

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO, SEXUALIDADE E RELAÇÕES
DE GÊNERO
HELENA MARIA FORGIARINI MARTINS**

**GÊNERO E AMOR ROMÂNTICO
NA
TURMA DA MÔNICA JOVEM**

Porto Alegre
2009

M386g Martins, Helena Maria Forgiarini
Gênero e amor romântico na Turma da Mônica Jovem / Helena Maria
Forgiarini Martins. –2009.
36 f.

Trabalho de Conclusão (Especialização) -
Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação
em Educação, Curso de Especialização em Educação,
Sexualidade e Relações de Gênero, 2009.

Orientadora: Rosangela Soares

1. Amor romântico. – 2. Relações de Gênero. – 3. Sexualidade. – 4. Representação
Cultural. I. Título

CDU 778.534.6

Catálogo na publicação: Rosa Maria Apel Mesquita. CRB 10/1588

HELENA MARIA FORGIARINI MARTINS

**GÊNERO E AMOR ROMÂNTICO
NA
TURMA DA MÔNICA JOVEM**

Trabalho apresentado como requisito parcial para a conclusão do Curso de Especialização em Educação, Sexualidade e Relações de Gênero do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Dr^a Rosangela Soares

Porto Alegre

2009

RESUMO

Este estudo analisa como as Histórias em Quadrinhos da Turma da Mônica Jovem constroem representações de gênero e amor romântico, subjetivando cultural e historicamente identidades masculinas e femininas e seus atravessamentos com a sexualidade. Para tal, ancorei esse estudo na teoria pós-estruturalista que resiste à pretensão de operar com a “verdade”, pois considera que esta depende do contexto histórico. Utilizei como ferramentas de análise os conceitos de gênero, representação, juventude, sexualidade e cultura visual. Selecionei para esse exame, as revistas de número 4 e 5 do ano de 2008, onde as questões do amor romântico e as construções de gênero são evidentes. Este trabalho questiona e reflete sobre as práticas e as relações amorosas e de gênero na contemporaneidade.

Palavras-chave: Gênero. Amor Romântico. Juventude. Sexualidade. Representação. Cultura Visual.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 A HISTÓRIA DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS	6
2.1 OS NOMES DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS	7
2.2 OS INGREDIENTES DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS	8
2.3 OS PIONEIROS	10
2.4 QUADRINHOS BRASILEIROS	10
3 ESTILO MANGÁ	12
3.1 OCIDENTALIZAÇÃO DOS MANGÁS	12
4 O AUTOR A REVISTA E AS PERSONAGENS	14
4.1 A REVISTA TURMA DA MÔNICA JOVEM	14
4.2 AS PERSONAGENS	17
5 UMA LEITURA VISUAL SOBRE A TURMA DA MÔNICA JOVEM	19
6 TURMA DA MÔNICA JOVEM: GÊNERO, SEXUALIDADE E CORPO NA ADOLESCÊNCIA	22
7 POR QUE AMAMOS QUEM AMAMOS?	29
8 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES	33
REFERÊNCIAS	34

1 INTRODUÇÃO

Quem, na infância e na juventude, não leu uma história em quadrinhos¹ e não se identificou com seus personagens e seus desejos? Somos capturados por essas histórias mágicas, que nos representam em situações de vida desafiantes ou prazerosas.

Na análise realizada, muitas vezes me deparei com as contradições, surgidas, aparentemente, como naturais diante dos discursos familiares, religiosos, científicos, sociais e culturais de mulher em que fui constituída. Nas lembranças da infância e juventude e nas experiências, trago a construção dessa mulher que, aos poucos, foi sendo substituída por necessidades de atitudes perante a vida, a fim de fazer movimentos de não se submeter a determinadas condições de gênero. E, nessas memórias, o ideal de amor romântico, representado por um príncipe cavalheiresco que viria me capturar para vivermos eternamente, e plenamente o amor, perdeu-se no tempo, “caiu do cavalo” junto com ele, e até os dias atuais não chegou no seu destino final, que sou eu, essa personagem, chamada Helena.

Que representações de gênero e amor romântico são construídas nas histórias da Turma da Mônica Jovem?

Esta é a questão que pretendo analisar no presente trabalho: como a revista ajuda na construção de representações de gênero e de relações amorosas através de suas personagens, posicionando-as em suas identidades masculinas e femininas e seu atravessamento com a sexualidade. A idealização do amor romântico é um aspecto a ser enfatizado na análise da revista recentemente criada.

A escolha da Turma da Mônica Jovem deve-se ao fato de, como artefato cultural, proporcionar uma análise instituída pela pedagogia cultural² que nela subjaz, bem como em filmes e programas de televisão, por exemplo, que produzem significados e constituem determinados passos e linguagens específicas, que ajudam a constituir formas de ser e viver a sexualidade e as relações amorosas.

A análise proposta explora as narrativas e as formas que a cultura visual contribui para construir valores sociais e diferenças de gênero. Na análise do artefato cultural, revista Turma da Mônica Jovem através da perspectiva pós-estruturalista, utilizo uma das ferramentas analíticas que é o conceito de gênero, levantando os seguintes questionamentos:

¹ A expressão - Histórias em Quadrinhos – será representada pelas letras HQ.

² Pedagogia Cultural na linha de estudos pós-estruturalista – são estratégias que naturalizam os indivíduos a aprender seus lugares sociais de gênero, identidade e sexualidade, como: os meios de comunicação de massa, os brinquedos, o cinema, a literatura.

1- Que processos educativos estão produzindo relações de gênero nessas publicações?

2- Como são representadas as relações entre garotos e garotas jovens, mais especificamente as relações de amor na linguagem textual e visual dessa revista?

A análise pós-estruturalista resiste à pretensão de operar com a “verdade”, pois considera que qualquer verdade ou certeza, num dado momento histórico, pode ser provisória e, não sendo absoluta, amplia a visão de mundo. Dentro desse campo, exploro primeiramente os conceitos de gênero, representação, juventude, sexualidade e cultura visual.

Num segundo momento, analiso a produção desses conceitos e seus significados através de símbolos, linguagem textual e visual. Estes podem sugerir condutas e pontos de vista de como os meninos e as meninas devem comportar-se? E de que maneira os jovens leitores devem desejar as relações amorosas?

O processo de desconstrução de um artefato cultural como a revista da Turma da Mônica Jovem, que busca capturar um público que se identifica e se vê representado nos desenhos e diálogos da Mônica, Cebola, Cascão e Magali, possibilita a análise da construção das representações de meninos e meninas e suas relações amorosas. E, ainda, quais são os valores que estão em jogo.

Foram selecionadas as revistas de número 4 e 5 de 2008. O recorte foi feito por esses exemplares porque a ênfase das temáticas que desejo abordar são mais evidentes do que em outras edições, como a questão do amor romântico e as construções de gênero. Na edição de número 5, através dos diálogos das personagens, é como se a revista assumisse um papel educativo, ao modo de um manual de comportamento para meninos e meninas com ênfase nas seguintes frases: “Onze coisas que as garotas amam!”; “Os meninos são todos iguais!”.

2 A HISTÓRIA DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS³

Algumas crianças e jovens das gerações da década de 60 e 70 foram repreendidos pelos pais por lerem revistas em quadrinhos. Diziam: “Larga esse gibi! Não tem coisa melhor para ler?”. Era possível perceber que, no senso comum, este estilo textual era considerado de menos valor ou até não educativo.

Preconceitos como esse ainda existem, mas estão ficando menos frequentes. Hoje, a grande maioria das pessoas percebe a importância que têm as histórias em quadrinhos. Tanto na área da educação como nas de lazer e até nos campos da propaganda comercial e política. São um meio de propagação de ensinamentos sobre os mais variados conhecimentos como cultura, saúde e política.

Em muitas áreas temos, portanto, a possibilidade de encontrar os quadrinhos. O que importa, porém, é de onde vêm essas histórias e quem as escreve, pois elas são excelentes veículos de mensagens ideológicas e de crítica social, explícita ou implicitamente. Um exemplo disso, aconteceu na China Popular, na época de Mao Tse-Tung, que chegou a criar seus próprios quadrinhos a fim de divulgar melhor a ideologia da Revolução Cultural.

Também cito pesquisa de Shirley R. Steinberg sobre *Kindercultura*: a história dos patos da Disney. Enquanto as crianças e os adultos riam, através das décadas, das esquisitices egoístas do Tio Patinhas e da esperteza, tolice e aventuras dos patos sobrinhos, Disney tacitamente plantava, sem hesitar, sementes ideológicas e filosóficas (STEINBERG,1997, p.107).

É por isso, também, que elas foram proibidas durante a Segunda Guerra Mundial pelo Eixo e os países do Bloco Comunista que se recusaram a aceitar as historietas do Ocidente.

Os quadrinhos marcam, sem dúvida, os acontecimentos do século XX, em que contribuímos como protagonistas. Para chegar à forma atual, as HQ acompanharam toda espécie de evolução e um entrelaçado de influências da fotografia e do cinema. Usaram também as inovações tecnológicas para a reprodução das imagens.

A influência considerável que os quadrinhos exerceram no Ocidente e no Oriente, ainda não foi avaliada em toda sua significativa extensão. Quantos escritores, pintores ou diretores de cinema já confessaram terem-se inspirado em HQ como uma leitura que deixou

³ Este capítulo embasou-se no livro: **O que é História em Quadrinhos** de Sonia M.Bibe-Luyten (1987)

marcas em sua formação intelectual? Podemos lembrar os personagens de Henfil, Ziraldo, a inesquecível Mafalda, de Quino.

2.1 OS NOMES DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

Antes de qualquer definição, é preciso salientar que o quadrinho é um produto de cultura de massa. Ele nasceu nas empresas jornalísticas norte-americanas no fim do século passado.

Desde o início, sua característica foi a de comunicação de massa, uma vez que atingia um público enorme. Outro detalhe foi a exigência dos melhores e mais modernos processos de impressão gráfica para a sua produção. Assim, o primeiro quadrinho norte-americano, o Yellow Kid (Moleque Amarelo), de cor amarela, foi justamente para testar essa cor que estava sendo usada pela primeira vez na impressão dos jornais. No Brasil, a Editora Abril, o maior parque gráfico da América Latina, começou e se consolidou com a impressão das revistas Pato Donald. A difusão dos quadrinhos foi universal, mas em cada canto do mundo recebeu nomes diferentes.

Nos Estados Unidos, o nome *comic strips* (tiras cômicas) está muito vinculado com o conteúdo, isto é, no início de sua popularização, as histórias tinham um caráter predominantemente humorístico e caricaturesco. Apesar das novas modalidades surgidas posteriormente, este nome continua até hoje: *comic strips*, *comics*, *comix* ou *funnies* (engraçados) – como designativo geral em países de língua inglesa. Para as revistas, adota-se o termo *comic books*.

Na França chamam-se *bandes dessinées*, ou seja, bandas (tiras) desenhadas. Na Itália, o nome derivou-se daquilo que é mais característico nos quadrinhos: *fumetti* – fumacinhas, os balões que saem da boca dos personagens, indicando sua fala.

Na Espanha e no Brasil, ocorreu algo em comum quanto ao nome popular de revistas em quadrinhos. Uma revista infantil espanhola (que se iniciou em 1917), chamada T.B.O., ficou tão conhecida e famosa que seu nome ampliou-se até abranger todas as publicações de características semelhantes. Hoje em dia, na Espanha, a palavra *tabeó* é equivalente à palavra brasileira gibi.

Poucas pessoas se lembram de que a palavra gibi significa moleque. É que nas décadas de 30 e 40, uma revista com o nome – gibi – foi tão difundida que todas as revistas em

[R1] Comentário: Língua estrangeira é em itálico

quadrinhos do país eram chamadas por esse designativo. Na América Espanhola, usa-se a palavra *historieta*, no Japão, *mangá*, e em Portugal, *histórias aos quadrinhos*.

2.2 OS INGREDIENTES DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS

Elas são formadas por dois códigos de signos gráficos: a imagem e a linguagem escrita. Os quadrinhos nasceram do conjunto de duas artes diferentes – literatura e desenho. Essa função, esse caráter misto que deu início a uma nova forma de manifestação cultural, é o retrato de nossa época, onde as fronteiras entre os meios artísticos se interligam.

Entre os elementos que entram na composição dos quadrinhos, o que mais caracteriza e dá dinamicidade à leitura são os balões. O balão é a marca registrada dos quadrinhos. Na sua forma bem-comportada, indica a fala coloquial de seus personagens. No entanto, quando estes mudam de humor, expressando emoções diversas (surpresa, ódio, alegria, medo), os balões acompanham tipologicamente, participando também da imagem.

As formas são as mais variadas. Partindo-se do balão-fala, podemos encontrar o balão-pensamento, balão-berro, balão-cochilo, balão-trêmulo (medo), balão-transmissão (para transmitir som de aparelhos elétricos ou eletrônicos), balão-desprezo, balão-unísono (mostrando a fala única de diversos personagens), balão-mudo e dezenas de formas diversas. Esses tipos e formas vão depender sempre da situação que se quer criar, ocasionando, assim, ótimos efeitos visuais e comunicativos.

Da mesma forma que os balões, as onomatopeias, palavras que procuram reproduzir ruídos e sons, completam a linguagem dos quadrinhos e lhes dão efeito de grande beleza sonora.

As histórias em quadrinhos sempre se utilizaram da representação gráfica através de diálogos escritos e da imitação de sons onomatopeicos contidos nos balões. Não esquecer, contudo que o cinema foi mudo até a década de 20. O cinema utiliza-se da fala sonora através de personagens que se expressam verbalmente, constituindo a diferença entre ambos.

Nos quadrinhos japoneses, por exemplo, as onomatopeias têm uma função muito mais plástica do que visual ou sonora. Isto porque a escrita japonesa é formada por caracteres e as onomatopeias inseridas nos quadrinhos dão um incrível movimento, equilíbrio e força ao som que estão exprimindo.

[R2] Comentário: Aqui seria interessante um exemplo visual disso.

Pode-se observar que a expressão dos ruídos onomatopeicos tem muito a ver com a língua inglesa, que, por ser híbrida (houve mais de dez idiomas na formação do inglês atual, sobretudo o antigo holandês e o francês normando), favoreceu melhor a escolha definitiva de palavras para determinar as coisas. Além disso, a fase de consolidação dos quadrinhos teve como local os Estados Unidos e daí partiu sua influência pelo mundo.

A língua inglesa já é sintética e, por isso mesmo, reproduz o som com maior proximidade e frequência. Assim, certas onomatopeias têm seu sentido na tradução linguística semelhante ao ruído expresso.

Vejamos alguns exemplos:

ONOMATOPEIA	SIGNIFICADO NO QUADRINHO	TRADUÇÃO
Slam!	Porta batendo	Bater com força uma porta
Crack!	Objeto partindo-se	Quebrar; arrebentar; rachar
Sniff!	Função; cão farejando	Aspirar audivelmente pelo nariz
Splash!	Pessoa ou objeto caindo na água	Espirrar; esguichar
Gulp!	Engasgo	Tragar; engolir; devorar; sufocar

Quadro 1 – Onomatopeias e seus Significados

Fonte: LUYTEN, Sonia M.Bibe. **O que é História em Quadrinhos**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 14.

Essas e muitas onomatopeias, que já são dotadas de significado em inglês, quando são transportadas para outras línguas, ficam apenas com uma função de signos visuais, isto é, passam a ser convenção na linguagem das HQ.

2.3 OS PIONEIROS

Por incrível que pareça, as origens das HQ estão justamente no início da civilização, onde as inscrições rupestres nas cavernas pré-históricas já revelaram a preocupação de narrar acontecimentos através de desenhos sucessivos.

Os pesquisadores, porém, convencionaram tomar como marco inicial o aparecimento, em 1894, do Yellow Kid, criação do norte-americano Richard F. Outcault para o New York World, jornal sensacionalista de propriedade de Joseph Pulitzer. O mérito de Outcault está no fato de ter sido ele quem primeiro realizou essa síntese e introduziu o balão, que é, sem dúvida, o elemento que define a história em quadrinhos como tal. Com o aparecimento do balão, os personagens passam a falar e a narrativa ganha um novo dinamismo, libertando-se, ao mesmo tempo, da figura do narrador e do texto de rodapé que acompanhava cada imagem. As personagens passam a expressar-se com suas próprias palavras, e surgem as onomatopeias acrescentando sonoridade às imagens.

2.4 QUADRINHOS BRASILEIROS

A primeira revista brasileira de HQ chamava-se O Tico-Tico, e surgiu em 1905, destinada às crianças. Seu personagem principal era Chiquinho, um menino loiro de cabelos compridos. Havia poucas páginas com quadrinhos, grande parte era composta por texto, que traziam curiosidades, fábulas e fatos sobre a História do Brasil.

As estratégias de divulgação e de manutenção de um personagem podem ser referendadas através da criação em 1929, pelo personagem *Mickey Mouse*, de Walt Disney, que até hoje, ao longo desses anos todos, o pequeno camundongo, ainda está perambulando pelo mundo, nas páginas das revistas de HQ ou em comerciais de algum produto. Quem bem assimilou essas estratégias foram os estúdios Maurício de Sousa através da produção de objetos utilitários, como colheres, pratos, roupas e uma série de outros produtos todos com a marca Turma da Mônica. Após anos, eles conseguiram impor seus personagens e, hoje em dia, suas revistas vendem mais do que as do mundo Disney no Brasil. O personagem que vem tomando vulto nos últimos tempos é o Chico Bento, que parece ser uma representação de um tipo brasileiro com traços caipiras e com seus sonhos nostálgicos de viver no interior.

[R3] Comentário: E uma série de produtos.

Todo ato comunicativo traz consigo uma representação, uma identidade, um significado, por isso, as HQ fazem parte de construções de valores sociais e culturais e também de gênero e relações amorosas desenvolvidas neste trabalho.

Imagem da história de Reco-Reco, Bolão e Azeitona, de Luís Sá, que soube pôr no papel tipos bem brasileiros. O Azeitona é um negrinho sapeca, Bolão, um menino gorducho, e o Reco-Reco, que tinha o cabelo todo arrepiado.



Ilustração 1 – Imagem da história de “Reco-Reco, Bolão e Azeitona”

Fonte: LUYTEN, Sonia M. Bibi. **O que é História em Quadrinhos**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 65.

3 ESTILO MANGÁ

Os desenhos das HQ do artefato cultural Turma da Mônica Jovem parecem inspirados no estilo mangá. O mangá, difundido pelo mundo, nasceu no Japão de uma tradição gráfica anterior à do Ocidente. O termo mangá que significa desenhos incoerentes, espontâneos, foi cunhado por Hokusai Katsushika, que viveu entre 1760 e 1849. O trabalho de Hokusai não era em quadrinhos, como é o mangá hoje. A influência ocidental dos quadrinhos no Japão começou a partir do final do século XIX, depois de passar 200 anos isolado do Oeste. A produção gráfica nipônica se entrelaça com manifestações culturais como o teatro de bonecos, *bunraku*, e o teatro com atores, *kabuki*, em uma simbiose que encontra seu correlato ocidental no diálogo entre os quadrinhos e cinema. Hoje, o mangá é fenômeno de massa no país e dispõe de gêneros para cada filão do mercado (como o *shonen*, para o público masculino, e o *shojo*, para o feminino). Gêneros contemplam várias temáticas – do infantil à aventura, passando pelo erótico – em linguagem dramática ou cômica. Nas atuais revistas de mangá, seus personagens são de olhos grandes e expressão singela.

[R4] Comentário: Tens que dizer porque tu afirmas isso.

3.1 OCIDENTALIZAÇÃO DOS MANGÁS⁴

O ano de 1994 foi significativo para a publicação de mangás nos Estados Unidos. No momento em que editores americanos de quadrinhos verificaram que o mercado havia sido dividido ao meio, o mangá erótico começou a crescer até se tornar um fenômeno de vendas. Percebo, historicamente, que começa principalmente no final do século XX, um interesse maior pela temática do sexo. As culturas começaram a produzir mais artefatos para essa demanda do consumo.

Há dez ou quinze anos, ao se falar em mangá fora do Japão, imediatamente vinham à mente as produções de Tezuka Osamu, como *Kimba the White Lion*, *A Princesa e o Cavaleiro*, *Candy Candy* de Igarashi e assim por diante. Os mangás junto a outros artefatos japoneses, viraram produtos de exportação.

⁴ Conteúdo embasado no livro: **Mangá: O poder dos quadrinhos japoneses** de Sonia Bibe Luyten (2000)

Para quem acompanha essa tendência, é possível notar algumas mudanças no tratamento de temas e no estilo e caracterização das personagens. As heroínas dos mangás, sofreram uma metamorfose. As heroínas de olhos grandes e pernas longas receberam fartas quantias de silicone em seus seios, tornando-se ocidentalmente sexys. E com isso formou-se um novo estereótipo para as histórias recentes: mulheres de seios grandes, mecânica, e muito sangue derramado. E a grande ironia é que parece que este novo estereótipo é um produto da demanda do mercado ocidental. O fato é que as novas heroínas “ocidentalizadas” passaram a entrar no cotidiano do público japonês, agradando ou não, assim como o café, que começa a suplantiar paulatinamente o tradicional chá.

No Brasil já se lia mangás, principalmente após a Segunda Guerra Mundial, por causa dos imigrantes japoneses e seus descendentes, para manter contato com a língua.

No Brasil há vários desenhistas de mangá com trabalhos publicados e professores ensinando a técnica de desenho nesse estilo. Também já foram traduzidas e publicadas muitas histórias como O lobo solitário, A lenda de Kamui, Mae, a garota sensitiva, Akira, Ranma 1/2.

Essa é, uma trajetória da historia brasileira de iniciativas e estudos, muito antes dos mangás se tornarem produtos conhecidos e de exportação.

A imagem das heroínas dos mangás tem, a cada ano que passa, destacado alguns atributos físicos, deixando explícita a sensualidade.



Ilustração 2 – Heroínas de Mangás

Fonte: LUYTEN, Sonia M.Bibe. **Manga**: o poder dos quadrinhos japoneses. 2. ed. São Paulo: Hedra, 2000. p. 237.

4 O AUTOR, A REVISTA E AS PERSONAGENS

Maurício de Sousa, artista gráfico, tem uma extensa produção em vários meios de comunicação e produtos licenciados no Brasil e no exterior. Seus artefatos atingem os mais diversos públicos; sua visibilidade e popularidade inicia nos anos 60 com a personagem principal das suas histórias em quadrinhos, Mônica. De acordo com Cunha (2005, p. 112):

[...] ao longo das últimas décadas foram criados 200 outros personagens, sendo os mais famosos aqueles que formam a Turma da Mônica: Magali, Cascão e Cebolinha. Mônica e seus amigos são conhecidos pelo público brasileiro infantil e adulto, através das revistas com tiragem mensal de 2 milhões de exemplares, dos filmes lançados anualmente, do site, dos brinquedos e jogos, vídeos, das campanhas educativas nas diversas mídias e dos inúmeros produtos licenciados.

[R5] Comentário: É exatamente esse numero? De onde essa informação?

4.1 A REVISTA TURMA DA MÔNICA JOVEM

Desde que foi criada, em 1963, Mônica sempre teve seis ou sete anos de idade. Na Turma da Mônica Jovem, Mônica é uma adolescente magrinha e com corpo bem delineado. E Magali continua comendo muito, mas sempre dando atenção à qualidade nutricional do que ingere. Por que tanta mudança? Provavelmente para conquistar os consumidores da turminha e os leitores de mangá.

O pai da turma da Mônica considera ter sido influenciado por Tezuka Osamu – o chamado Walt Disney japonês – criador de clássicos como: A Princesa e o Cavaleiro.

Um ano após o centenário da imigração Japonesa para o Brasil em 2008 os estúdios Maurício de Sousa, aproximam-se dos mangás, desenhos japoneses que invadiram o mundo, e utilizam elementos para aumentar a idade dos personagens da Turma da Mônica para 15,16 anos; tratam de assuntos que antes, de acordo com autor, não poderiam ser mostrados como os dilemas próprios da adolescência. Como comenta Soares (2006) “[...] a juventude tem um enorme apelo na cultura contemporânea. [...] manter-se jovem e bonito/a é um ideal da nossa sociedade.”

A revista da Turma Mônica Jovem surge primeiro como mais um filão de mercado para capturar gerações que já liam as revistas da Turma da Mônica; a tiragem é de cerca de

319 mil exemplares, por edição, e hoje caminha para o número 13. A marca Turma da Mônica, agora, Jovem, faz com que adolescentes se vejam nos personagens em uma fase que a nossa cultura construiu como um momento de tormentas e questionamentos. Lembra daquela turminha ingênua, inocente que vivia brincando no Bairro do Limoeiro? Mônica, Cebolinha, Cascão e Magali? Pois então, eles cresceram. Agora eles preferem outras brincadeiras, têm outros desejos. Apresentam questionamentos sobre seus anseios, suas atitudes, conceituam este estágio de adolescência. As questões são sobre o corpo e como esse corpo deve desejar ou ser desejado. Como ele deve vestir se menina ou menino e quem ele deve amar de acordo com os gêneros. Será que o autor vai envelhecer os personagens daqui a algumas gerações de leitores ou essa questão do envelhecer não é vendável?

A revista tem capa colorida e páginas internas em branco e preto, como nos mangás tradicionais, mas é lida da maneira ocidental e não de trás pra frente como as HQs orientais.

Maurício de Sousa (2008b) incorporou nesse gibi outra característica peculiar desse tipo de mangá, o humor sexual. Explica-se: “[...] as histórias em quadrinhos japonesas fazem piadinhas, brincadeiras que envolvem sexo, de maneira não erótica, apenas engraçada”.

Já no primeiro número da revista há duas cenas de humor picante. Uma entre Mônica e Cebolinha. Em que a Mônica aperta a cabeça do rapaz entre seus seios e a outra sobre o duplo sentido da demora do Cascão no banheiro.

Até a revista de número 4 da fase adolescente, os personagens das tirinhas tinham que enfrentar uma lendária bruxa má japonesa que, liberada de sua prisão mágica pelo vilão Capitão Feio, raptava pais e amigos dos jovens. A partir da revista de número 5 as personagens passam a viver as aventuras do dia-a-dia, com os questionamentos ditos culturalmente da adolescência.

Depois de décadas trocando tapas e coelhadas nas páginas da revista Turma da Mônica, as personagens Mônica e Cebolinha finalmente partem para o beijo. O episódio se dá no quarto número da HQ Turma da Mônica Jovem, que retrata as personagens, com 15 ou 16 anos, em estilo mangá. Segundo Maurício de Sousa (2008a), esse é o primeiro beijo romântico da dupla Mônica e Cebolinha. “Já houve bitoquinha de criança, no rosto, mas beijo de paquera e de começo de namoro é o primeiro”.

O beijo faz parte da nova fase da turma, na qual Cascão toma banho, mas não sempre, Mônica fez um regime e emagreceu e Cebolinha recorreu à fonoaudiologia e só troca a pronúncia do “r” pelo “l” quando está nervoso.

[R6] Comentário: É edição que se chama? Ou é número?

Maurício explicou que o beijo da Mônica e Cebolinha veio naturalmente. Quer dizer biologicamente e heterossexual? Nessa fase, seria determinismo/destino o primeiro beijo, este tem uma época? Não tem história? É independente de classe, gênero e etnia?

“Hoje, os jovens de 15,16 anos paqueram, dão seus beijinhos e sentem atração.”, diz o autor (SOUSA, 2008a). E nessa fase da revista, a Mônica e o Cebola vivem uma paquera. “Por isso, achei que estava na hora da Mônica ter um momento de mulherzinha, mais crescida e ir para cima do Cebola com um beijinho”. As expressões do autor quando fala do gênero feminino e a bitoquinha que é o símbolo do beijo das personagens, representa uma manutenção dos papéis de gênero e sexualidade heteronormativa?

Imagem dos beijos que as personagens Mônica e Cebolinha trocavam desde bebê.



Ilustração 3 – Imagens dos beijos que as personagens Mônica e Cebolinha trocavam desde bebe.
Fonte: Jornal Zero Hora de 28 de novembro de 2008.

4.2 AS PERSONAGENS

A Mônica, personagem mais popular das histórias em quadrinhos brasileira, agora na nova revista é representada como uma jovem adolescente. A revista narra as vivências da protagonista com seus melhores amigos. Esta é construída dentro das normas estéticas culturais atribuídas à feminilidade: ela se apresenta com roupas da moda colegial que expõem partes do corpo com indicativo de sensualidade, feminilidade.

O artefato cultural, Turma da Mônica Jovem, apresenta as seguintes personagens principais⁴:

Mônica

A Mônica cresceu, mas continua meiga, alegre e um pouco “dentucinha”. Ainda é líder da Turma, não só pelo seu caráter forte, mas também por sua personalidade cativante e verdadeira, mostrando-se uma menina supersegura e madura. Romântica incorrigível, ainda tem, desde a infância, uma quedinha por um amigo que costumava trocar uma letra.

Cebolinha

Cebolinha agora prefere ser chamado simplesmente de “Cebola”. Continua um garoto esperto e muito inteligente. O cabelo finalmente cresceu, mas mantém a mesma forma com mais fios. Ser o dono da rua é coisa do passado e hoje ele quer conquistar o mundo com seus projetos e planos para um planeta melhor. Não troca mais os “erres” pelos “eles”, pois fez um tratamento para sua dislalia, se bem que de vez em quando dá seus escorregões, principalmente na frente de meninas e de uma em especial.

Cascão

Cascão é o “cara”. É um garoto muito descolado, que adora praticar esportes. Quanto mais radical, melhor. Skate é um dos seus preferidos, junto com a moda street que ele adotou. Banho? Sim, os tempos são outros, ele toma, apesar de continuar não gostando muito. É que hoje em dia a opinião das garotas parece surtir mais efeito na cabeça dele, mas o seu lado bagunceiro ainda fala mais alto, para desespero da sua mãe.

Magali

Magali ainda é a menina meiga e delicada que conhecemos, mas uma coisa mudou: a sua forma de comer. Gulosinha ? Sim, mas cuida bem mais do corpo, preocupando-se com a

⁴ Descrição das personagens extraídas da Revista Turma da Mônica Jovem número 4 de 2008.

alimentação, praticando esportes e dando graças por não engordar facilmente. Continua aquela amiga super carinhosa que adora gatos, para desespero do seu pai, já que a família de felinos na casa aumentou depois que Mingau se casou com a Aveia.

Na descrição das personagens femininas analisadas há uma ênfase na conexão entre feminino e afetividade. Naturalizando o gênero feminino a atributos como delicadeza, meiguice, romantismo. Esse discurso que coloca as mulheres como mais dóceis, mais frágeis e dependentes cria uma idéia de necessidade do outro/masculino como complemento: inteligência, esperteza, independência. À cerca disto comenta Guacira Louro (1997, p. 65) “[...] a linguagem não apenas expressa relações, poderes, lugares, ela os institui: ela não apenas veicula, mas produz e pretende fixar diferenças.” Diferença na forma como nossa cultura marca as relações de gênero.

5 UMA LEITURA VISUAL SOBRE A TURMA DA MÔNICA JOVEM

Quais são as imagens que representam os adolescentes nesta revista? Que estratégias linguísticas a revista utiliza para criar campos de significados que seduzem os adolescentes a consumirem as idéias apresentadas? Ela marca as posições de poder e produz e reproduz as diferenças de gênero através das imagens que estão representadas nesta revista. As imagens desses adolescentes constroem representações de masculinidades e feminilidades que carregam vários produtos que simbolizam a juventude e normatizam valores e modelos. Quem não se vê representado nessas imagens sente-se excluído, portanto, diferente. A cultura constrói modos de ser adolescente e nessa composição incluem-se objetos/marcas, criam-se comportamentos e significados homogeneizados, e quem é diferente, dilui-se nessa massificação. Desta maneira, podemos questionar como a Turma da Mônica Jovem constrói visões sobre os adolescentes.

Um artefato cultural, segundo Du Gay (1997, p. 5) possui um conjunto particular de significados e práticas culturais em torno dele. Segundo o autor “[...] os artefatos culturais pertencem a nossa cultura porque construímos um pequeno mundo de significados e este associar o objeto dos significados é que faz dele um ‘artefato cultural’.” Assim, o significado da juventude constrói-se social e historicamente e interessa ao mercado.

Nas capas das revistas de número 4 e 5 de 2008, coloridas, existem muitos discursos visuais com a intenção de provocar sedução, elaborado por cromatismos, formas, texturas onde indicam que os corpos desses adolescentes trazem uma quantidade de produtos de consumo e possuem vários objetos da modernidade que adornam, além dos atributos da idade como celular, mp3, formando uma representação que os identifica como adolescentes urbanos e de classe média. Tais objetos realizam uma espécie de pedagogia que motiva o consumo de determinados produtos, que, adquiridos, trazem mais benefícios, como a juventude. Usar determinados produtos/marcas da modernidade constrói a idéia de ser jovem. Na sociedade contemporânea há um culto à juventude eterna, que dita padrões de corpos, comportamentos e beleza.

Este artefato também sugere como se vestir, o corpo que deve ter e como comportar-se enquanto adolescente e de acordo com o gênero; traz marcas da juventude, o que significa pertencer a um grupo, a uma tribo. “Compartilhar os mesmos significados, pertencer a determinados códigos culturais, sejam roupas ou marca de carro dizem sobre o que e como somos, constituindo nossa identidade”. (CUNHA, 2005, p. 29).

O artefato “[...] produz discursos textuais e visuais que estabelecem sobre o mundo as ‘verdades’, valores sociais, estéticos, as formas de agir e de ser, os modos de relações com os outros.” (CUNHA, 2005, p. 29). Ter objetos significa pertencer a um grupo. Quando, as personagens da revista, possuem celular, mp3, elas pertencem a determinado grupo que as reconhece por terem esses objetos e produzem e exercem o desejo de os consumir. De acordo com Cunha (2005, p. 29) “[...] somos aquilo que possuímos”. Por meio do objeto consumido, passamos, supostamente, a fazer parte de um mesmo grupo social. Assim, como agrega, também exclui aqueles que não partilham dos mesmos significados e das mesmas práticas culturais, então, é importante compreender como as diferenças são produzidas através deste artefato. A respeito de como as representações nos situam e ao mesmo tempo produzem diferenças, Tomaz Tadeu da Silva (1995) comenta:

Como um processo semiótico, de produção de significados, a representação opera através de estabelecimento de diferenças. É através da produção de sistemas de diferenças e oposições que os grupos sociais são tornados ‘diferentes’. É através do processo de construção de diferenças que nós nos tornamos ‘nós’ e ‘eles’. É em oposição à categoria ‘negro’ que a de ‘branco’ é constituída, e é em contraste com a ‘mulher’ que a categoria ‘homem’ adquire sentido. As diferenças não existem fora de um sistema de representação.

Stuart Hall (1997):

[...] refere-se à cultura como um conjunto de práticas que tem a ver com a produção e o intercâmbio de significados - o de dar e receber significados – entre os membros de uma sociedade ou grupo. [...] a cultura depende de que seus participantes interpretem de forma significativa o que esteja ocorrendo ao seu redor, e ‘entendam’ o mundo de forma geralmente semelhante.

As imagens apresentadas nas capas das revistas da Turma da Mônica Jovem são compostas pelos principais personagens: Mônica e Magali, com corpos magros, roupas curtas, que deixam à mostra alguma parte do corpo, como o umbigo. Cebola e Cascão com roupas atléticas em cores que transmitem dinamismo, movimento, força. As meninas com tons rosa e seus matizes e os meninos com cores, como o verde em tons mais escuros. Esse tipo de roupa e cores indica uma questão de gênero. Assim, existem inúmeras formas visuais, cores,

texturas que nos indicam determinadas visões sobre gênero e adolescência. A respeito de como este artefato opera sobre nós, Stuart Hall (1997) diz que: “[...] os significados culturais não estão apenas ‘na cabeça’. Eles organizam e regulam as práticas sociais, influenciam nossas condutas e conseqüentemente têm efeitos reais, práticos.” Os modos de ser, agir, vestir das personagens criam uma estética hegemônica dirigida à adolescência e tal estética direciona modos de pensar, ver e imaginar conforme aquele padrão inscrito no artefato.

Na revista de número 5, em que aparecem em evidência cores vibrantes róseas, as meninas e, atrás, a silhueta dos meninos em tons apagados, com a seguinte chamada: “as aventuras do dia-a-dia”. Existe uma tendência da contemporaneidade em narrar o dia-a-dia. A época dos *reality shows*, dos diários e das *webcams* da *internet* configura-se como o retrato de uma intimidade devastada e de um *voyerismo* intermitente. É possível observar que, com isso, há uma tendência e estratégia de controle sobre o outro/sujeito. Isto se estende às questões de gênero, sexualidade e relações amorosas.

As cores rosa e azul certificam os gêneros. Como vemos nas cores das capas da revista Turma da Mônica Jovem, as cores mais escuras são para os objetos masculinos, e as cores suaves, como o rosa e suas nuances, das meninas. Assim, através das cores, é criado um campo de significados que ensinam os jovens a se verem de determinado modo, bem como nos ensinam quem são os meninos e as meninas. As cores posicionam os gêneros. No artefato existem vários indicadores visuais que situam e constroem as oposições entre os gêneros.

Após demarcar as oposições binárias entre os territórios do masculino como sendo associados à força e competitividade, e o feminino relacionados à sedução e à beleza, os objetos, roupas, cores e formas assinalam as relações entre os adolescentes e os posicionamentos generificados que elas assumem entre si.

Os modelos de mulheres brancas, magérrimas, também são imagens de casais como Mônica e Cebola, que reforçam uma hegemonia dominante, heteronormativa. Esses padrões de feminilidade, de masculinidade e heterossexualidade são naturalizados constantemente pela mídia, literatura e escola. Conseqüentemente, o outro/diferente, é considerado desviante.

6 TURMA DA MONICA JOVEM: GÊNERO, SEXUALIDADE E CORPO NA ADOLESCÊNCIA

Na revista Turma da Mônica Jovem estão presentes maneiras de como os gêneros devem relacionar-se com seu corpo, com a sexualidade e as relações amorosas. Como já afirmei anteriormente, essas formas são apresentadas através de recursos visuais e textuais que envolvem as personagens. Assim, as revistas servem de manual, como por exemplo, a número 5, que ensina como as meninas devem ser e como os adultos esperam que elas sejam através da frase: “Onze coisas que as garotas Amam!”.

Através do diálogo das meninas com a mãe da Mônica, estabelecem-se valores culturais de gênero de como as garotas reagem a situações do cotidiano, condicionando emoções, desejos e expectativas. A mãe da Mônica, Dona Luisa, percebendo a movimentação na casa, quando a Mônica entra chorando e Magali vem atrás, pergunta : **Mônica? Ta tudo bem, filha?**

As meninas vão para o quarto e conversam:

Magali: Você é a fim do Cebola, né? Daí rolou ciúme...

Mônica: É, eu não sei! Acho que sim... tudo é tão confuso

Magali: Sabe o que a gente faz quando fica de bode?A gente se empanturra de sorvete de chocolate e fala mal dos garotos!

Atualmente em nossa sociedade existe uma ditadura da alegria, pois não podemos ficar de baixo-astral, temos que estar sempre em movimento, de preferência consumindo produtos e emoções. Jurandir Costa, em entrevista concedida a Cezimbra (2003), identifica a atualidade como a “cultura das sensações”, na qual a idéia de sofrimento está fora de cogitação, e, ao contrário disso, há sempre uma busca incessante de prazer: “[...] ele, o adolescente, já nasce recebendo indicações de que não deve sofrer, mas sim buscar o prazer do sensível.”

Dona Luisa : Meninas? Posso entrar? Desculpe! Não pude deixar de ouvir! E se o problema é baixo-astral, eu posso ajudar!

Mônica: Pode ?!

Dona Luisa: Posso!

Mônica: Bom é que, na verdade, estou assim por causa de...

Dona Luisa: ...de um garoto! E se bobear, ele tem cabelos espetados e tinha problemas com o “erre”!

Magali: Amiga, sua mãe é poderosa! Tipo assim ela é vidente, telepata, “equismen”?

Dona Luisa: Ah!Ah! Não, Magali! Eu sou mulher! Meninas, essa fase que vocês estão vivendo é normal! É uma fase em que os hormônios mexem muito com a gente!

Mônica: Ah, os hormônios! Minha mãe falou que são substâncias químicas do nosso corpo que regulam nosso crescimento e desenvolvimento...

Dona Luisa: Sim! Principalmente, as emoções! É normal ter essas explosões e instabilidades, filha! Essa instabilidade transforma “eu não gosto” em “eu odeio”! Tudo é muito novo, confuso, e por isso, as reações são tão intensas. Mas o que funde mais nossa cuca é o “eu gosto” se transformar em “eu te amo”!

Magali: Awwwn a sua mãe foi mesmo uma adolescente!

Mônica: Obrigada,mãe! Na verdade, eu.....

Dona Luisa: Tá tudo bem, filha! Não precisa falar nada, agora...Porque é hora de fazer vocês conhecerem.... As onze coisas que as Garotas Amam! Como se maquiar, comprar presentes, ter amigas, carro, cabeleireiro, jóias/celular, perfume, ler, sobremesa, flores e garotos.

Percebo, nessa narrativa, que a sexualidade, seja ela feminina ou masculina tem uma matriz biologizada atrelada às funções hormonais. As reações intensas, explicadas pela mãe da Mônica mostram as emoções como algo visto como inerente ao ser humano, força interior, impulso selvagem, portanto, inquestionável.

Esse discurso essencialista constrói identidades de meninas e meninos; essa verdade científica e médica sobre os hormônios, determina o comportamento e atitudes dos gêneros. O artefato Turma da Mônica Jovem é uma pedagogia cultural, ensina modos de ser e se ver em nossa cultura. Assim, várias áreas do saber se ocupam do corpo, como a Medicina, Genética, Psicologia, Pedagogia, todas falam, invadem e ressignificam. Nas palavras de Meyer e Soares (2004, p. 6) “O que é o corpo? Um substrato biológico? Uma idéia ou um conceito? Um texto ou uma palavra? Pode ser um pouco de tudo isso?” E como argumenta Louro (1999): “Os diferentes discursos da igreja, ciência, lei, padrões estéticos de saúde entre outros ‘habitam os corpos’ e, ao habitá-los, esses corpos ancoram nossas ‘identidades’.”

O que nesses diálogos podemos observar em relação aos discursos sobre corpo, gênero e sexualidade na adolescência ?

A adolescência, como o gênero, é construída histórica, social e culturalmente. Os adolescentes, através das representações e vivências constroem uma visão tradicional deste conceito. Definem-na como um tempo de rebeldia e contestações, idéia consolidada pela

psicologia, entre outras áreas do conhecimento, pelo senso comum, a mídia e a escola, subjetivando a todos.

A juventude/adolescência e a beleza são atributos desejados pelas gerações como ideal de vida na modernidade. A juventude é supervalorizada junto com a sexualidade, pois significa possuir um corpo saudável, sucesso e sexo.

Para os adolescentes a imagem do corpo é muito importante, principalmente para as garotas. Essa ênfase está associada à questão de gênero e interligada às relações de poder. Como comenta Grossi (2004, p. 11) “[...] a beleza é um dos elementos centrais da constituição da feminilidade no modelo ocidental moderno, pois é ela que permitirá a mulher se sentir desejada pelo homem. A cada momento histórico são constituídos modelos específicos de beleza.”

Assim, a constituição dos gêneros consolidada na expressão relações de gênero representa a aceitação de que homens e mulheres transcendem à questão da anatomia sexual, envolvendo vários significados em diversas áreas da vida dos sujeitos. Os gêneros distinguem-se enquanto sexo e corpo e constituem-se, assim, por normas e valores sócio-culturais que dizem como devem se comportar. Nesse processo, os gêneros são continuamente reconstruídos pelos sujeitos em suas integrações e com eles os papéis, atribuições e normas entre os sexos.

Por esse olhar, as relações de gênero fazem parte, dinamicamente, de toda a sociedade, com suas peculiaridades nos diferentes grupos sociais, porém mantendo a hierarquização como marca. Portanto, “[...] o sexo social – o gênero – é uma das relações estruturantes que situa o sujeito no mundo e determina escolhas, vivências, lugares, interesses.” (LAVINAS, 1997, p. 16).

Os diálogos selecionados das revistas da Turma da Mônica Jovem, número 4 e 5, através do cotidiano da família e vizinhança, parecem demonstrar “[...] que meninos e meninas apreendem e internalizam seu gênero, de acordo com aquilo que a “sociedade local” exige que sejam [...]” (DUQUE-ARRAZOLA, 1997, p. 351). O diálogo da mãe da Mônica com as garotas – o cotidiano familiar – é fortemente influenciado pela organização de gênero, vigorando para além do espaço doméstico, manifesta-se de forma marcante nas relações intra familiares. Mantém-se a hierarquização através dos tempos e por meio de rotinas, jogos e brincadeiras, reproduzindo as relações de gênero dominantes.

Como diz Foucault (2007, p. 103): “[...] o poder ele é onipresente, porque provém de todos os lugares.” O poder é relacional, dinâmico, está em todas as partes, nas relações

humanas, nas relações entre os sexos, entre as gerações. Por exemplo, a fala da mãe da Mônica, quando ensina como as garotas devem ser e porque a adolescência é um período de indecisões, conflitos e ebulição hormonal, em alguma medida, remete ao poder geracional de uma pessoa mais velha que já viveu e já ultrapassou as dificuldades de tornar-se uma mulher adulta. Nesse sentido, remete também a uma concepção essencialista, pois pressupõe fixidez nas formas de viver a sexualidade e a adolescência; essas são vistas, e isso sob forte influência da biologia, como uma fase natural, na qual ocorrem mudanças hormonais. Como diz Soares (2003) “essa perspectiva, descontextualizada, toma a adolescência como uma fase e não como uma construção que tem um tempo e um lugar na história. Tal visão constrói a idéia de que os jovens têm questões, problemas e dilemas semelhantes e que vivem, ou melhor, devem viver a sexualidade da mesma forma, ou seja, constrói uma visão de homogeneidade quanto à forma de viver a sexualidade”.

Quando se atribui significado ao artefato cultural Turma da Mônica Jovem quanto à construção de corpos, e a representação dos gêneros, através das vivências do cotidiano, cria-se um campo simbólico que subjetiva o modo de ser e se ver dos adolescentes podendo através de questionamentos gerar novas formas de ressignificação. Como comenta Soares (2003) “a desnaturalização dos conhecimentos e saberes e seus efeitos sobre indivíduos e grupos têm sido o principal critério para a análise das identidades culturais e sociais, ou seja: como indivíduos e grupos são produzidos e, ao mesmo tempo, produzem-se no interior da cultura e nas instituições sociais”.

As questões de gênero, com implicações na construção da idéia de adolescência são geradas por instituições e áreas do conhecimento. Dos meninos, parece ser esperado comportamentos de rebeldia e transgressão. Já das meninas, há uma expectativa de que sejam dóceis e românticas. Mais cobranças em relação às atividades domésticas e maior controle dos pais – visando adiar o início da atividade sexual. Para os meninos é uma época que se refere ao lazer e à diversão, autonomia, liberdade, agressividade, violência. As meninas mais inclinadas às relações interpessoais e pelo aspecto emocional.

As concepções de feminilidade e masculinidade apresentadas na revista são do comportamento esperado de acordo com o gênero. A menina deve ser educada, obediente. Os meninos, mostrarem força física, destreza para os esportes, serem competitivos. São reforçadas as representações de “coisas de garotas ” e “coisas de garotos”.

Os papéis de gênero são cotidianamente reproduzidos, cabendo à mulher os cuidados da casa e dos filhos, o espaço privado, e ao homem, o lugar de provedor financeiro, o espaço

público. É inegável que as mulheres, por meio de lutas sociais, têm modificado as relações de gênero no mundo do trabalho, na vida doméstica, nas relações sexuais e em outros espaços sociais. Com todas essas mudanças, no entanto, parece que ainda persiste a divisão clássica de gênero quando o assunto é assentado nas relações de amor.

O processo de produção de sentidos expressa-se cotidianamente nas diversas linguagens, verbais e não verbais, utilizadas pelos sujeitos. A forma como a revista subjetiva os adolescentes através dos seus modelos, conteúdos culturais oriundos da história e da sociedade que são vividos cotidianamente, pelos diálogos em cada momento do sujeito, constroem um jeito de ser adolescente e uma forma de viver o gênero e a sexualidade. Entende-se que todos os discursos sociais produzem representações e todas as representações “fazem sentido”, isto é, têm efeitos sociais. (SILVA, 1995).

As mulheres, historicamente responsáveis pelo cuidado da educação dos filhos reproduzem em suas falas e vivências as relações de gênero normatizadas. Através da figura materna, a mãe da Mônica, que pode ser vista, neste contexto, como uma educadora, ensina para as meninas como estas devem ser e agir. Apresenta um manual do que as garotas devem gostar.

Para ilustrar com mais clareza o que estou argumentando, enumero as frases que ratificam as questões de gênero nesta edição:

Número um: Garotas amam se maquiar!

Dona Luisa: Para sair e arrasar, têm que se produzir!

Mônica: Batom, sombra, rímel, creme.

Magali: Menina, bolsa de mulher tem tudo mesmo, né?

Essa representação de feminilidade nos induz a entender que meninas devem desejar se maquiar e que alguém que não gosta, é diferente, não se enquadra nos padrões dominantes heteronormativos. As mulheres carregam tudo na bolsa, coisas necessárias, que as identifiquem como feminina, tudo para se sentir mais bela.

Número dois: As garotas amam ganhar presente ou comprar ...

Dona Luisa: Uma blusinha! Ela acaba com qualquer baixo-astral! Esta frase apresenta mais uma característica da identidade feminina, comprar, consumir e substituir o baixo-astral por uma blusinha! Indicativo que as mulheres devem ser presenteadas.

Número três: Não há nada melhor do que dividir bons momentos com suas amigas, a necessidade do sujeito, no caso, os adolescentes pertencerem a um grupo. E que meninas gostam de tagarelar, falam demais.

Número quatro: **Garotas amam carros!** Ou seja, as garotas adoram andar de carro e quem tem carro.

Número cinco: **Que garota não ama ir ao cabeleireiro?** Associa a identidade feminina, à necessidade de estar sempre bela, desejada, suscitar o desejo do outro. Gênero atrelado à beleza: estética dominante.

Número seis: **Garotas amam jóias!** e **Garotas amam falar ao celular!**. Atribuí à representação da identidade feminina, o consumo, a superficialidade, a tagarelice.

Número sete: **Garotas amam perfumes!** A questão da beleza, o odor, a intimidade feminina, o invisível.

Número oito: **Garotas amam ler tudo!** principalmente sobre beleza, comportamento, moda, revista de fofocas. Como se para as meninas não interessassem outros temas como questões políticas, sociais, ou seja, o privado para o universo feminino e público para os meninos.

Número nove: **A sobremesa, Dona Luiza: Ela é o terror das dietas, o pesadelo das balanças, o algoz dos fins de semana**". Existe, nesta frase, a preocupação feminina em manter o corpo em forma, desejado, privar-se de comer, cuidar da saúde.

Número dez: **Que garota não gosta de receber flores?** Representa o feminino como sensível, romântico, porque adoram receber flores.

Número onze: **Garotas amam garotos!** Apresenta um única maneira de relacionamento afetivo, reforça a heteronormatividade. A presença única de modelo e a falta de outros referentes que diversifiquem estas visões produzem padrões fixos sobre o que seja uma mulher e os pares serem heterossexuais.

De diversas maneiras e em várias instâncias sociais, o gênero feminino e masculino é demarcado por objetos, cores, imagens, brincadeiras, entre outros sinalizadores que nos dizem o que deve ser das meninas e o que é dos meninos.

Quando a personagem **Mônica diz: Gente! Eu tô uma baleia!**.

Denise: Mas você melhorou bastante, desde que éramos crianças! Lembra como você era gorda! Parecia um botijãozinho de gás, com aquele vestido vermelho!

Este diálogo demonstra a preocupação da Mônica com seu corpo. Ela quer ter um corpo desejado pelo outro, no caso, os garotos.

A frase que o **Cebola diz: Pai! Me empresta a chave do carro?**, apresenta o carro como mais um valor do universo masculino, uma extensão do seu poder, e uma forma de demonstrar sua virilidade. As falas do personagem Cebola quanto ao carro simbolizam a representação de masculinidade.

Cebola: Dou um trato legal na máquina! Isso estabelece um contato, uma intimidade entre nós! Assim, quando tiver idade, eu já conheço bem ele, e ele a mim!

Cascão: É que você fala dele como se fosse uma pessoa! Seu pai dá nome pro carro?

Esses discursos falam do universo masculino, e que este é público, ou seja, que a representação de poder masculino está exteriorizada pelo objeto carro. E, conseqüentemente, isso não pertence ao universo feminino, que seria o doméstico, a casa, a intimidade, a beleza, as jóias, as futilidades. E que as garotas adoram garotos que tem carro, faz parte dos jogos amorosos, dos gêneros. Por exemplo, um garoto para conquistar e impressionar uma garota tem que ter um carro, entre outros atributos. Como comenta Guacira Louro (1997, p. 17) “[...] os múltiplos discursos que caracterizaram a esfera do privado, o mundo doméstico, como o ‘verdadeiro’ universo da mulher.”

Como defende Hudson (1984), “[...] a juventude é uma construção masculina.” Para os garotos é uma época de liberdade, descobertas associada à sexualidade descrita, assim, a partir do referencial masculino. A forma de conceber a sexualidade não é a mesma para homens e mulheres.

A adolescência seria um espaço de poder masculino, pois as garotas nessa época, muitas vezes têm comportamentos que não são esperados, têm que fazer negociações devido ao controle cultural, a fim de reprimir, principalmente, a iniciação sexual. Uma das primeiras identificações da infância é o reconhecimento de si como menino ou menina. Com isto, as práticas educativas do que é certo e do que é errado como comportamento feminino e masculino.

As identidades de gênero e sexuais, embora interligadas, não são a mesma coisa. Sujeitos do gênero masculino e feminino de acordo com Guacira Louro (1997), vivem suas identidades sexuais de muitas maneiras: como heterossexual ou homossexual, com ou sem parceiro.

Assim, essa idéia da adolescência como uma fase natural para garotas e garotos, omite as relações de poder que existe entre os gêneros. Pois o processo de viver essa época é constituído de forma distinta para ‘eles’ e ‘elas’. Esse controle sobre o comportamento dos sujeitos não é exercido somente pela família, também nas escolas, no lazer como na revista Turma da Mônica Jovem.

7 POR QUE AMAMOS QUEM AMAMOS ?

Na capa da revista Turma da Mônica Jovem, de número 4, apresenta-se uma cena shakesperiana de Romeu e Julieta, uma imagem materializada do amor romântico, onde a personagem Mônica toma a iniciativa de beijar o Cebola. Ela pode ser vista em uma situação de ativa, condição antes exercida pelo homem nos jogos amorosos. É uma investida ousada, mas que de certa forma possibilita uma inversão na condição passiva da mulher quanto às questões de amor romântico. Essa representação do amor contém um beijo, símbolo ingênuo e sem relação sexual, um encontro sem compromisso e com ênfase nos sentimentos. A atitude da garota Mônica, que toma a iniciativa de beijar o Cebola de certa forma incomoda, contraria a condição passiva da mulher que, tradicionalmente, lhe é atribuída na cultura, já que ela assume o papel que seria esperado do homem. Pode-se refletir que, atualmente, existe uma nova dinâmica nas relações de gênero?

Outra frase da Mônica, em um diálogo da revista de número 5, quando em uma situação de perigo o Cebola a salva : **Ah! Ele se preocupa comigo! Eu sabia que os meninos não eram todos iguais! O Cebola é meu cavaleiro prateado.**

Mesmo com as transformações nas relações amorosas e sexuais da contemporaneidade, a crença no amor romântico permanece, o cavaleiro prateado que vem salvar a mocinha, no caso a Mônica, repete-se na representação desse artefato cultural através da linguagem textual e visual das personagens, subjetivando seus leitores na manutenção do mito do amor romântico.

O que é o amor? Muitos com certeza já se perguntaram e continuam a perguntar. Ele é descrito em música, verso e prosa como o desenrolar de um sentimento que parece dar sentido a nossa existência, apesar das impermanências.

Como o amor romântico nos inunda, enamora, a cada momento recebemos várias representações através de símbolos, cores, imagens e sons em nosso cotidiano, essa narrativa se repete em propagandas, novelas, produtos, revistas como a Turma da Mônica Jovem. A idéia é difundida em nossa cultura há aproximadamente 800 anos, mas até o século passado, apesar de arrebatador corações, não poderia se misturar a uma relação fixa e duradoura. Casamento por amor, nem pensar!

Quando os valores de fidelidade, monogamia, infinitude, entrega e “foram felizes para sempre” entraram em cena para compor o amor romântico em nossa cultura? Por que amamos quem amamos? Por que nos interessamos por determinadas pessoas e não por outras? São

vários os questionamentos quando entramos no campo das emoções e sentimentos. Porém, não devemos ser ingênuos. Como salienta Costa (1999, p. 12) “amor foi inventado”, e com ele, o jogo das relações amorosas e sexuais. A história e a cultura colaboram com esse campo construindo representações e significados para o amor romântico, fazendo com que se acredite que sem ele somos incompletos e insatisfeitos e muitas vezes incapazes de nos realizarmos. Por isso, muitas vezes nos questionamos se podemos ser felizes sem ele.

O artefato cultural Turma da Mônica Jovem em suas imagens e representações, mais uma vez, reforça a necessidade, que parece intrínseca ao sujeito, de ter alguém para amar e compartilhar a vida. Através das narrativas dos suas personagens principais, Mônica, Magali, Cebola, Cascão e sua turma constroem campos de significados e representações que sustentam argumentos de manutenção do amor romântico e sua consequência, o casamento, instituição heterossexual, que não está ameaçada. O tema do amor romântico na revista, dá a entender que a Mônica e o Cebola idealizaram-se como pares, veem um no outro seu par de acordo com suas expectativas e vivem uma relação eterna a dois, baseada na qualidade dos sentimentos. Existe a idéia de que a maior prova de amor que se pode dar a alguém é querer casar-se com ele, viver junto. Assim, o casamento assume o símbolo máximo do amor e não outras alternativas de relacionamento.

A revista apresenta a representação de relações amorosas como um conto de fadas no argumento de Felipe (2007, p. 33), “[...] um ideal de família – branca, de classe média, cristã, heterossexual – e de amor romântico, em especial por parte das mulheres. Sempre aparecem corações ao lado das figuras femininas, reforçando aquele clima de romantismo, geralmente vinculado ao feminino.” Como comenta Giddens (1993), “[...] no amor romântico, homens e mulheres não se colocam da mesma forma na relação, cabendo às mulheres o compromisso com a manutenção do sentimento, a garantia da troca emocional, enquanto que aos homens bastaria o encontro sexual.” Muitos são os argumentos que generificam as relações amorosas e, às vezes, cabe ao gênero feminino uma carga social, cultural e histórica de maior comprometimento, pois, essa entrega amorosa é indicativo de responsabilidades com casa, filhos e parceiro, restringindo sua liberdade, apesar de algumas modificações e conquistas nos relacionamentos amorosos/sexuais.

O artefato cultural Turma da Mônica Jovem parece de acordo com Soares (2006, p. 2) “[...] estar ajudando a instituir um tipo de jovem cuja sexualidade é central”; percebo desta maneira que “há uma pedagogia amorosa exercida sobre a juventude [...]” por essa revista. De que maneira isso é materializado? “Que rituais, linguagens, comportamentos e práticas [...]” são colocadas em ação nas páginas desses quadrinhos? “Como tais processos ajudam a

‘produzir’ um jeito de ser jovem e uma determinada forma de viver os relacionamentos amorosos?’ (SOARES, 2006, p. 2).

O contra-argumento de gênero que aparece entre a fala da personagem Mônica e o Titi, quando ele diz: **“Acho que todas as garotas são iguais!”**, gera uma igualdade social e cultural de gênero que iguala as relações amorosas diluindo nessas relações a questão do poder, que mesmo na contemporaneidade continuam existindo em maior ou menor interesse quando envolve sexo, economia e cultura.

De acordo com Soares (2006, p. 6):

[...] o amor, as relações amorosas através dos tempos têm-se colocado de forma diferente em relação aos gêneros, a relação de homens e mulheres com o amor tem sido historicamente diferentes significados e importância. A maneira de garotas e garotos se relacionarem está diretamente ligada a práticas sexuais e amorosas apropriadas. Os discursos em torno da identidade sexual e amorosa têm-se constituído fortemente associadas ao gênero.

A revista Turma da Mônica Jovem apresenta um vislumbre de amor romântico, um amor heterossexual, monogâmico. Os relacionamentos amorosos são descritos da seguinte forma por Jurandir Freire Costa (1999, p.11), “[...] o amor quando é bom não dura e quando dura já não entusiasma.” Quais as estratégias utilizadas pela cultura para a manutenção do ideal romântico?

As garotas são constituídas preferencialmente com um corpo “educado”, mas ao mesmo tempo sedutor. No argumento de Soares (2006, p. 7) “[...] elas são convocadas ao prazer por meio do desejo e da fantasia dos garotos. Reafirma-se o masculino como o ativo na sexualidade, é como se os homens despertassem a sexualidade que reside no corpo feminino.” Assim, a sexualidade masculina se constrói na negação da sexualidade feminina. Porque as garotas não podem dar vazão a sua sexualidade que logo são classificadas como “fáceis”. Enquanto os garotos se vangloriam de suas façanhas sexuais como um símbolo de masculinidade, as garotas que fazem isso são consideradas “desclassificadas”. A sexualidade feminina carrega toda ambivalência que, historicamente, lhe foi atribuída: mantém-se fragmentada em representações antagônicas. A garota boazinha ou má pode assumir outra designação, mas continua sendo classificada pela sexualidade. A questão é ser ou não ser sexy ou “domesticada”? Esse processo é generificante.

Nessa perspectiva, algumas garotas são para casar e ter família? Seria o ideal de amor romântico? Outras são para consumo do desejo masculino?

A revista dissemina modelos de amor romântico para o público adolescente. Captura esses consumidores para consumir o produto amor, defendendo essa idéia.

O amor romântico contém uma idéia de completude, somente ele é causa da felicidade e exige exclusividade e fidelidade, implícito à monogamia. O critério da fidelidade, que exclui a traição, são elementos que diferenciam um relacionamento estável de um transitório.

Na frase **Os meninos são todos iguais!**, a personagem Denise define uma representação do universo masculino, quando diz: **Não dou dois dias para ele arranjar outra garota!**. Esta fala identifica que os homens são volúveis nas relações afetivas amorosas, substituem rapidamente sua alma gêmea e o amor eterno e infinito traduzido na expressão e foram felizes para sempre. O amor passa a ser “confluyente”, como comenta Giddens (1993). E pode se definir no poema de Vinicius de Moraes, “eterno enquanto dure”.

O amor romântico, a fidelidade, a sexualidade são subjetivados e vivenciados de modos diversos e dinâmicos para garotos e garotas. Através dessas representações visualizadas na revista podemos pensar que historicamente o amor romântico se mantém, porém, com novas formas e linguagens e uma flexibilização nas relações de gênero.

8 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Como nós, sujeitos dessa cultura e dessas histórias nos colocamos diante dos questionamentos das relações de gênero e amorosas? Quem acredita no mito do amor romântico? As mulheres ou os homens? Quais os interesses dessa dinâmica contemporânea nas relações amorosas? Quais estratégias a revista Turma da Mônica Jovem constrói para acreditarmos que ser uma garota e um garoto normal/heterossexual nos garante a felicidade plena do amor romântico? Queremos mesmo acreditar nisto! Ou nos justificamos através deste mito do amor romântico para nos sentirmos fazendo parte de um contexto histórico? Ser homem ou mulher? Amar ou não? Como? Quando? E onde? Eis a questão.

Existe sempre uma possibilidade de mudança, pois as relações de gênero são dinâmicas, estão sempre se constituindo, subjetivando em processo. E essa movimentação permite a possibilidade de elementos como a criatividade e a ousadia para promover transformações.

A construção histórica em que estamos vivendo no século XXI quanto à dinâmica das relações de gênero estão vinculadas a interesses de qual discurso? Da cultura? Igreja? Escola? Ciência?

Podemos considerar avanços as atividades profissionais antes exercidas por homens hoje, também por mulheres?

As representações construídas na revista quanto a feminilidades e masculinidades possibilita pensar que existem concepções novas de homens e mulheres? Ou representa modos de ser jovem, bonito, saudável? Produtos a serem consumidos?

O elemento consumo transcende as questões de relações de gênero, poder e amor romântico? Ou consumimos um conjunto de atributos e modos de ser e ter dos gêneros e amor?

Mais do que conclusões sobre as práticas e as relações amorosas, este trabalho incita algumas questões e reflexões. Afinal, parece que as direções avistadas para as questões de gênero e relações amorosas não são únicas nem exclusivas. É possível observar movimentos contraditórios que parecem indicar relações mais igualitárias e, por vezes, parece haver um recrudescimento das relações tradicionais. O argumento aqui é que análises como essa podem ser produtivas para pensar as relações de amor e de gênero no mundo contemporâneo.

REFERÊNCIAS

- CEZIMBRA, Márcia. **Entrevista com Jurandir Freire Costa**. Prontidão Afetiva.2003. 6 p. Disponível em:
<http://jfreirecosta.hpg.ig.com.br/Ciencia_e_Educação/9/Artigos/prontidão_afetiva.html>
Acesso em: 10 jul. 2009.
- COSTA, Jurandir Freire. **Sem Fraude nem Favor**: estudos sobre o amor romântico. 4. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1999. 220p.
- CUNHA, Susana Rangel Vieira da. **Educação e Cultura Visual**: uma trama entre imagens e infância. Porto Alegre: UFRGS, 2005. 254 f. Tese de Doutorado, Faculdade de Educação. Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.
- DU GAY, Paul et al. **Doing Cultural Studies**. The Story of the Sony Walkman. Londres: Sage, 1997.
- DUQUE-ARRAZOLA, Laura Susana. O Cotidiano Sexuado de Meninos e Meninas e Situação de Pobreza. In: MADEIRA, Felícia Reicher (Org.). **Quem Mandou Nascer Mulher?** Rio de Janeiro: Record/Rosa dos Tempos, 1997. p 343 – 402.
- FELIPE, Jane. Do amor (ou de como glamourizar a vida): apontamentos em torno de uma educação para a sexualidade. In: RIBEIRO, P. et al (Org.). **Corpo, Gênero e Sexualidade**: discutindo práticas educativas. Rio Grande: Editora da FURG, 2007.
- FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I**: a vontade de saber. 18. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2007.
- GIDDENS, Anthony. **A Transformação da Intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: UNESP, 1993.
- GROSSI, Miriam Pillar. Masculinidades: um revisão teórica. **Antropologia em Primeira Mão**, 2004. Disponível em: <http://www.antropologia.ufsc.br/primeiraMao.htm>. Acesso em: 12 jul. 2009.
- HALL, Stuart. **Identidades Culturais na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP& A, 1997.

HUDSON, Bárbara. *Feminity and Adolescence*. In: McROBBIE, Ângela; NAVA, Mica (Org.). **Gender and Generation**. London: Macmillan, 1984. p. 31-53.

LAVINAS, Lena. *Gênero, cidadania e adolescência*. In: MADEIRA, Felícia Reicher (Org.). **Quem Mandou Nascer Mulher?** Rio de Janeiro: Record/Rosa dos Tempos, 1997. p. 11-43.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, Sexualidade e Educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

LOURO, Guacira Lopes. *Pedagogias da Sexualidade*. In: LOURO, Guacira L. (Org.). **O Corpo Educado – Pedagogias da Sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p. 07-34.

LUYTEN, Sonia M. Bibe. **O que é História em Quadrinhos**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

LUYTEN, Sonia M. Bibe. **Mangá: O poder dos quadrinhos japoneses**. 2. ed. São Paulo: Hedra, 2000.

MEYER, Dagmar; SOARES, Rosângela. *Corpo, Gênero e Sexualidade nas Práticas Escolares: um início de reflexão*. In: MEYER, Dagmar; SOARES, Rosângela. (Org.). **Corpo, Gênero e Sexualidade**. Porto Alegre: Mediação, 2004. p.5-16.

SILVA, Tomaz T. *Currículo e Identidade Social: territórios contestados*. In: SILVA, Tomaz T. (Org.). **Alienígenas na Sala de Aula**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

SOARES, Rosângela. *Sexualidade e Adolescência no Contexto Escolar*. In: MARASCHIN, Cleci; CARVALHO, Lia Freitas; Diana. (Org.). *Psicologia e Educação: multiversos sentidos, olhares e experiências*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003. p. 351-359.

SOARES, Rosângela de Fátima Rodrigues. *Fica Comigo: juventude e pedagogias amorosas/sexuais na MTV*. In: REUNIÃO ANUAL DA ANPED, 29., 2006, Caxambu. **Educação, Cultura e Conhecimento na Contemporaneidade: desafios e compromissos: [anais]**. Caxambu: ANPED, 2006. 1 CD ROM. 15f.

SOUSA, Maurício de. **Mônica e Cebolinha se Beijam em Nova Fase da Turma**. 2008a. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Quadrinhos/0..MUL881139-9662.00-MONICA+E+CEBOLINHA+SEBEIJAM+EM+NOVA+FASE+DA_TURMA.html>. Acesso em: 27 nov. 2008.

SOUSA, Maurício de. **Turma da Mônica Jovem**. 2008b. Disponível em:
<<http://www.meujornal.com/cbm/jornal/materias/integra.aspx?id=56736>>. Acesso em: 31
ago. 2008.

STEINBERG, Shirley R. Kindercultura: a construção da infância pelas grandes corporações.
In: SILVA, Luiz Heron da (Org.). **Identidade Social e a Construção do Conhecimento**.
Porto Alegre: Secretaria Municipal de Educação de Porto Alegre/Prefeitura Municipal de
Porto Alegre, 1997. p. 98-145.