

**ANÁLISE DOS GIBIS DA TURMA DA MÔNICA
A PARTIR DO PERSONAGEM LUCA:
A GÊNESE DE UMA NOVA IDENTIDADE**

Vanessa Nogueira Maia de Sousa (UNIGRANRIO)
vanessousa@yahoo.com.br

Daniele Ribeiro Fortuna (UNIGRANRIO)
drfortuna@hotmail.com

1. Introdução

As histórias em quadrinhos podem ser consideradas um gênero atual de texto. Cada vez mais, fazem parte do dia-a-dia de diversos tipos de leitores, inclusive dos estudantes. Nesse sentido, nos dias de hoje, sua inserção na área de letras/linguística é bastante pertinente.

O presente trabalho pretende analisar os gibis da Turma da Mônica sob o ponto de vista da identidade. Para tanto, utilizará as histórias do gibi *Acessibilidade* em que aparece o personagem Luca, um menino cadeirante, criado em 2004. Luca é uma criança ativa e praticante de esportes, como natação e basquete.

Como utiliza a cadeira de rodas para se locomover, ganhou o apelido dos colegas de “Da Roda”. Seu apelido inicialmente era “Paralaminha”, uma homenagem a Herbert Viana, dos “Paralamas do Sucesso”. O personagem é retratado como uma criança absolutamente normal e problemas como acessibilidade e preconceito não são tratados nas histórias.

Se, por um lado, fato de ser apresentado como uma criança ativa, que participa das brincadeiras, resulta numa construção positiva de identidade, por outro, a pouca problematização da questão pode acabar implicando que outros temas inerentes à construção dessa mesma identidade deixem de ser tratados. A análise será feita tendo como escopo teórico autores como Stuart Hall, Néstor García Canclini, Zigmunt Bauman e Mike Featherstone.

Dada a importância do gênero textual gibi no cenário dos estudos linguísticos e dos estudos culturais, a segunda seção trará a história das histórias em quadrinhos no Brasil.

A terceira seção abordará a relação intrínseca entre a mídia e a identidade. De que forma o “diferente” tem sido retratado na mídia; especificamente em um produto midiático de alto alcance, como o gibi.

O personagem Luca, a partir da análise da revista *Acessibilidade*, de Maurício de Sousa, estará retratado na quarta seção deste trabalho. A quinta seção trará as considerações finais.

O objetivo deste estudo é salientar a gênese de uma nova identidade veiculada nos gibis da Turma da Mônica e contribuir, de forma interdisciplinar, para novas pesquisas na área.

2. O gibi no Brasil

O marco histórico das histórias em quadrinhos no Brasil foi em 1869, pelo ítalo-brasileiro Angelo Agostini. O primeiro capítulo de *As aventuras de Nhô Quim* é considerado por muitos autores que estudam os gibis, como a primeira história em quadrinhos do Brasil.

Pioneiro, Agostini trouxe em Nhô Quim as características das histórias em quadrinhos que se conhece ainda hoje. A ordenação sequenciada dos desenhos, seguindo o padrão ocidental de leitura; a quadrinização – a inserção em quadros fechados de alguns desenhos; e o uso do texto como referência para leitura.

Em 1883, foi publicada *As aventuras de Zé Caipora*, considerada como a grande obra em quadrinhos de Agostini. Esta obra possui características peculiares, que a diferenciam de grande parte dos trabalhos com quadrinhos correntes até então, como o traço refinado dos desenhos, com conotação realista, temática que se baseava na aventura e no drama – questões inovadoras para a época.

Ressalta-se que em outros países, já se abordava o humor, a sátira e o direcionamento para o público infante-juvenil. Na década de 1930, começa-se a ter contato com os gibis norte-americanos, simbolizado através da publicação do *Suplemento Juvenil* por Adolfo Aizen.

Segundo Cirne (1990, p. 23), é por intermédio do *Suplemento Juvenil* que o público brasileiro tem o primeiro contato com as histórias de personagens como *Flash Gordon*, *Mandrake*, *Jim das Selvas* e outros.

Nos anos de 1940 começam a aparecer os primeiros personagens e histórias criados por autores brasileiros, mas com influência norte-americana em seus traços e conteúdo. Cirne salienta, porém, que obras como *Tarzan*, *Príncipe das Trevas*, *Dick Trace*, etc. são reconhecidos mundialmente como quadrinhos de alto valor estético e narrativo, e que

ignorar estas realizações significa ignorar importantes criações da história das histórias em quadrinhos mundiais.

Roberto Marinho, em 1939, lança *O Gibi*, para concorrer com *O Mirim* de Aizen. A revista *O Tico-Tico* manteve uma duração longínqua, por mais de cinquenta anos, com formato de revista, com variedade em seu conteúdo, tendo como característica a referência editorial francesa.

No ano de 1954, foi instituída a censura aos *comics* norte-americanos através do *Comics Code Authority*. No século XIX, as histórias em quadrinhos ganharam grande força nos Estados Unidos, pois os jornais utilizavam este gênero textual, que era aprovado pelos leitores, para transmitir os valores morais e culturais do país. Com o passar do tempo, essas histórias representavam cada vez mais a realidade, surgindo no mercado os *comic books*, ou seja, os gibis, ou ainda *fanzine*. Fanzine é uma palavra formada pela contração das palavras inglesas *fanatic magazine*.

Os gibis foram alvo de preconceito e discriminação por parte dos pais e educadores, que temiam que as crianças deixassem para segundo plano obras da literatura consideradas clássicas e já consagradas.

Seguindo o modelo dos Estados Unidos, o Brasil, na década de 1960, cria um selo que seria estampado nas capas dos gibis, caso a publicação fosse aprovada pelo Código de Ética dos Quadrinhos. A saber:

CÓDIGO DE ÉTICA DOS QUADRINHOS

1 – As histórias em quadrinhos devem ser instrumento de educação, formação moral, propaganda dos bons sentimentos e exaltação das virtudes sociais e individuais.

2- Não devendo sobrecarregar a mente das crianças como se fossem um prolongamento do currículo escolar, elas devem, ao contrário, contribuir para a higiene mental e o divertimento dos leitores juvenis e infantis.

3 – É necessário o maior cuidado para evitar que as histórias em quadrinhos, descumprindo sua missão, influenciem perniciosamente a juventude ou deem motivo a exâgeros da imaginação da infância e juventude.

4 – As histórias em quadrinhos devem exaltar, sempre que possível, o papel dos pais e dos professores, jamais permitindo qualquer apresentação ridícula ou desprimorosa de uns ou de outro.

5 – Não é permissível o ataque ou a falta de respeito a qualquer religião ou raça.

6 – Os princípios democráticos e as autoridades constituídas devem ser prestigiadas, jamais sendo apresentados de maneira simpática ou lisonjeira os tiranos e inimigos do regime e da liberdade.

7 – A família não deve ser exposta a qualquer tratamento desrespeitoso, nem o divórcio apresentado como sendo uma solução para as dificuldades conjugais.

8 – Relações sexuais, cenas de amor excessivamente realistas, anormalidades sexuais, sedução e violência carnal não podem ser apresentadas nem sequer sugeridas.

9 – São proibidas pragas, obscenidades, pornografias, vulgaridades ou palavras e símbolos que adquiram sentido dúbio e inconfessável.

10 – A gíria e as frases de uso popular devem ser usadas com moderação, preferindo-se sempre que possível a boa linguagem.

11 – São inaceitáveis as ilustrações provocantes, entendendo-se como tais as que apresentem nudez, as que exibem indecente ou desnecessariamente as partes íntimas ou as que retratam poses provocantes.

12 – A menção dos defeitos físicos e das deformidades deverá ser evitada.

13 – Em hipótese alguma na capa ou no texto, devem ser exploradas histórias de terror, pavor, horror, aventuras sinistras, com as suas cenas horripilantes, depravação sofrimentos físicos, excessiva violência, sadismo e masoquismo.

14 – As forças da lei e da justiça devem sempre triunfar sobre as do crime e da perversidade. O crime só poderá ser tratado quando for apresentado como atividade sórdida e indigna, e os criminosos sempre punidos pelos seus erros. Os criminosos não podem ser apresentados como tipos fascinantes ou simpáticos e muito menos pode ser emprestado qualquer heroísmo em suas ações.

15 – As revistas infantis e juvenis só poderão instituir concursos premian-do os leitores por seus méritos. Também não deverão as empresas signatárias deste Código editar para efeito de venda nas bancas, as chamadas figurinhas, objeto de um comércio nocivo à infância.

16 – Serão proibidos todos os elementos e técnicas não especificamente mencionados aqui, mas contrários ao espírito e à intenção deste Código de Ética, e que são considerados violações do bom gosto e da decência.

17 – Todas as normas aqui fixadas se impõem não apenas ao texto e aos desenhos nas histórias em quadrinhos, mas também às capas das revistas.

18 – As revistas infantis e juvenis que forem feitas de acordo com este Código de Ética, levarão na Capa, em lugar bem visível, um selo indicativo de sua adesão a estes princípios. (RAMA et alii, 2006, p. 14)

Em 1951 acontece a Primeira Exposição Internacional das Histórias em Quadrinhos, preocupada em tratar as histórias em quadrinhos como uma fonte legítima de apreciação artística, através de exposições,

palestras, intervenções na imprensa e da presença de desenhistas internacionais.

É na Europa, na década de 1970, que as histórias em quadrinhos começam efetivamente a serem utilizadas nas salas de aula. Abriu-se então uma nova forma de comunicação em sala de aula, através dos diversos recursos que os gibis oferecem; além de torna a aula mais lúdica e agradável.

No Brasil, foi em 1990, após a avaliação do Ministério da Educação, que as histórias em quadrinhos começaram a ganhar maior destaque no cenário escolar e a ter maior volume de participação nos livros didáticos. Antes desta avaliação, os gibis apenas ilustravam os livros didáticos.

No Brasil, principalmente após a avaliação realizada pelo Ministério da Educação a partir dos meados dos anos 1990, muitos autores de livros didáticos passaram a diversificar a linguagem no que diz respeito aos textos informativos e às atividades apresentadas como complementares para os alunos, incorporaram a linguagem dos quadrinhos em suas produções. (RAMA et alii, 2006, p. 20)

A autora ainda salienta que o trabalho com as histórias em quadrinhos em sala de aula favorece consideravelmente os estudos dos gêneros textuais, além de favorecer e ampliar o conhecimento linguístico dos alunos. A experiência do contato com diferentes tipos de textos, que relatem o cotidiano social, aumenta a capacidade de reflexão e identificação dos mecanismos linguísticos e extralinguísticos que constituem o processo comunicativo.

Através destes estímulos, tomam consciência de como a língua funciona, transmitindo conteúdo, seja de forma oral ou escrita. Organizam assim, diferentes tipos de conhecimento e de informação, de acordo com a situação comunicacional.

Dentre as linguagens pertencentes ao cenário contemporâneo, as histórias em quadrinhos permitem a integração entre a linguagem escrita e a visual. Ao longo do tempo, consolidam-se como um instrumento de difusão cultural e de formação educacional para um público de diferentes faixas etárias.

3. *Mídia e identidade*

Temática em voga, a questão da identidade é eixo-central para que esta discussão ganhe valia. Aliada à identidade, a mídia tem surgido co-

mo fator preponderante quando o estudo do consumo – e seus reflexos na sociedade – passam a obter maior destaque nos estudos acadêmicos.

Faz-se necessária a compreensão destas identidades, e como estas afetam, direta ou indiretamente, a formação do sujeito. As antigas identidades, que por muito tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo contemporâneo, até então visto como um sujeito unificado.

Stuart Hall se destaca enquanto teórico dos estudos culturais e sobre as questões ligadas à identidade. Hall (2010), em *A identidade cultural na pós-modernidade*, define a identidade em três situações distintas. A primeira identidade pertence ao *Sujeito do Iluminismo*, que se baseava na idealização de um ser centrado, unificado, voltado à razão, consciência e ação. Sua essência central emergia pela primeira vez no momento do nascimento deste sujeito e com ele se desenvolvia, ainda que, essencialmente, permanecesse o mesmo – contínuo ou idêntico a ele – ao longo da existência deste indivíduo. O centro essencial do *eu* era a identidade de uma pessoa.

A segunda identidade retratada por Hall (2010, p. 11) é a do *Sujeito Sociológico*, que, de acordo com o autor, tem a identidade formada na interação entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, porém este é projetado e alterado mediante o contato com outras culturas e as identidades que estas o proporcionam.

O autor ainda afirma que o sujeito, de uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não apenas de uma, mas de várias identidades, algumas delas contraditórias ou não resolvidas. Este processo produz, segundo Hall (2010, p. 12), o *Sujeito pós-moderno*, caracterizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se móvel, ganha fluidez. O autor salienta que a identidade não é definida de modo histórico, nem mesmo de forma biológica. O sujeito assume identidades diferentes de acordo com os diversos momentos e experiências vividos; sendo a identidade não unificada, coerente, completa e segura.

Para o autor, a maior diferença entre a sociedade moderna e a sociedade tradicional é a mudança constante, rápida e permanente. Hall reflete que a sociedade não é um bloco, algo imutável, delimitado e que iria se modificando a partir das mudanças e evoluções que esta própria sociedade produziria.

Hall (2010, p. 17) argumenta que as sociedades da modernidade tardia são caracterizadas pela diferença; são influenciadas por diferentes divisões e antagonismos sociais, produzindo, assim, expressiva variedade de identidades para os sujeitos.

Bhabha (1998, p. 20) menciona que são os entre lugares que fornecem os subsídios necessários para a criação de estratégias no campo subjetivo – particularmente ou coletivamente – a fim de que se iniciem novos signos identitários e novas fontes de colaboração e contestação, na esfera da definição da ideia de sociedade.

O deslocamento das diferenças, ainda de acordo com Bhabha (1998), faz emergir a experiência coletiva de nação, o foco nas comunidades e a negociação dos valores culturais.

Esta diferença cultural faz conexão direta com a questão da minoria. Estar num grupo minoritário frente a uma sociedade, significa estar à margem do campo ideológico, do centro das decisões, do acesso – entende-se o acesso à cultura, aos bens materiais, a acessibilidade em diversos níveis, como locomoção, oportunidades, etc. Este sujeito marginalizado, posto em um grupo classificado como minoritário, representa o *subalterno*. Este subalterno pode classificar-se pela classe econômica, etnia, raça, gênero, religião, deficiência física etc.

O termo subalterno, segundo Spivak (2010, p. 12), “designa as camadas mais baixas da sociedade constituídas pelos modos específicos de exclusão dos mercados, da representação política, e legal, e da possibilidade de se tornarem membros plenos no estrato social dominante”. A autora ainda ressalta que, o ato de ser ouvido, para o subalterno, não ocorre. A fala deste subalterno e do colonizado é sempre intermediada por outro indivíduo. O subalterno não pode ser apenas um objeto de reconhecimento, este precisa ter vez e voz. Spivak salienta que cabe ao intelectual criar espaços e meios para que o subalterno seja ouvido. Não se pode falar pelo subalterno, mas se pode trabalhar contra a subalternidade.

Michel de Certeau (2005, p. 9), em *A cultura no plural*, defende a ideia de que nenhuma ação social ou política, que esteja alicerçada no plano real, pode se estabelecer segundo uma “deficiência de pensamento ou se alimentar do desprezo do próximo”.

Assim como Spivak, Certeau acredita que, para que a cultura se conecte com este subalterno, não basta que este faça parte dos processos sociais, é necessário que estes processos reproduzam algum significado

ou relevância para este indivíduo. Certeau (2005, p. 148) ratifica que “o sentimento de ser diferente está ligado à designação dessa diferença pelos outros...”.

A identidade, ainda de acordo com Bauman (2005, p. 21), nos é apresentada como algo que necessite ser inventado, e não descoberto; sendo fruto de um esforço e um objetivo específico; como algo desconhecido que demande a construção em sua origem ou então optar por alternativas e firmar e reafirmar esta identidade.

Bacega (2008, p. 139) esclarece que a mídia desempenha uma função primordial ao veicular e induzir ideias, atitudes e padrões de comportamento que podem servir de modelo para a construção de identidades em nossos dias.

Exemplifica-se o caso que será abordado e analisado neste trabalho: a criação de um personagem cadeirante, assunto que até então não era exposto no meio de comunicação gibi. A inclusão desta temática, veiculada em um meio acessível economicamente à grande parte da população, traz a oportunidade do acesso a novos conhecimentos.

Featherstone (1995) salienta que as uniformidades caem em declínio à medida que haja avanços tecnológicos, possibilitando o aumento na variedade dos produtos e maior diferenciação durante o processo de produção. Este cenário acarreta em uma maior fragmentação ou segmentação do mercado.

A partir da expansão do mercado, aumentou também a capacidade de circulação de informações. Estilos e obras de arte passam rapidamente dos produtores aos consumidores. Obras de arte classificadas como clássicas (como a Mona Lisa) se deslocam para vários lugares e atingem plateias de massa de diferentes culturas. Cabe ressaltar que este processo de democratização da alta cultura, instaura um novo nicho de mercado. Estas obras canônicas passam a estampar camisas, canecas, cadernos, etc. Tornam-se objetos de consumo.

4. *Luca: uma nova identidade na Turma da Mônica*

Criada há 50 anos por Maurício de Sousa, a marca “Turma da Mônica” é referência em histórias em quadrinhos no Brasil. Em 1973, o cartunista lança sua revista própria. A turma principal é composta pelos seguintes personagens: Mônica, Cebolinha, Magali e Cascão.

A marca tornou-se um dos mais importantes produtos midiáticos do nosso país. Segundo dados disponibilizados no site da Turma, são mais de 3 mil produtos licenciados.

Os gibis de Maurício de Sousa atravessam gerações. Uma característica da Maurício de Sousa Produções é a busca por inovações e a atenção voltada às ações de promoção à educação, leitura e inclusão social.

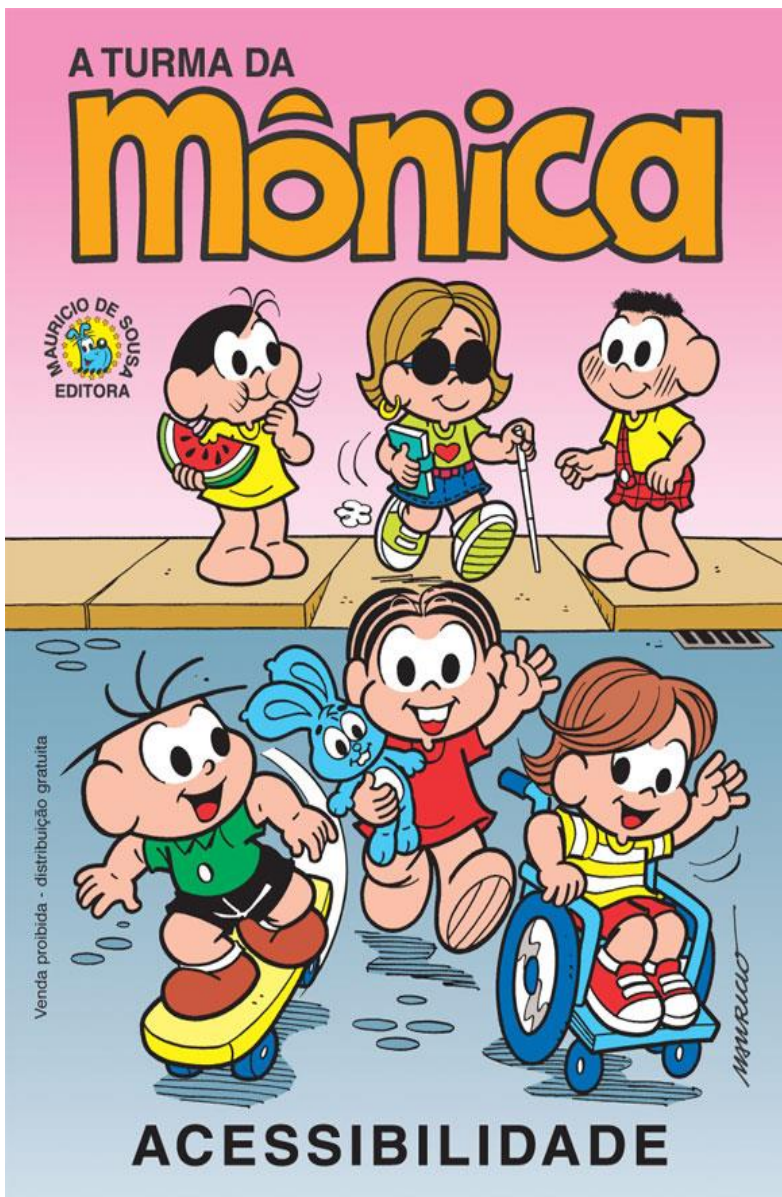
Há 10 anos foi fundado o Instituto Cultural Maurício de Sousa, para tratar assuntos complexos, como a deficiência física, o analfabetismo, a preservação ambiental, entre outros. Neste cenário, o cartunista cria, em 2004, o personagem Luca, um menino cadeirante que adora esportes – natação e basquete – e possui uma rotina bastante ativa.

Por se locomover através da cadeira de rodas, Luca é apelidado pelos amigos do bairro Limoeiro, de “Da Roda”. Maurício de Sousa também o apelidou de “paralaminha”, uma homenagem a Herbert Viana, dos Paralamas do Sucesso. Luca, por ser um menino bonito, tem grande simpatia por parte das meninas do bairro.

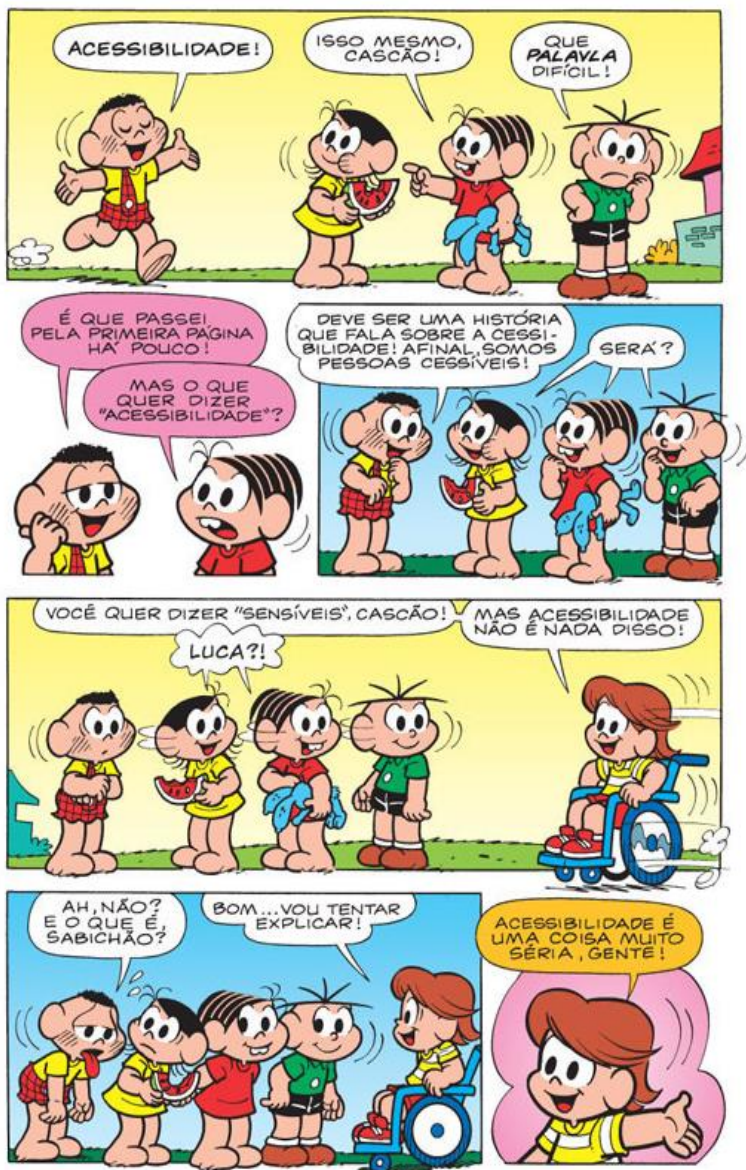
Segundo Maurício de Sousa, Luca será responsável por mostrar às outras crianças as possibilidades de uma infância feliz, interativa, independentemente de qualquer deficiência física. “É a inclusão social sendo exercitada também no mundo ficcional dos quadrinhos”, disse o desenhista.

Será analisada a história em quadrinhos *Acessibilidade*, uma edição especial criada em 2006 em parceria com o CONADE (Conselho Nacional da Pessoa Portadora de Deficiência) e a Secretaria Especial dos Direitos Humanos do governo federal. Esta edição especial foi publicada pelo Instituto Cultural Maurício de Sousa.

A escolha por esta edição se dá pela abordagem didática acerca da deficiência. A exposição do tema, as limitações do personagem, a questão do preconceito e outras problematizações, não são abordadas nas histórias da Turma da Mônica.



Fonte: <http://www.monica.com.br>



Fonte: <http://www.monica.com.br>



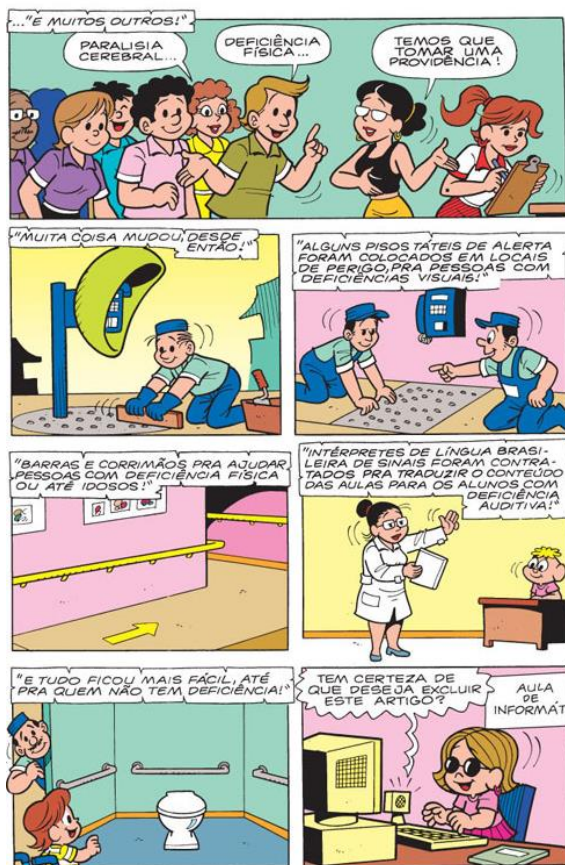
Fonte: <http://www.monica.com.br>



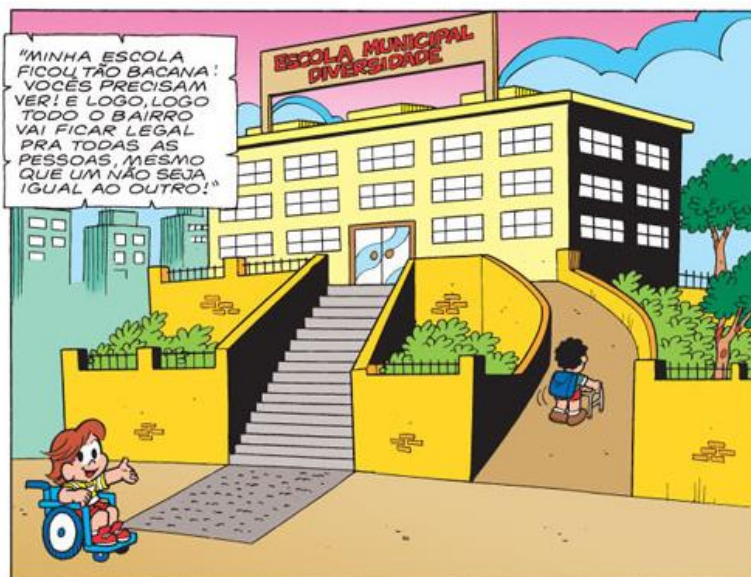
Fonte: <http://www.monica.com.br>

Ao se mudarem para o bairro Limoeiro, Luca e seus pais enfrentam novos desafios, como a questão do acesso à escola. Luca, por ser independente e muito ativo, passa por grandes dificuldades em seu primeiro dia de aula no novo colégio. Ele precisou da ajuda de outros colegas para realizar tarefas que até então, para ele, eram simples.

Os pais de Luca decidem procurar a direção da escola para sugerirem melhorias que atendam às necessidades de Luca e de outras crianças com necessidades especiais, como Dorinha que é cega; Humberto que é surdo; André, que é autista; entre outros. A escola então passa a adaptar-se para o acesso dos alunos com deficiência.



Fonte: <http://www.monica.com.br>



Fonte: <http://www.monica.com.br>

No fim da história, Mônica e sua turma falam do que é ser diferente. Percebe-se que as crianças tem boa aceitação com a chegada destes novos colegas ao bairro e à escola. Como já mencionado neste trabalho, estas novas identidades tem ganhado espaço na mídia.

A exploração do tema nesta edição especial é feita de forma didática, elucidativa, e voltada para as crianças. A linguagem busca, a todo o momento, não distanciar-se da realidade do seu público alvo. É uma comunicação simples, dinâmica e leve; justamente para alcançar seus leitores.

5. Considerações finais

Muito se tem debatido sobre a identidade na contemporaneidade. Segundo Bauman, esta identidade é fluida, e não é constante, fixa; ao contrário, está cada vez mais “líquida”. Com a globalização, de acordo com Hall, a abertura das fronteiras para novos mercados, abriu-se também espaço para novas informações e novas tecnologias e principalmente para o consumo.

O gibi, como um produto da mídia, tem se destacado no cenário escolar, acadêmico e social ao trazer temas como a deficiência física. Maurício de Sousa, ao debater estas temáticas nos quadrinhos da Turma da Mônica, inova e abre novos caminhos para a pesquisa acadêmica, para a conscientização do tema e a interação com o público infanto-juvenil.

Diante da demanda cada vez maior da discussão de assuntos de cunho social, nota-se a preocupação latente da mídia, dos produtores culturais, da escola e da sociedade em geral, a fim de formar e informar estes leitores; para que estes tenham total acesso ao conhecimento e saibam lidar com a diferença e assim abolir antigos estereótipos e preconceitos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). *Comunicação e cultura do consumo*. São Paulo: Atlas, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. *Identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

- BHABHA, Homi K. *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- BRETON, Philippe. *A manipulação da palavra*. São Paulo: Loyola, 2010.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Diferentes, desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- _____. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.
- CERTEAU, M. *A cultura no plural*. 4. ed. Campinas: Papirus, 2005.
- CIRNE, M. *História e crítica dos quadrinhos brasileiros*. Rio de Janeiro: Europa & Funarte, 1990.
- _____. (Orgs.). *Literatura em quadrinhos no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Fundação Biblioteca Nacional, 2002.
- FEATHERSTONE, Mike. *O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2010.
- _____. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2011.
- RAMA, Ângela; VERGUEIRO, Waldomiro C. S. (Orgs.). *Como usar as histórias em quadrinhos na sala de aula*. São Paulo: Contexto, 2004.
- SPIVAK, Gayatri Hakravorty. *Pode o subalterno falar?* Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- GUIA dos quadrinhos*. Edição especial *Acessibilidade*. Disponível em: <http://www.guiadosquadrinhos.com/edicao.aspx?cod_tit=tu493121&esp=&cod_edc=84551>. Acesso em: 29-06-2013.
- TURMA da Mônica*. Disponível em: <<http://www.monica.com.br>>. Acesso em: 29-06-2013.
- VERGUEIRO, Waldomiro. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/nucleos/nphqeca/agaque/ano2/numero1/artigosn1_2v2.htm>. Acesso em: 08-07-2013.