aos cientistas e técnicos, e iriam tornar-se realidade com tanta exatidão no decorrer dos anos, influenciando todo o complexo industrial do mundo ocidental” (1976: 71).

A afirmação do autor não tem confirmação científica, mas nos leva a rever o papel das histórias em quadrinhos e a importância do seu discurso dentro do contexto social. A partir do momento que os quadrinhos funcionam como espaço para disseminação de idéias e valores, estão muito próximos de incuti-los no imaginário de seus leitores e assim, estimulá-los a determinados

comportamentos. Daí a sua importância enquanto ferramenta ideológica.

Pós-Modernidade: o Novo Contexto Social.

A discussão sobre a época pós-moderna tem suas raízes nos trabalhos realizados pelo sociólogo Daniel Bell⁵ a respeito da sociedade pós-industrial. A sua interpretação sobre o futuro da sociedade moderna, marcada pelo industrialismo, deu margem a diversos outros estudos sobre a nova época que dava seus primeiros sinais de vida nos últimos anos da década de 60. No decorrer dos anos 70, suas idéias foram popularizadas por Toffler - entre outros autores - e o que Bell chamou de sociedade pós-industrial recebeu outras denominações como terceira onda, modernidade tardia e pós-modernidade.

Segundo Toffler (1980), as mudanças ocorridas na sociedade se processam como ondas do mar: assolam o planeta e não necessariamente uma onda deve acabar para que a outra se inicie. Três grandes ondas são as responsáveis pelas transformações que alteraram a vida em sociedade, o modo de trabalho e produção, a política e o comportamento humano ao longo dos séculos. A primeira grande onda foi a passagem da sociedade nômade para a sociedade agrícola. O domínio do solo transformou a civilização, que além de extrair o seu sustento, passou a fixar-se nele. As famílias tornaram-se multigeracionais e trabalhavam juntas, consumindo o que produziam. A segunda onda assolou o mundo no século XVIII com a Revolução Industrial, que transformou o modo de produção e fez com que as pessoas deixassem o campo para viverem nos centros urbanos e trabalhassem nas fábricas. Já a terceira onda se iniciou na segunda metade do século XX e tem como propulsores o advento do conhecimento - ou a Revolução da Informação - e a globalização, entre outros inúmeros fatores que se relacionam nesta cadeia de mudanças. É a terceira onda que caracteriza a nova ambiência - transição da modernidade

(04) Autor da polêmica publicação The seduction of the innocent, já mencionada anteriormente.

(05) Ver Kumar, 1997.



ganharam o mercado de trabalho e já não dependem de seus maridos para sobreviverem. A diversidade na estrutura familiar tem relação direta com a redefinição do papel de homens e mulheres na sociedade: “o pluralismo, o ‘ismo’ da nossa época, é, ao mesmo tempo, o grande problema e a grande oportunidade: quando Todo Homem se toma cosmopolita e, Toda Mulher, um Indivíduo Liberado, a confusão e a ansiedade passam a ser estados dominantes de espírito (...)” (Jencks, 1989:7 apud Kumar, 1997:115).

Essa ansiedade está associada à crise de identidade vivida pelo sujeito pós-moderno, que por ser plural - não tem uma identidade fixa, essencial ou permanente - não sabe qual é o seu lugar no mundo: “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada ‘crise de identidade’ é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social” (Hall, 2005:7).

Hoje, o indivíduo possui várias identidades, relacionadas às questões de raça, sexo, gênero, posicionamento político, classe social, entre outras. De acordo com a situação, ele considera mais ou menos uma de suas identidades para posicionar-se em relação a determinado assunto. Ele busca entender qual o seu lugar na nova sociedade porque as transformações ocasionadas com a onda de mudanças: “estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a idéia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um ‘sentido de si’ estável é chamada, de deslocamento ou descentração do sujeito” (Hall, 2005:9). Para Hall (2005), o deslocamento do sujeito foi provocado por cinco rupturas⁷ nos discursos do conhecimento moderno. A influência do feminismo, o quinto

deslocamento do sujeito, é nítida no discurso das histórias em quadrinhos da Margarida e responsável por suas características pós-modernas.

Com o início da terceira onda, a mulher deixou de ser submissa ao marido e foi para fora de casa buscar seu espaço. O movimento feminista da década de 60, ao questionar “a noção de que os homens e as mulheres eram parte da mesma identidade, a ‘Humanidade’” (Hall, 2005:46), abriu “para contestação política, arenas inteiramente novas de vida social: a família, a sexualidade, o trabalho doméstico, a divisão doméstica do trabalho, o cuidado com as crianças, etc” (Hall, 2005:45), o que o constitui um marco para a nova ordem social que se propagou. O trabalho - que na sociedade agrícola era realizado por toda a família - foi dividido na Segunda Onda, o que resultou na cisão sexual e no surgimento dos estereótipos relacionados ao papel do homem e da mulher: “enquanto o marido, em geral, saía para fazer o trabalho econômico direto, a mulher geralmente ficava em casa para fazer o trabalho econômico indireto. O homem assumia a responsabilidade de forma historicamente mais avançada de trabalho; a mulher era deixada atrás para tomar conta da forma mais antiga, mais atrasada de trabalho. Ele avançava, por assim dizer, para o futuro; ela permanecia no passado (...) As mulheres preparadas desde o berço para as tarefas da reprodução, da criação dos filhos e da labuta doméstica, realizada até um grau considerável em isolamento social, eram ensinadas a serem ‘subjetivas’ - e eram freqüentemente consideradas incapazes para a espécie de pensamento racional, analítico, que supostamente acompanhava a objetividade” (Toffler, 1980:57).

Através do movimento feminista, esses estereótipos foram questionados e a mulher tem conquistado, ao longo das últimas décadas, um novo espaço e um novo papel na sociedade. A mulher pós-moderna foi à luta pela conquista do mercado de trabalho e aos poucos

(07) Essas cinco rupturas representam avanços na teoria social e nas ciências humanas. A primeira é a reinterpretação feita na década de 60 do pensamento Marxista, que tira o homem do centro do sistema teórico. A segunda vem da descoberta do inconsciente por Freud, que arrasa a idéia do homem como ser provido de identidade fixa e unificada. O terceiro deslocamento está associado com o trabalho de Saussure, no qual ele conduziu que apenas utilizamos a língua segundo padrões estabelecidos para nos posicionarmos de acordo com propostas pré-existentes. A quarta ruptura ocorre no trabalho de Foucault que conduziu que “quanto mais coletiva e organizada a natureza das instituições da modernidade tardia, maior o isolamento, a vigilância e a individualização do sujeito individual” (Hall, 2005:43). A quinta ruptura, ou deslocamento, é o feminismo.

passou a exercer todo e qualquer tipo de atividade que, até então, só eram atribuídas aos homens. Adiou a constituição da família, priorizou a carreira profissional ao invés da maternidade. Impôs-se na relação com o parceiro. Conquistou a independência financeira e isso lhe propiciou também a independência emocional e psicológica.

A Evolução da Margarida

A primeira aparição da Margarida foi no desenho animado Mr. Duck Steps Out, exibido em junho de 1940 e em novembro do mesmo ano, ela chegou aos quadrinhos pelas mãos de Taliaferro. No Brasil, sua primeira aparição ocorreu na revista Seleções Coloridas entre os anos de 1946 e 1948. Nos quadrinhos da editora Abril, a personagem teve sua estréia em 1950, na história O Garimpeiro, publicada na revista O Pato Donald número quatro. Em julho de 1986, Margarida foi a primeira personagem feminina da Disney a ganhar sua própria revista no Brasil e segurou-se nas bancas até 1997, ocasião em que o arrefecimento do mercado de quadrinhos ocasionou baixa vendagem dos gibis e a editora decidiu parar com a produção nacional⁸.

Desde sua criação, a pata sempre foi diferente das outras personagens femininas do Walt Disney por possuir uma personalidade forte. No início, era apenas coadjuvante das histórias e tiras do seu atrapalhado namorado Donald. Foi com a criação de Diário da Margarida, na década de 50, por Carl Barks, que a personagem começou a ter suas próprias histórias. Originadas de anotações que Margarida fazia em seu diário, eram cômicas, curtas e abrangiam temas como o romance, o ciúme e as atrapalhadas de uma personagem consumista e fútil. Sua principal ocupação era ser presidente do Clube Feminino de Patópolis, no qual ela organizava cursos de culinária, eventos beneficentes, sessões de costura e bordado.

As últimas histórias elaboradas por Barks, na década de 60, marcaram

o início da versão feminista da pata. Ela passou a trabalhar e se destacar pela sua competência e inteligência. Era secretária do Tio Patinhas e demonstrava interesse em firmar-se profissionalmente. Tony Strobl, responsável pela maioria das narrativas na década de 70, seguiu a linha deixada por Barks e apresentou histórias nas quais Margarida figurava ora como repórter, ora como policial feminino. A inteligência e a competência da pata continuaram a ser delineadas nessas histórias.

Na década de 80, os desenhistas brasileiros Irineu Soares Rodrigues e Euclides Miayaura ao lado dos roteiristas Gerson Teixeira e Arthur Faria Junior continuaram e ampliaram essa versão da personagem. Responsáveis pelo lançamento da revista com título próprio no Brasil, além de feminista, deixaram-na mais feminina: “desenhavam a personagem com o bico mais curto e vestindo roupas modernas e refinadas” (Santos, 1998:302). Apesar de seguirem a linha já desenvolvida na década de 70 - de mulher, ou melhor, pata inteligente e profissional - adaptaram sua personalidade e seu visual aos novos tempos, atribuindo-lhe uma postura pós-moderna. Margarida ganhou um gibi próprio no Brasil e se consolidou como exemplo de mulher independente. Segundo Santos: “os brasileiros não criaram uma situação falsa ou ideal, mas basearam-se na constatação de que a mulher, naquele momento, já havia superado diversas barreiras sociais e morais e estava efetivamente se dedicando a profissões antes restritas aos homens” (1998:303).

Evidências de uma Margarida Pós-Moderna

Entre as inúmeras evidências dos valores pós-modernos que influenciam o discurso da personagem Margarida, nas histórias criadas pelos artistas brasileiros, pode-se destacar as que refletem o impacto da nova ambiência no modo de vida do indivíduo e as que disseminam o pensamento e o comportamento pós-moderno como modelo a ser seguido. A

(08) Fonte: www.universohq.com/quadrinhos/2004/disney_brasil01.cfm. Acessado em 20/12/2005.

(09) Código de identificação da história em quadrinhos: B = produzida no Brasil; 860008 = oitava história aprovada pela editora no ano de 1986; MG1/1 = primeira história da revista número 1 da Margarida.



crise de identidade do sujeito e o simulacro se enquadram no primeiro caso. Em Uma Nova Margarida (B860008MG1/1)⁹, história de abertura do gibi número um, a crise do sujeito é claramente apresentada. Ao parar por engano no divã de um psicanalista, Margarida percebe que precisa mudar seu posicionamento em relação ao mundo e a si mesma. Como todo indivíduo que experimenta a nova ambiência, ela procura o seu papel na sociedade, o que gera uma série de dúvidas e incertezas. Como salienta Mercer: “a identidade somente se toma uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza” (1990:43 apud Hall, 2005:9).

“O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável (como se supunha na modernidade), está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas” (Hall, 2005:12). Nas histórias desenvolvidas no Brasil, a Margarida fútil e consumista de

antigamente, que centrava sua existência na relação com Donald, torna-se mulher independente e profissional competente. Luta pelos seus ideais feministas sem deixar de ser apaixonada por Donald. O reconhecimento desse pluralismo de identidades faz com que a pata perca o ‘sentido de si’ estável, vivenciando o deslocamento ou a descentração do sujeito (Hall, 2005).

O deslocamento da Margarida enquanto sujeito fica explícito na história quando Donald tenta lhe fazer uma gentileza e a personagem não sabe ao certo o que significa aceitar esse cuidado (figura 1). Ela se mostra confusa em relação ao seu novo papel na sociedade e em relação a si mesma. Margarida, que tinha uma personalidade coerente e estável centrada principalmente em seu relacionamento com Donald, deixa de ser exclusivamente namorada para se transformar em um sujeito plural, com múltiplas identidades que muitas vezes são contraditórias (figura 2). Por viver esse deslocamento, Margarida procura entender-se em sua nova identidade (figura 3).



Figura 1. Fonte: B860008MG1/1. Descentração do Sujeito: incertezas.



Figura 2. Fonte: B860008MG1/1. Pluralismo: emancipada, mas feminina.



Figura 3. Fonte: B860008MG1/1.
Novo 'sentido de si', instável.

Na redefinição de seu posicionamento em relação à sociedade, a reformulação do visual tem um papel fundamental. Em A Moda é Mudar (B860061MG6/1), Margarida decide trocar o 'guarda-roupa' e o velho traje é definitivamente substituído por uma variedade de modelos sofisticados e arrojados. Na história, ao pesquisar as tendências da estação para o suplemento feminino do jornal A Patada, a personagem percebe que a nova Margarida deve ter também um novo visual (figura 4).



Figura 4. Fonte: B860061MG6/1.
Você é o que mostra.

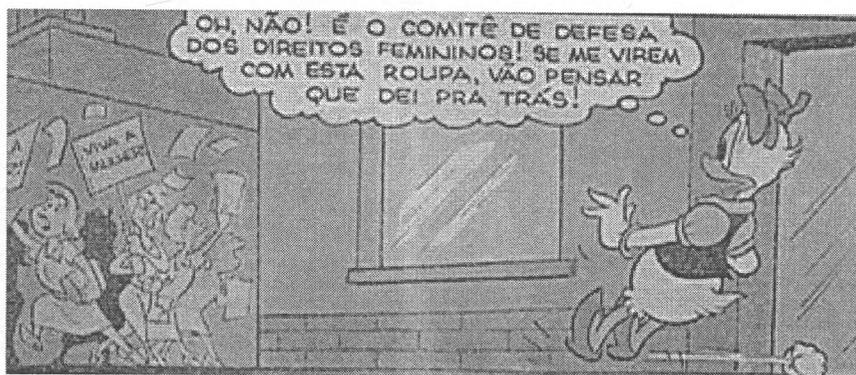


Figura 5. Fonte: B870157AMG1/1. O hábito faz o monge.

Superado o impacto inicial causado pela crise de identidade, Margarida sentiu a necessidade de externalizar a sua mudança. Afinal, na pós-modernidade a performance é o que concretiza o 'viver' do indivíduo. Para que os outros a enxerguem da maneira que ela deseja, Margarida se 'veste' para isso. Ela simula aquilo que quer ser através da composição do seu visual. Essa situação se confirma na história Ah, Os Velhos Tempos... (B870157AMG1/1). Ao vestir o velho traje para agradar Donald, a personagem tem medo que as amigas achem que ela voltou a pensar e agir como antes (figura 5).

Essa passagem da história enfatiza a aparência como simulação na nova ambiência.

Nas evidências que disseminam os valores pós-modernos como modelo a ser seguido, verifica-se o novo papel da mulher na sociedade contemporânea. A análise das histórias em quadrinhos da Margarida está situada no quinto deslocamento nomeado por Hall (2005): o feminismo.

O assunto é recorrente nas histórias em quadrinhos da personagem - chegou a ser tema em Feminismo em Uba Dhula (B870089MG44/1), história na qual Margarida revoluciona um país do Oriente Médio com o seu discurso sobre a igualdade de direitos entre homens e mulheres (figura 6) - e compõe o seu discurso ideológico nas mais diversas situações.



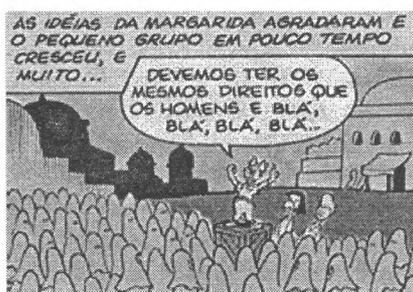


Figura 6. Fonte: B870089MG44/1. O feminismo e a igualdade de direitos.

O feminismo junto com outros movimentos sociais¹⁰ surgidos no final da década de 60, enfraqueceu as estruturas estáveis da modernidade ao contestar o papel da mulher na sociedade, em relação à família, à sexualidade, ao mercado de trabalho, à divisão das tarefas domésticas, à execução de atividades consideradas tipicamente masculinas, etc. Margarida em todas essas frentes tem um posicionamento claro, que dissemina os valores pós-modernos aos leitores através das histórias, como veremos a seguir.

Margarida e a comunidade: cidadã-consciente

Uma das identidades de Margarida é a de cidadã-consciente. Ela pensa no seu bem-estar e no da comunidade, quer seus direitos respeitados e dissemina em suas histórias o padrão consumerista marcante na pós-modernidade. Essa sua identidade é mostrada no enredo de *Os*

(10) A relevância do feminismo em relação aos outros movimentos sociais, como os antibelicistas por exemplo, está no fato de que ele tomou proporções abrangentes, como descreve Hall: "aquilo que começou como um movimento dirigido à contestação da posição social das mulheres expandiu-se para incluir a formação das identidades sexuais e de gênero" (2005:45-46).

Preços e a Fama (B860049MG5/1). Na história, ela é o pivô de uma grande confusão em um supermercado, devido ao abuso de preços (figura 7).

Termo que indica um movimento que se contrapõem ao consumismo difundido durante a modernidade, o consumerismo tem como base a responsabilidade social das organizações, o respeito ao consumidor, o desenvolvimento da cidadania organizacional e a ética. Todas essas características compõem a personalidade de Margarida nas histórias brasileiras, a partir da década de 80.

Vida familiar: casamentos tardios e adiamento da maternidade

Por ter ingressado no mercado de trabalho e investido no desenvolvimento de uma carreira, a mulher pós-moderna deixou para segundo plano a constituição de uma família e adiou a maternidade. O casamento é apresentado com tom pejorativo e como sinônimo de uma vida monótona. Em *A Bucaneira* (B870044MG41/1), Margarida conta a Donald a história de uma pata-pirata que viveu em tempos passados e com quem o rei queria se casar. Ela reage ao pedido de casamento como se isso representasse a prisão perpétua. Para ela, casar significa cuidar do marido e da casa (no caso, castelo) para o resto dos seus dias e isso não é o ideal de uma vida feliz, como seria para as mulheres da família nuclear moderna (figura 8).



Figura 7. Fonte: B860049MG5/1. Do consumismo ao consumerismo.



Figura 8. Fonte: B870044MG41/1. Casamento sinônimo de monotonia.



Figura 9. Fonte: B860206MG25/1. A maternidade assusta a pós-moderna.

Em Babau 1990 (B860206MG25/1), Margarida demonstra o seu posicionamento em relação à maternidade. Ao perceber que deixaram um bebê em sua porta, a personagem se apavora com a situação (figura 9). Acostumada com a sua vida independente de mulher solteira que mora sozinha, a pata se assusta ao ter que cuidar de uma criança.

Relacionamento amoroso: iniciativa e independência

Com exceção ao seu relacionamento com Donald, que muitas vezes a coloca em contradição, Margarida tem um posicionamento muito claro sobre como uma mulher deve se comportar em relação ao

parceiro. Deslocada do padrão moderno de família nuclear, no qual o homem comanda a relação e provém seu sustento, a nova Margarida deixa claro que a mulher deve ter iniciativa na conquista amorosa. É o que ocorre em Paixão das Cavernas (B860186MG23/1), história na qual a personagem viaja no tempo e ensina uma patinha das cavernas a agir como uma mulher pós-moderna (figura 10).

Assim, em suas histórias, Margarida mostra que a mulher da nova ambiência não tem o relacionamento como centro de sua vida e por esse motivo é menos suscetível às chantagens e imposições do parceiro (figura 11), como demonstrado na história Machão, Não! (B860151MG15/1).



Figura 10. Fonte: B860186MG32/1. Iniciativa no relacionamento amoroso.



Figura 11. Fonte: B860151MG15/1. Independência financeira e emocional.





Figura 12. Indignação em relação à discriminação no mercado de trabalho.

A conquista do mercado de trabalho

As histórias em quadrinhos da personagem Margarida enfatizam a conquista do mercado de trabalho obtida pelas mulheres nas últimas décadas. Sempre propondo que o gênero feminino é capaz de realizar qualquer profissão que na Modernidade era atribuída somente aos homens. Margarida, representante da mulher pós-moderna, mostra-se sempre indignada diante de situações de discriminação no mercado de trabalho (figura 12), como na história Pra Mau Pagador, Ótima Cobradora (B860057MG4/1).

Um dos valores disseminados pela personagem é o de que a mulher, para vencer os preconceitos no mercado de trabalho, deve constantemente provar sua competência. Em A Mulher-Âncora (B870116MG40/1), ela faz isso de uma maneira nada convencional: apresenta o Jornal das Oito de bobes, roupão e creme no rosto (figura 13), o que a evidencia também como integrante da

sociedade da performance - da espetacularização - característica tipicamente pós-moderna.

A questão do trabalho doméstico

A responsabilidade pelo trabalho doméstico é outro tema questionado pelas mulheres pós-modernas. Ele se tomou responsabilidade exclusivamente feminina com a sociedade industrial. A migração do homem do campo para a cidade fez com que as mulheres deixassem de ajudar seus maridos no trato da terra e passassem a ser responsáveis pelo cuidado da casa e dos filhos, enquanto seus esposos ganhavam o sustento nas fábricas. A falta de reconhecimento da importância do trabalho doméstico fez com que as mulheres da nova ambiência buscassem novos horizontes. Em No Tempo das Cavaleiras Andantes (B860137MG12/1), Margarida expõe sua opinião a respeito do assunto (figura 14)



Figura 13. B870116MG40/1. Competência, ousadia e espetacularização.



Figura 14. Fonte: B 860137 MG 12/1. O trabalho nunca foi valorizado pela sociedade.

A resistência do gênero masculino em assumir essas funções também é questionada nas histórias da pata, como em O Cilindro Mágico (B870065MG34/1). O enredo mostra Donald relutante diante da idéia de preparar o jantar, afinal para o homem da modernidade, isso é tarefa de mulher. Ele acaba atendendo o pedido da namorada, mas a polêmica é retomada quando Carlão, namorado de Clarabela, ridiculariza o pato por estar na cozinha. O fato de Donald vestir um avental vira motivo de piada para o tradicional Carlão, que vê o trabalho doméstico e tudo o que se refere a ele, como de uso feminino (figura 15).



Figura 15. Fonte: B 860137 MG 12/1. Trabalho doméstico, considerado feminino.

A Mulher nos Meios de Comunicação nos Anos 80

A década de 80 foi um período de transição para o Brasil. A complicada abertura política iniciada em 1979, os inúmeros atentados que aterrorizaram o país nos anos que antecederam a campanha de Diretas Já, a morte de Tancredo Neves e as crises econômicas e políticas que acompanharam os governos de José Sarney e de Fernando Collor de Mello a caracterizam como 'a década perdida'. No entanto, o fim do regime político autoritário incentivou a produção cultural, que se desenvolveu em meio ao desequilíbrio de acesso às informações causado por anos de repressão e censura. A queda do militarismo enfraquece a idéia de estado-nação brasileiro e conseqüentemente os demais valores da modernidade. O Brasil finalmente começa a sentir a onda de mudanças pós-moderna. Os meios de comunicação, com o afrouxamento da censura, passaram a expor assuntos que eram considerados tabus durante o militarismo. A indústria do entretenimento tornou-se polêmica ao expor a crise sofrida pela instituição Família - até então alicerce do centralismo moderno ao lado do já denegrido Estado - que experimentava o aumento no número de divórcios.

O seriado Malu Mulher, estrelado por Regina Duarte e exibido pela Rede Globo de maio de 1979 a dezembro de 1980, inicia a exposição midiática do declínio dos valores modernos e da propagação dos novos valores pós-modernos relacionados ao gênero feminino. A crise de identidade vivida



pela mulher entra em pauta na sociedade brasileira. Ao mesmo tempo em que assuntos como constituição familiar, espaço da mulher no mercado de trabalho e sexualidade são questionados na TV, a questão feminina vira objeto de estudo nas universidades e passa a compor o discurso político. Desse modo, no Brasil pós-ditadura, percebe-se a explosão dos questionamentos relacionados ao papel da mulher na sociedade pós-industrial e a importância dos meios de comunicação nesse processo.

Da mesma maneira que a mídia catalisa as mudanças ocorridas nos valores e comportamentos sociais femininos, também as dissemina através de sua produção. Produção essa que pode ser um seriado - como no caso de *Malu Mulher* - uma telenovela, um filme, um romance, um texto jornalístico, uma peça teatral, uma composição musical, um programa de variedades ou uma história em quadrinhos, como a da Margarida. Coincidência ou não, no mesmo ano em que a emancipação da mulher começava a ganhar espaço no Brasil, Alvin Toffler lançava seu livro *A Terceira Onda*, no qual apresenta as mudanças relacionadas ao declínio da hegemonia da sociedade industrial e ascensão dos ideais pós-modernos, inclusive relacionados aos novos padrões de composição familiar e comportamento feminino.

A exemplo dos demais meios de comunicação, nessa mesma década, no ano de 1986, o gibi da Margarida foi lançado no Brasil com histórias produzidas por quadrinhistas brasileiros que, influenciados pela época de transição e questionamentos pela qual passava o país e o mundo, atribuíram à personagem uma roupagem típica da nova mulher que galgava seu lugar na sociedade, não apenas como esposa e mãe, mas como profissional economicamente ativa, independente financeiramente, não mais submissa ao domínio masculino e disposta a lutar por seus direitos e ideais. É interessante atentarmos ao fato de que são roteiristas e desenhistas

homens retratando a mudança pela qual passa o gênero feminino. Não temos aqui a ideologia feminina disseminada de maneira intencional por um grupo feminista extremista como suporia os mais radicais (como Dorfman e Mattelart em suas análises sobre os quadrinhos Disney), mas o reflexo de uma sociedade em transição. São homens percebendo os anseios, os novos ideais e o novo modo de pensar e agir femininos, o que mostra a importância do alcance dessas mudanças percebidas em toda a sociedade por ser um processo global.

Se compararmos as características atribuídas à personagem Margarida nas histórias escritas no Brasil a partir de 1986, notaremos que as realizações e o estilo vida perseguidos pelas mulheres são alcançados pela pata, que se toma o estereótipo da nova mulher. Margarida é a referência de tudo que a mulher contemporânea quer e pode alcançar e dessa maneira, supõe-se que o gibi da personagem além de refletir e disseminar as mudanças vigentes na sociedade, pode de alguma forma estimular o comportamento das leitoras que ao ingressarem na vida adulta almejam o mesmo estilo de vida da personagem.

O gibi da Margarida, por trás da ingenuidade muitas vezes atribuída às histórias infantis, prestou sua contribuição a esse movimento de desconstrução dos estereótipos de gênero ao atribuir à mulher do final do século XX e início do século XXI, características desvinculadas do casamento, do trato da família, da busca desenfreada por um parceiro e do consumo e situá-la em uma condição de emancipação em relação ao sexo oposto, independente financeiramente e com uma participação ativa no mercado de trabalho deixando de desempenhar o papel apenas de consumidora para tornar-se também produtora dentro da divisão de funções do âmbito econômico da sociedade.

História em Quadrinhos: Mediação ou Manipulação?

Nas análises de quadrinhos feitas por autores como Dorfman e Mattelart,



a ideologia dominante é evidenciada como arma para a manutenção da hegemonia de poder estabelecida no mundo após a Segunda Guerra. Na análise de Margarida, o contexto estudado é diferente. O discurso das histórias em quadrinhos da personagem refere-se, não ao pensamento de uma nação (como ocorre em Para Ler o Pato Donald, que abrange a ideologia imperialista norte-americana), mas aos fenômenos de mudança universais, que independente de quem ocupa o poder e controla a economia, afetam a composição das identidades dos indivíduos de qualquer lugar do planeta. As mudanças sociais refletidas no discurso das histórias da personagem estão se desenvolvendo em todas as sociedades contemporâneas, seja em maior ou menor grau de penetração.

Os estudos realizados pelos autores chilenos enquadram-se em teorias da comunicação como as desenvolvidas pela Escola de Frankfurt, que encaram o receptor como passivo e dominado. Segundo a análise realizada na obra Para Ler o Pato Donald, o meio de comunicação - no caso, os quadrinhos Disney exportados para os países subdesenvolvidos - exerce o poder de persuasão e manipulação de seus leitores. Os autores não consideram a capacidade do receptor de interagir com o discurso das histórias em quadrinhos e extrair dele um outro sentido, diferente daquele evidenciado na análise realizada por eles. Dorfman e Mattelart não consideram que eles próprios são estimulados pelo meio social em que vivem e pela ideologia socialista-radical que compõe seu processo de formação intelectual. Para eles, assim como para os estudiosos da Escola de Frankfurt, “os meios de

comunicação seriam veículos propagadores de ideologias próprias às ‘classes dominantes’, impondo-as às classes populares (subalternas) pela persuasão ou pela pura e simples manipulação” (Polistchuk e Trinta, 2003:111).

Já a análise - aqui proposta - das histórias em quadrinhos da Margarida, produzidas no Brasil nos anos 80, consideram teorias comunicacionais mais recentes, como o modelo teórico-mediativo defendido por Jesús Martín-Barbero, que vêem a comunicação como um processo de mediação, de negociação de sentidos. Nesse contexto, o receptor não é nem passivo, nem dominado, como suporia os frankfurtianos. O receptor interage com o meio de comunicação e lhe atribui um sentido, considerando sua bagagem de conhecimentos prévios. Se o discurso das histórias em quadrinhos da Margarida, produzidas nas décadas de 80 e 90, influenciou ou estimulou o comportamento de seus leitores, não temos como comprovar. No entanto, pode-se concluir que mesmo não responsáveis pelas mudanças de comportamento do indivíduo na sociedade, as histórias em quadrinhos fazem parte desse processo. Elas possuem uma participação ativa na formação dos novos valores a partir do momento que interagem com o meio social e o retratam. Assim, a história em quadrinhos - como os demais meios de comunicação de massa - contribuem para que os novos padrões e estereótipos de comportamento sejam disseminados e debatidos. Estimulam a reflexão sobre as questões relacionadas às mudanças que já se processam na sociedade, a partir do momento que são mediações do contexto vivido.



Bibliografia do artigo

- BIBE-LUYTEN, Sônia M. **O que é história em quadrinhos?** 1ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CIRNE, Moacy. **Uma introdução política aos quadrinhos.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Achiamé/Angra, 1982.
- DORFMAN, Ariel e MATTELART, Armand. **Para Ler o Pato Donald: comunicação de massa e colonialismo.** 2º ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- KUMAR, Krishan. **Da Sociedade Pós-industrial à Pós-Moderna - novas teorias sobre o mundo contemporâneo.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Globalização Comunicacional e Transformação Cultural.** In: Dênis de MORAES (org.). *Por uma outra Comunicação.* Rio de Janeiro: Record, 2003.
- OLIVEIRA, Cristiane Mandanêlo de. **Irmãos Grimm: Jacob e Wilhelm: entre 1785 e 1863.** www.graudez.com.br/litinf/autores/grimm/gimm.htm. Acessado em 05/02/2006.
- PAIVA, Cláudio Cardoso de. **Quem ama não mata... ou mata? Identidade da mulher na mídia: família, trabalho e sexualidade.** Universidade Federal da Paraíba. www.bocc.ubi.pt/pag/cardoso-claudio-identidades-mulher.pdf. Acessado em 03/02/2006.
- POLISTCHUCK, Ilana e TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- PORTELHO, Fátima. **Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania.** São Paulo: Cortez, 2005.
- RAMONE, Marcus. **HQs Disney no Brasil: criadores e criaturas.** Data: 01/07/2004. www.universoha.com.br/Quadrinhos/2004/disney_brasil01.cfm. Acessado em 16/11/2005.
- RENARD, Jean-Bruno. **A Banda Desenhada.** Lisboa: Presença, 1978.
- SANTOS, Roberto Elísio dos. **Para Reler os Quadrinhos Disney: linguagem, técnica, evolução e análise de HQs.** Tese (Doutorado) - Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo - São Paulo, 1998.
- SILVA, Diamantino da. **Quadrinhos para Quadrados.** Porto Alegre: Bels, 1976.
- SOUSA, Mauro Wilton de. **Novas Linguagens.** 2º ed. São Paulo: Salesianas, 2003.
- TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda.** 7ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.
- VERGUEIRO, Waldomiro. **Histórias em Quadrinhos: seu papel na indústria de comunicação de massa.** Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo - São Paulo, 1985.
- www.duckburg.dk
- www.teledramaturgia.com.br/malu.htm
- Gibis da Margarida publicados no Brasil de 1986 a 1997.

