

## **O CONCEITO DE INFÂNCIA NO SITE DA TURMA DA MÔNICA ESTUDO DE CASO DA SEÇÃO ‘DIVERSÃO’ DO SITE DA TURMA DA MÔNICA.**

**Sílvia Meirelles Leite**

Jornalista

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Educação

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

### **Resumo**

O presente artigo tem como proposta analisar o conceito de infância no site da Turma da Mônica, mais especificamente na seção ‘Diversão’. Nessa perspectiva, são apresentadas características que envolvem a infância e seu enfoque dentro de um contexto histórico. Para isto, é abordada a forma como as crianças são representadas na televisão e na Internet e a influência no comportamento delas e dos adultos. Também são ressaltadas questões que envolvem jogos e brincadeiras, noção de vergonha, leitura e escolaridade, família, sexualidade, vestuário, vocabulário, consumo e violência, e como o acesso à informação altera a conotação dada à estes conceitos. Neste estudo de caso buscou-se salientar de que maneira estas questões são apresentadas nas atividades analisadas e qual a concepção de infância que elas deixam transparecer.

**Palavras-chave: Infância, Internet, Turma da Mônica**

### **1. Introdução**

O conceito de infância no decorrer da História passou por várias transformações. Desencadeando a idéia de que sua concepção não está vinculada apenas ao biológico, mas a toda uma estrutura social, e o modo desta sociedade se relacionar. Dentro disto, a questão do maior acesso à informação ganha destaque, assim como os jogos infantis e toda a gama da indústria do divertimento produzida para este público.

Quando a criança toma posse das mais variadas informações, sem depender do adulto, ela passa a se relacionar com as questões que a cercam de maneira diferente. Isto aconteceu com a televisão, que possibilitou a criança se informar sobre aspectos como sexualidade, consumismo e violência. Característica que acompanhou o avanço da Internet, tendo na Rede mais um meio de comunicação com ilimitadas possibilidades de informação e um controle

restrito. A transformação da idéia idealizada de infância, inocente e distante dos males da sociedade, passou a difundir-se com o maior acesso à informação.

Esta mudança pode ser vista nos produtos produzidos para as crianças e os conceitos que eles transpõem, formando a indústria cultural direcionada à infância. Enfocando esta perspectiva, fez-se a análise do *site* da Mônica (<http://www.monica.com.br>), limitando-se à seção “Diversão” (<http://www.monica.com.br/diversao>). Para isto, os diversos segmentos de seção Diversão foram vinculados ao contexto das Histórias em Quadrinhos, origem da indústria da Turma da Mônica que se formou posteriormente.

Com a análise deste ambiente direcionado a público infantil na Internet, não se quer simplesmente concluir que tais mudanças estejam ou não estejam ocorrendo em toda a produção feita com a Turma da Mônica. Apenas, levantar o questionamento sobre as mudanças do conceito de infância que aparecem, sugerindo discussões posteriores e abordagens que ampliem esta análise no *site* mencionado.

## **2. Conceito de Infância**

Estudar as origens da infância traz a tona as suas transformações e a crise dos seus conceitos. E ao se buscar uma resposta para a questão "O que é ser criança?", é necessário uma contextualização sobre a época que a resposta vai se embasar, e quais referências vão ser usadas para descrever tal conceito, incluindo a classe social e a raça. Ser criança na sociedade contemporânea é muito diferente de ser criança nos períodos históricos anteriores.

Para Postman (1999), a idéia de infância passou por várias etapas, desde não ter uma palavra para defini-la até a descrição detalhada de suas características. Ele também aborda, ao debater o histórico da infância, que as melhores histórias produzidas, sobre qualquer coisa, são feitas quando seus conceitos estão em declínio e provavelmente uma nova fase está se formando. Fato que está ocorrendo com a noção de infância, não propriamente pelo seu desaparecimento, mas pela mudança das referências usadas para conceituá-la. Dentro desta perspectiva, temos a crise do conceito de infância. Ele ainda ressalta que a "cultura" infantil ganhou uma nova conotação na sociedade contemporânea, alterando, inclusive, características próprias como a vestimenta, a alimentação, a linguagem e as brincadeiras.

Para Silveira (2000), a definição de infância está ligada à ótica do adulto, e como a sociedade está sempre em movimento, a vivência da infância muda conforme os paradigmas do contexto histórico. Outra abordagem feita pela autora é a importância da criança dentro de uma comunidade, enfatizando que esta varia conforme o período em que ela está inserida, seus direitos e interferências têm diferentes momentos. Assim, cada período imprime na infância uma significação mais ou menos vinculada às condições sociais e não apenas a sua

condição de ser vivente e biológico. Num enfoque da atualidade, a autora coloca que através dos meios de comunicação e de sua narrativa, as crianças e os adultos "aprendem" o que é ser criança e o que devem consumir para isto. Desta forma, tem-se a influência de um artefato social na construção da significação da infância.

Dentro de um contexto histórico, pode-se caracterizar como o conceito de infância idealizada foi concebido. Entre os estágios apresentados por Postman (1999), está a falta de uma leitura clara sobre o que era ser criança na cultura da Grécia Antiga e do Império Romano, porém, percebe-se a preocupação com a educação da população jovem e o estímulo para que frequentassem a escola. Ao se abordar a Idade Média, salienta-se o desaparecimento da noção de infância cultivada pelos gregos e romanos. Questões como leitura e escrita, educação e vergonha ficaram marginalizadas, as interações sociais eram feitas oralmente e somente alguns tinham o "poder" sobre os segredos teológicos e intelectuais. O autor trata a leitura como uma forma de abstração que interfere na sociologia da oralidade e que pode servir como referência para separar a infância da vida adulta, os que sabem e os que não sabem ler. Numa sociedade como na Idade Média, praticamente não existiam os que sabiam ler, sendo assim, não existia uma separação nítida sobre o fim da infância e o início da idade adulta. Por outro lado, tem-se o domínio da oralidade e da colocação das idéias pela fala, encontrando nos sete anos (quando as crianças dominavam a palavra) o marco de mudança.

Ao abordar a Idade Média, Ariès (1978) usa como parâmetro a família. Ele ressalta ainda, que poucas pessoas podiam percorrer todas as etapas da vida naquela época, o índice de mortalidade infantil era muito alto, e isto impedia uma interpretação mais ampla do ciclo de idades que envolvem um indivíduo. Nas poucas escolas que existiam neste período, o conteúdo estudado não era relacionado à idade do aluno, pessoas de variadas idades estudavam juntas.

No século XVI, a importância da noção de idade começa aparecer com o seu registro nos documentos. O que pode ser constatado, nos dois séculos seguintes, nos quadros pintados com a data em destaque e, ainda, as imagens mostravam uma delimitação das etapas da vida, o que pode ser observado nas funções dos indivíduos, tipo físico e modo de vestir. Ariès (1978) compara este costume aos álbuns de família da atualidade, dando a elas uma consistência histórica, representando o caminho percorrido por seus componentes. Porém, apesar de ser sabida, a idade não era declarada pelos indivíduos com precisão. Com o desenvolvimento da Ciência, tem-se também a fundamentação no simbolismo dos números e no conhecimento da natureza, o que proporcionou um maior interesse na classificação das idades. As etapas também podiam ser vistas de acordo com a função social do indivíduo,

desde a época de brincar, passando pela escola e pelas guerras, até a idade do estudo (vinculada aos sábios).

Com a expansão das idéias iluministas, começa a se distinguir a infância da fase adulta, ressaltando suas características e a pedagogia que a envolve, inclusive as diferenças entre a mente infantil e a mente adulta. Transformou-se a idéia inicial de sua atuação como sujeito social e um forte afeto pelas crianças passou a ser incentivado. A idealização da infância como um momento perfeito da vida, em que não se têm problemas e que se é puro e inocente, é resultado do sentimento de infância e da afeição que tal sentimento desperta nos adultos.

### **2.1 Questões que caracterizam a infância**

Da mesma forma que ocorreu a valorização da infância, atualmente vivencia-se uma metamorfose social que está transformando as questões que caracterizam-na. Tanto pela apropriação do conhecimento e sobreposição aos adultos, como acontece com as crianças que dominam a Internet, quanto pela falta de condições de algumas crianças de viverem a infância, como acontece com os meninos e meninas que pedem nas ruas. Ao se debater o sentimento de infância na contemporaneidade, está se falando sobre os saberes e as referências que envolvem o ser criança e o ser contemporâneo e toda a significação desta cultura.

A consolidação do conceito de infância, que embasou a estrutura de educação do século XX, traz a tona uma maior preocupação com a formação das crianças (futuros adultos). "O apego à infância e à sua particularidade não se exprime mais através da distração e da brincadeira, mas através do interesse psicológico e da preocupação moral" (Ariès, 1978, p.162). O autor também enfoca a preocupação com a saúde e higiene das crianças, questões de responsabilidade da família. Situação que traz a criança para o centro da família, ganhando cuidados especiais.

Tanto para Postman (1999), quanto para Ariès (1978), a escolaridade tornou-se um diferencial na vida das crianças a partir do Renascimento, assim, o "ser criança" foi vinculado ao saber ler, decifrar os códigos da leitura. Perspectiva que pode ser identificada no interesse dos adultos para que as crianças estudassem. Enquanto elas eram inseridas no mundo da leitura, processo gradual e lento, também eram inseridas no mundo adulto e nos assuntos que o cercam. Não apenas adquiriam novos conhecimentos, como também passavam por uma lógica e retórica, baseada na seqüência dos fatos. Tem-se assim, a leitura como uma das divisões entre a infância e a idade adulta.

"Em uma centena de leis, as crianças foram classificadas como qualitativamente diferentes dos adultos; numa centena de normas foi-lhes atribuídos um estatuto preferencial e

oferecida proteção contra os caprichos da vida adulta" (Postman, 1999, p.81). Como a criança não estava preparada para os 'segredos' da vida adulta, ela foi protegida através de uma legislação e de entidades públicas preocupas com seu desenvolvimento. A questão da vergonha ganha destaque, como as crianças ainda estavam em formação não poderiam ter contato com todos os assuntos do mundo adulto, o que inclui a sexualidade e o modo dela se comportar com as outras pessoas. "Com o gradual declínio da vergonha ocorre, sem dúvida, uma correspondente diminuição na importância das maneiras" (p.102). Criando-se, através das boas maneiras, uma ordem social hierárquica.

Os jogos e brincadeiras também caracterizam o período da infância, durante muito tempo foram praticados por criança sem a ênfase das regras e competições, apenas pela diversão. Questão que começa a mudar com o surgimento dos campeonatos mirins e toda estrutura que é montada ao redor dele, inclusive as cobranças feitas aos pequenos jogadores.

Em alguns momentos a criança é tratada como uma miniatura de adulto, como um adulto em potencial ou como um pequeno animal um pouco mais evoluído. "Mas criança não é nem bichinho, nem adultinho. Criança é criança. Pode-se dizer que ser criança é um modo de ser humano. E para trabalharmos com crianças mais adequadamente é preciso compreender este modo de ser" (Franco, 1998, p.60). Postura que, ao ser tomada, interfere na construção do conceito de infância.

## **2.2. Infância, Televisão e Internet**

Para Postman (1999), se a impressão propiciou a construção do conceito de infância, a televisão influencia no seu desaparecimento, foi com a ela que se teve uma nova característica, o uso massivo da imagem para se comunicar. Assim, as crianças não precisavam mais decodificar as letras para ter acesso à informação, que antes era restrito ao adulto, elas viam através da imagem as mensagens. Um meio que não usa mais a razão, mas sim a emoção para envolver seus telespectadores, não exigindo uma leitura racional e sua interpretação, mas que apenas sinta o que está sendo passado.

Na televisão também são abordados os mais variados assuntos, ultrapassando os preceitos que envolvem a vergonha. É um 'espaço' onde as crianças presenciam cenas de nudez, sexo e se apropriam do vocabulário do adulto, não tendo a diferenciação e o controle do que é produzido para criança e o que é para adulto. O autor ressalta que desde a Idade Média, as crianças não têm tanto contato com o mundo adulto como no período histórico que estamos.

A violência adulta passou a fazer parte do cotidiano das crianças, tantos os fatos fictícios quanto os do noticiário, que são vistos envoltos em histórias. Mostrando-lhes os

conflitos e inquietações da sociedade, muitas vezes de forma cruel e crua. Nisto, Postman (1999) ressalta que a violência apresentada nos noticiários, dita real, é mais prejudicial que a vista de forma fictícia, pois é colocada como "matéria prima" da realidade social. Enquanto a felicidade da "vida real" muitas vezes está nos comerciais, os mesmo que passam entre as cenas de violência dos noticiários, estimulando o consumo como forma de satisfação.

Como respostas a estas transformações, tem-se a vida sexual e o consumo de álcool iniciando cada vez mais cedo. Além do aumento de crimes, tidos como de adultos, praticados por crianças. Ou mesmo o entretenimento, que se iguala nas diferentes idades, desde o que é visto na televisão até a música que se escuta. Ao mesmo tempo em que estas características da sociedade moderna, impulsionadas pela informação eletrônica, estão diluindo a saída da infância (para a juventude), proporcionando o adulto em miniatura, também está influenciando na formação do adulto infantilizado. "Sem um conceito claro do que significa ser um adulto, não pode haver conceito claro do que significa ser criança" (Postman, 1999, p.112).

O vestuário é um exemplo desta afirmação de Postman, cada vez mais se vê adultos de calçados que imitam bonecos e bichos de pelúcia e meninas de sapato de salto, ou adulto de macacão e meninos de terno. Não ha mais uma separação do que é roupa de criança e o que é roupa de adulto, um se apropriou do vestuário do outro, ao analisar uma criança na televisão ela se veste e fala como um adulto. Outro exemplo está na linguagem, as crianças já dominam as palavras ditas adultas como os palavrões. Também participam de campeonatos com regras, uniforme, premiação e muita disputa, tal qual nos campeonatos profissionais. Ou mesmo nos comerciais, pais e filhos aparentam quase a mesma idade. Como numa metáfora, na qual o adulto não quer deixar de ser jovem e envelhecer e a criança quer virar adulto.

A expansão da Internet e a maior acessibilidade de suas *interfaces* facilitaram o acesso das crianças à Rede. Através dos ícones, ultrapassando a barreira da leitura, elas buscam a informação que desejam e, com os *links*, trocam de páginas com grande facilidade. Considerando-se que o acesso a informação é um dos principais componentes na mudança da definição de infância, tem-se na Internet uma aliada da televisão, que disponibiliza diversos assuntos e fontes de consulta. Contribuindo, assim, para a consolidação das mudanças apresentadas neste capítulo.

Para Tapscott (1999), a mídia digital está propiciando um ambiente aonde as atividades próprias da infância estão mudando radicalmente, influenciando na formação desta nova geração, que chama de "geração digital" ou "geração Net". Ele salienta que através da Internet as crianças estão aplicando e desenvolvendo suas habilidades e, assim,

intensificando-as. “O fato de que N-Geners parecem desenvolver-se mais rapidamente do que gerações anteriores não significa o fim da infância, como deploram algumas pessoas. Na verdade, elas tem um novo mundo para brincar” (p.7).

Como Tapscott descreve, os integrantes desta nova geração são mais independentes, criativos, curiosos e determinados, acham-se onipotentes intelectual e emocionalmente. Estas características estimulam sua capacidade de aprendizagem, pois eles não têm medo de perguntar e experimentar. Socialmente, aceitam a diversidade, convivendo com diferentes raças e crenças e desenvolvendo habilidade na expressão oral. Sua pesquisa também detectou sinais de uma geração crítica, articulada e cosmopolita.

Nisto, tem-se crianças que não dependem mais da orientação dos adultos para buscarem informações, tendo acesso aos mais variados assuntos, como violência, vocabulário ofensivo e vulgar, sexo e consumo. A criança encontra na Internet todo o tipo de mensagem. “O ciberespaço dá às crianças tanto poder quanto aos adultos, mas não dá o mesmo discernimento” (Dyson, 1998, p.91). Este comportamento fortalece o distanciamento da infância idealizada, na qual elas estão protegidas das distorções sociais que cercam os adultos. Por outro lado, se bem orientados, os internautas mirins podem explorar a maleabilidade e interatividade da Internet para vivenciar a infância de maneira mais saudável.

Dentre as opções encontradas na Internet, direcionadas ao público infantil, está o *site* da Turma da Mônica, o qual oferece atividades interativas e lúdicas para seus usuários explorarem. Sua principal atração são os personagens da turma, que em sua grande maioria são crianças. Dentro da análise do conceito de infância, a seguir será descrito o *site* da Turma da Mônica e seus personagens. Também será realizada uma análise dos conceitos anteriormente apresentados e sua relação com os recursos do *site*.

### **3. O Site da Turma da Mônica**

O *site* da Mônica foi um dos primeiros ambientes nacionais direcionados ao público infantil na Rede. Segundo Farjano (1998), a idéia de transportar a Turma da Mônica dos quadrinhos para a Internet partiu do próprio criador, Maurício de Souza, que no começo do segundo semestre de 1996 deu início ao seu processo de produção. “O *site* é um dos mais visitados da Web verde e amarela, registrando em média 100 mil acessos por dia” (p. 24). Maurício de Souza declarou em entrevista à Farjano que sempre procurou criar novidades com seus personagens, encontrando na Internet oportunidades para desenvolver o lado inovador da Turma, para ele a mídia mais viva e moldável que existe.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo instituto Nielsen/Net Ratings durante dezembro do ano 2000 e publicada na Revista Info Exame (Antena Digital, 2001, p.26), entre

os *sites* nacionais de entretenimento, o da Turma da Mônica está em primeiro lugar em número de acesso de páginas, com 12.527.336 vistas. Também está em primeiro lugar em tempo de acesso ao site, com uma média de 24 minutos e 34 segundos, e em audiência está em quarto lugar com 236.516 acessos. Estes dados confirmam a crescente expansão do *site*, também mencionada por Farjano em 1998.

Entre as seções disponibilizadas no site estão: Diversão, Cartões, Revistas, 3D Virtual, Maurício de Souza, Jogos, *Download*, *Chat*, Mural, Quadrinhos, Passatempos, Instituto Cultural, Parque da Mônica, *Help*, Novidades, *English* e Italiano. Nesta perspectiva buscou-se uma das principais seções do *site*, a seção Diversão, para fazer o estudo de caso sobre o conceito de infância presente. Tal escolha foi feita dentro de um contexto em que o divertimento é fundamental para formação de um indivíduo mais saudável. “Brincar tem suas finalidades: diversão, competição, desgaste do excesso de energia e companheirismo – e tudo isto pode ser encontrado na Internet. Os jovens da Geração Net vêem o ciberespaço como um lugar divertido” (Tapscott, 1999, p.155). Como o autor salienta, brincar e se divertir é algo inerente ao homem, que encontra na Internet os recursos para isto.

## 2.1. Personagens

Vilches coloca que a palavra personagens vem do latim *persona*, e quer dizer máscara, que por sua vez tem origem na palavra grega *rol*, que quer dizer personagem dramático. "En todo caso, el personaje aparece como una pieza temática porque organiza las etapas de la narración, construyendo la fábula, orienta la narración en forma dinámica y concentra en el características semióticas que le distinguen de otros personajes" (Vilches, 1997, p.143).

Os personagens da Turma da Mônica serviram como referência para a análise das atividades apresentadas, pois muitas delas exploram as características dos principais personagens durante os desafios. Dentro disto pesquisou-se o histórico dos personagens mais citados, usando como referência o próprio site (Mauricio, 2000). A **Mônica**, que empresta seu nome à turma, representa uma menina forte e decidida, ao mesmo tempo em que tem fama de briguenta apresenta momentos de feminilidade e poesia; está sempre agarrada ao coelho de pelúcia, chamado Sansão, que serve de "arma" contra os meninos, caracterizando suas coelhadas. A **Magali** tem fama de comilona e apresenta um grande apetite, mesmo assim mantém-se magra e apresenta-se de forma feminina; é a única personagem que não vive brigando com a Mônica. O **Cebolinha** é um garoto de cabelos espetados que ao falar trocava o “R” pelo “L”; é parceiro de aventuras da Mônica, a quem vive tentando derrotar com seus ‘planos infalíveis’. O **Cascão** apresenta uma certa ‘mania de sujeira’, destaca-se nos esportes e é o principal amigo do Cebolinha. O **Sansão** é o coelhinho de pelúcia azul, inanimado, é o

bichinho de estimação da Mônica. O **Horácio** é um filhote de Tyrannosaurus Rex, que apresenta um comportamento gentil, amigo e preocupado em auxiliar o próximo, vive na era dos dinossauros. O **Chico Bento** é tido como o primo caipira, junto com seus amigos vivencia as histórias num ambiente pacato do interior. A **Tina** cresceu fisicamente, diferenciando-se dos outros personagens, sua performance apresenta um comportamento sexy, retratando os temas de sua faixa-etária.

### 3.2 Estudo de Caso da seção Diversão do site da Turma da Mônica

Através deste estudo, enfoca-se como é tratado o conceito de infância no ambiente Diversão, caracterizando questões como: o foco dos textos, animações e imagens, noção de vergonha, leitura e escolaridade, família, jogos e brincadeiras, sexualidade, vestuário, consumo, violência e vocabulário. "Sin embargo, los usos y el significado de la imagen parecen depender de la variedad de representaciones de una sociedad que influyen sobre las modalidades de su transformación" (Vilches, 1997, p.14). O que pode ser percebido na temática das atividades.

A análise proposta foi feita nos dias 18, 19 e 20 de fevereiro do ano 2001. Período em que se observou que ao entrar na página principal da Turma da Mônica, a primeira seção disponível no menu superior é a Diversão, dando ênfase para a questão do entretenimento num ambiente virtual direcionado a público infantil. A mesma ênfase pode ser percebida em sua interface colorida com componentes que remetem à infância, como o menu de ajuda, na parte de baixo da página, representado por um trem de brinquedo todo colorido. O trem se repete em todas as páginas do *site*.

A seção Diversão do *site* da Mônica é representada por uma caixa amarela entreaberta, como uma caixa surpresa, por fora é enfeitada com setas e um ponto de interrogação e aparecem dois olhos na pequena abertura. A seção é introduzida pelo texto: "Tudo que é divertido no *site* da Turminha você encontra aqui! Aproveite, de quadrinhos a jogos *online*, temos uma grande variedade de opções. Bom divertimento!". Esta característica na entrada pode ser enfatizada com a concepção de Moraes sobre como envolver o público infantil, pois usa recursos de texto, animação e imagem. "Criança precisa de mensagens claras, com começo, meio e fim, e de enredos simples e pertinentes ao produto e à sensação e emoção que este produto gera" (Moraes, 1994, p.183).

Outra característica encontrada apenas em duas seções do *site*, incluindo esta, é um ícone acompanhando o movimento do mouse, em "Diversão" é o ícone do coelho da Mônica, Sansão. Este recurso transporta o aspecto lúdico para o ambiente analisado. Esta seção

também apresenta subdivisões, que são delimitadas de acordo com o tipo de atividade e as ferramentas oferecidas para sua realização.

No **Passatempo**, as atividades podem ser impressas e não oferecem ferramentas para serem feitas *on-line*. As imagens ressaltam os personagens da Turma e suas características, em alguns casos vinculados a datas comemorativas, dança e música, natureza, brinquedos, esportes e menciona escola algumas vezes. Em sua análise percebeu-se que o consumo e a sexualidade não são mostrados de forma corriqueira, porém os esportes aparecem em forma de competição, como nas corridas em que um deles é o primeiro ou fazendo o gol. Em alguns momentos os personagens vestem roupas diferentes de suas originais.

Em **Quadrinhos**, encontra-se a publicação eletrônica das histórias em quadrinhos da Turma da Mônica. Os Quadrinhos, que lançaram a Turma para o público, não terão analisados seu conteúdo individualmente, apenas de modo geral destacando-o dentro do contexto da seção. Algumas histórias apresentam cenas de violência e consumo, o que não pode ser usado de forma taxativa para todas as tramas, mas que introduz um questionamento sobre estes elementos no contexto da Turma da Mônica. Dividem-se em: Páginas Semanais; Tiras e Histórias Seriadas.

Os **Jogos** apresentam ferramentas para serem explorados *on-line*, ou seja, para os usuários jogarem através da Internet, e em alguns casos podem ser baixados para o computador (através de *download*). Em suas atividades, destaca-se o contato com a natureza, os animais, brincadeiras e a amizade entre os personagens. Os Jogos estão divididos em: Vamos Pintar - ‘Ano Novo’; Ligue os Pontos; Jogo dos 7 Erros; Siga o Som; Jogo da Memória; Guarda-roupa da Mônica; Jogo das Sombras; Jogo das Palavras; Pintar; Toque de Memória; Acerte o Pato; Jogo dos Sete Erros; Derrote o Capitão Feio; Bichinho Virtual Splash; Jogo da Memória e Cebolinha Arqueiro.

Em **Cadastro** o usuário pode se cadastrar para receber informações sobre o *site* da Mônica, podendo imprimir sua carteira com o desenho de um dos personagens. Esta seção serve como um banco de dados para a empresa responsável pelo *site* que passa a ter a catalogação de seus usuários e um meio de fazer propaganda. As mensagens são enviadas pelo correio eletrônico, aumentando o acesso à informação do usuário e estimulando para que ele volte ao *site*. Tapscott (1999) descreve essa característica como uma tendência da publicidade para o público infantil, em que a propaganda torna-se mais rica em informações e apresenta algum conteúdo. Este enfoque também é encontrado na seção **Amigos**. Através deste serviço o usuário pode usar o *site* para trocar correspondências, ao se cadastrar, ele encontra as mesmas questões do cadastro para receber *e-mail*. Com isto, além de proporcionar

o encontro de pessoas, pode-se ter um perfil dos usuários que acessam o *site*, o que influencia na publicidade e em sua negociação. Assim, o usuário, sendo ele criança ou não, também se torna um consumidor em potencial.

Durante a pesquisa na seção **Amigos** também encontrou-se pessoas cadastradas das mais variadas idades, passando, inclusive, dos sessenta anos. Através deste levantamento, pode-se perceber o uso do portal infantil por pessoas adultas, o que recorre a infantilização dos adultos sugerida por Postman.

A seção **Vídeos** apresenta partes de desenhos animados da Turma da Mônica, os mesmos encontrados no mercado para vender. O usuário pode baixar, através de *download*, uma parte da trama, porém para assisti-la completa é necessário adquirir a fita de vídeo. Os vídeos são: A Ilha Misteriosa; O estranho soro do Dr.X; O Plano Sangrento; O Mônico; As Aventuras da Turma da Mônica; A Princesa e o Robô; As Novas Aventuras da Turma da Mônica; Mônica e a Sereia do Rio; Turma da Mônica em o Bicho-papão; Turma da Mônica e a Estrelinha Mágica; Chico Bento, Óia a Onça! e Turma da Mônica Quadro a Quadro.

**Músicas** apresenta a produção fonográfica que envolve a Turma da Mônica. Em alguns casos tem-se a opção de baixar a música para ouvir no computador, em outros, pode-se ouvir direto pela Internet ou, ainda, mostram os discos que tem para vender no mercado. Músicas está dividido em: Cd; MP3; Midi; Rádio e Natal. **Software** apresenta uma estrutura parecida, nele pode-se encontrar a explicação e demonstração dos softwares da Turma da Mônica. Eles não estão para vender no *site*, mas possibilitam que o usuário experimente e queira o software. Esta parte está dividida em: Passatempo Turma da Mônica; Mônica Dentuça; Super-Heróis; Cebolinha e Floquinho; Chico Bento em Um Dia na Roça; Quadrinhos; Screen Savers Turma da Mônica; Screen Savers Turma da Mônica no Espaço e PrintStudio.

Em **Papel de Parede** encontra-se as figuras dos personagens para colocar na tela do computador. Com o mesmo princípio do Screen Savers, possibilita que a imagem da Turma da Mônica fique sempre presente no ambiente do usuário. As imagens destacam os próprios personagens em brincadeiras, esportes, com a natureza, com animais, fantasiados, em datas comemorativas e namorando. O mesmo sistema é apresentado em **Temas para Desktop**, porém disponibiliza um ambiente mais completo para o computador, com os temas, o usuário pode alterar ícones, sons, papel de parede e protetor de tela.

“A linha entre propaganda e conteúdo é cada vez mais difusa, não só pela insinuação dos comerciais no conteúdo, mas também pelo conteúdo insinuando-se nos comerciais” (Tapscott, 1999, p.192). Nesta estrutura, em que não se distingue o que é a propaganda e o que é o conteúdo e, principalmente, em qual dos dois está a diversão, os produtos são

apresentados aos consumidores de forma lúdica, remetendo o prazer a sua aquisição. Isto foi identificado tanto em Vídeos, quanto em Músicas, *Software*, Papel de Parede e Temas para *Desktop*.

A seção **Revistas**: apresenta os produtos impressos disponíveis no Mercado sobre a Turma, após a introdução desta parte tem o *link* para assinar as revistas da Mônica, é o único canal de vendas direto encontrado na seção Diversão. Dentro desta perspectiva, tem-se o usuário tratado diretamente como consumidor. Entre os impressos mostrados estão: Histórias em Quadrinhos; Edição de Aniversário; Álbum e Livros Ilustrados; Revistas de Atividades; Revistas Especiais e Manuais. Também encontrou-se a seção **Manuais**, que leva ao mesmo *link* de ‘revistas’.

### **3.2.1. Análise do conceito de infância apresentado na seção Diversão do site da Turma da Mônica**

As mudanças encontradas no conceito de infância podem ser vinculadas ao maior acesso à informação por parte das crianças. Com a televisão, a informação é transmitida por imagens, o que ultrapassa a barreira da leitura escrita e possibilita a acessibilidade indiferente de o telespectador ser uma criança ou um adulto. Este acesso à informação foi intensificado com a propagação da Internet e de interfaces mais amigáveis. De acordo com Tapscott (1999) o acesso à Internet está influenciando na formação de uma geração mais independente, que interpreta ícones e comandos, sem precisar de adultos, para encontrar as mais variadas informações. Este pressuposto pode ser encontrado na maneira como os temas são abordados nas histórias do Horacio, nas quais percebe-se a abrangência das questões existências e críticas à estrutura social, por exemplo, nas histórias nº5, nº107 e nº109. Enfoque também encontrado na Tira nº200 do Papa-Capim. Os próprios enredos apresentam a aproximação entre a mídia e a criança, incluindo a programação que consomem, como na Tira nº206, que mostra a introdução da Internet no contexto infantil, e no vídeo ‘As Novas Aventuras da Turma da Mônica’, em que a Mônica e o Cebolinha estão vendo um filme de terror na televisão.

Nas ‘Revistas Especiais’ em “Uma história que precisa ter fim” é abordado a questão da droga com personagens infantis e como isto atinge as crianças, um assunto cada vez mais próximo da realidade infantil é tratado com informação. Tem-se assim o aumento ao acesso à informação, que descaracteriza a infância idealizada, mostrando-se necessária para o contexto social que as crianças estão inseridas.

O ideal de infância perfeita está presente em algumas atividades, reforçando uma idéia idealizada de que na infância não existem problemas e contradições. Esta questão pode ser

percebida no Cd “Brincar com o Movimento”, suas músicas ressaltam as características dos personagens, os movimentos, a infância e as brincadeiras características deste estágio. Enquanto no Cd “Turma da Mônica”, o grande destaque está para a infância e sua proteção, o que é ressaltado com a música “Ser criança é bom”.

A estrutura familiar, apresentada por Ariès (1978) como um dos conceitos que influenciam na idealização de infância, é apresentada nos enredos das histórias, reforçando sua importância. Pode-se perceber a noção de família bem nítida na História de destaque da semana “Bem-vinda, Maria Cebolinha!”, sobre o nascimento da irmã do Cebolinha, e no Vídeo “O Mônico”, quando Cebolinha e seu pai conversam no banheiro de manhã e o filho menciona que gostaria de ficar igual ao pai. O mesmo acontece com as histórias “A Turma da Mônica... e a Saúde Bucal”, para o autor, a saúde e higiene trouxeram a criança para o centro da família em decorrência da necessidade de cuidados especiais.

Para Postman (1999), os jogos infantis estão desaparecendo, tamanho seu envolvimento com as regras e competições, tirando o enfoque da diversão e da espontaneidade. “O que temos aqui é o surgimento da idéia de que não se deve brincar só por brincar, mas brincar com algum propósito externo, como renome, dinheiro, condicionamento físico, ascensão social, orgulho nacional” (p.145). Esta concepção destaca-se em alguns jogos analisados, porém não é encontrada de forma predominante. Alguns indícios de competição como cronômetro e pontuação são ressaltados em Jogo das Sombras, Acerte o Pato, Derrote o Capitão Feio, Bichinho Virtual Splash e Cebolinha Arqueiro, uma minoria diante das possibilidades encontradas na seção Diversão deste *site*. As brincadeiras também aparecem em forma de pega-pega, gangorra, corrida e casinha nas histórias e em algumas figuras, o que é encontrado nos protetores de tela. Porém, a competição e o renome são ressaltados no Bichinho Virtual Splash, este jogo usa um ambiente mais complexo de trabalho, nele o usuário pode adotar um bichinho virtual, dar um nome, alimentar, dar carinho, remédio, banho e brincar. Conforme o usuário vai cuidando de seu bichinho, vai ganhando uma pontuação, que será exposta num placar geral, desta forma ele estimula a competitividade, pois o objetivo do jogo torna-se aparecer no placar. Ele tem que ser visitado de dois em dois dias, para não morrer, um recurso interessante para aumentar o acesso ao *site* e assegurar o retorno do usuário.

A questão do consumo é destacada, ressaltando que não está apenas na venda direta aos consumidores, mas em toda uma caracterização do consumo de conceitos, ídolos e valores. De acordo com Postman (1999), na televisão o consumo é apresentado como sinônimo de felicidade, o que está sendo repassado para a Internet. O consumo por crianças aparece nas imagens de forma natural, o que pode ser exemplificado no passatempo ‘Descubra a figura’

nº101, seu enunciado pergunta o que a Mônica vai comprar e apresenta-a com uma nota de dinheiro na mão. No labirinto nº83, novamente aparece a Mônica indo comprar com o dinheiro exposto, a imagem é acompanhada da frase “Ajude a Mônica a comprar um pirulito”; no labirinto nº8 a idéia se repete com a Magali, pedindo ajuda para leva-la ao supermercado. O mesmo ocorre no ‘Ligue os Pontos’ nº61 e na história “Cebolinha é um Boneco”, na qual várias crianças querem comprar o novo boneco.

Enquanto, num outro enfoque, propaga-se a imagem da Turma, para que os usuários tenham-na presente em seus computadores, como ao possibilitar o *download* de protetores de tela e temas para a área de trabalho. No Manual de Receitas da Magali, suas receitas indicam o nome do produto usado, sugerindo a marca Nestlé, por exemplo, tem-se ‘Leite Moça’ ao invés de Leite Condensado, ou ainda ‘Sorvete de Creme Yopa’ e Neston. Este tipo de propaganda também foi encontrada nas ‘Histórias Seriadas’, em que as duas histórias exclusivas para a Internet têm o apoio de outra empresa para estarem no ar. A única venda direta nesta seção, é das revistas impressas, aonde se possibilita que o usuário entre em contato e faça a compra. Como Tapscott (1999) apresenta, a internet é um importante canal de vendas e uma poderosa ferramenta de promoções e propaganda, que trabalha principalmente com conceitos. “Em parte, devido à ‘dianteira desta geração’, cada vez mais os fornecedores ligados a produtos e serviços irão vender aos pais através do marketing dirigido aos filhos” (p.179).

A sexualidade encontrada nas atividades geralmente não é mostrada de forma escancarada. A sexualidade precoce propagada com a televisão, caracterizada por Postman (1999) através de cenas insinuantes e exposição da privacidade, não é apresentada nas imagens que envolvem as crianças, mas em parte ela pode ser identificada nas histórias da Tina. Esta questão pode ser percebida nas figuras e nas páginas semanais, nas quais as cenas de namoros são representadas por mãos dadas, beijo no rosto, expressões faciais, corações e flores. Em ‘Sete-erros’, na figura nº86, aparece um sutil beijo na boca, esta cena não se repete com frequência.

Outro enfoque é o vocabulário usado nos ambientes, tanto no enunciado, quanto no conteúdo das atividades. Não foram encontrados palavras chulas e palavrões nos contextos analisados, apresentando uma linguagem acessível e bem formulada. Esta afirmação pode ser exemplificada pelo ‘Jogo das Palavras’, no qual os temas variam entre animais, cores, flores, frutas, países e personagens.

Para Postman (1999), a falta de delimitação do que é ser adulto e o que é ser criança está alterando a vestimenta dos indivíduos. “A indústria de roupas de criança passou por grandes

mudanças na última década, de modo que o que era outrora inequivocamente reconhecido como roupa ‘infantil’ praticamente desapareceu” (p.142). Esta característica não é percebida de forma enfática, o vestuário varia conforme o contexto da imagem, geralmente os personagens aparecem vestidos com suas roupas convencionais. Em algumas atividades como Pintar e Jogo dos 7 Erros aparecem sugestões de mini-adultos através da vestimenta. Esta característica também se repete no ‘Gibizão’, em que o vestuário é modificado de acordo com a época que se passa a história.

A violência ganhou uma conotação diferenciada com a evolução das imagens, aos poucos está passando a ser mostrada de forma explícita. No vídeo ‘O Plano Sangrento’ aparecem cenas de violência, representadas pelas coelhadas (comuns nos quadrinhos), mas que são agravadas pelo sangue do Cascão e do Cebolinha e pela preocupação da Mônica. O uso de recursos como sangue e socos estão sendo introduzidos nos contextos das histórias lentamente, porém eles não foram detectados nas tramas mais antigas. Este tipo de violência não chega a ser banalizada, pois os personagens que usam-na geralmente são castigados.

Postman (1999) ressalta que conforme o conceito de infância se transforma, os indicadores simbólicos que delimitam esta infância diminuem. Porém, durante a análise, os indicadores usados mostraram-se presentes no contexto da seção como um todo, valorizando a infância e sua idealização na maioria das vezes.

#### **4. Considerações Finais**

A análise da seção Diversão do *site* da Turma da Mônica não traz uma conclusão taxativa sobre as mudanças no conceito de infância que ocorreram na sua produção, o que exigiria uma análise completa do site e outras produções que envolvam a Turma. Porém, deflagra um questionamento sobre as possíveis modificações no conceito de infância nas últimas aventuras e imagens, referentes a questões como consumismo e violência explícita.

O consumo é sugerido em algumas cenas, porém não são constantes ou agressivas. A idéia de consumir é apresentada em imagens lúdicas e referentes a brincadeiras. Em algumas atividades aparecem os personagens comprando ou indo comprar algo, transpondo uma idéia de que as crianças também consomem. Mesmo que os produtos não estejam sendo vendidos diretamente, eles estão ‘expostos’, tratando os usuários do *site* como consumidores em potencial. Apenas no caso das revistas tem-se o *link* para realizar a compra pela Internet.

Nas atividades atuais, as cenas de violência explícita tornam-se mais comuns, introduzindo dúvidas para o posicionamento da coleção. O que antes era representado por coelhadas e sons, começam a ser substituídos por socos, chutes e machucados posteriores. A violência que aparece nas imagens mais antigas não é tão ostensiva e agressiva como nas mais

atuais. Por outro lado, o vocabulário não apresenta modificações, os xingamentos entre os personagens são com palavras mais amenas, como bobo, pestinha, diabinho, dentuça ou chato. Não aparecem palavras de baixo nível e chulas, como palavrões. As ‘brigas verbais’ não adquiriram um caráter adulto.

A natureza e os animais aparecem com frequência, enfatizando a importância de sua preservação e do contato com as crianças. As imagens, áudios e vídeos repassam, ainda, o quanto brincadeiras e jogos são fundamentais para o desenvolvimento das crianças; na maioria das vezes eles aparecem como forma de entretenimento, mas já se têm alguns indícios de competição.

A sexualidade não é mostrada de forma explícita e vulgar, mesmo as cenas de namoro são identificadas por corações, expressões faciais e sutis beijos na boca. O que também pode ser identificado pelo vestuário, geralmente os personagens aparecem com roupas infantis e sem insinuações provocantes do corpo, somente as atividades que envolvem a Tina se diferenciam neste aspecto. O vestuário se modifica quando o enredo é contextualizado em outro ambiente ou quando faz parte da brincadeira.

A noção de família também está presente na maioria das atividades, em alguns casos a estrutura de pais e irmãos é salientada, ressaltando sua importância na formação dos indivíduos. O mesmo acontece com a amizade, que é tratada com grande ênfase pelos personagens. Também é citada a importância da Escola, porém esta varia de acordo com o personagem. Pode-se perceber, principalmente nas músicas, uma visão idealizada de infância perfeita.

No momento em que a comunidade científica acena para as transformações do conceito de infância, com a exposição excessiva de ‘segredos’ da vida adulta pela mídia, pode-se perceber com essa análise que o *site* da Turma da Mônica apresenta características da infância idealizada. De todas as características apresentadas, apenas o consumo é usado de forma exacerbada. Salienta-se assim, a importância do adulto identificar estas mudanças na concepção de infância, para que possa orientar melhor as crianças em suas escolhas. Reconhecendo a infância não por sua nostalgia de uma vida perfeita, sem problemas e sem decepções, como quem projeta seu ideal, mas como um indivíduo que é afetado pela crise de conceitos vivido pela sociedade atual, e que encontra na mídia estímulos que intensificam estas mudanças e antecipam características da vida adulta.

## **BIBLIOGRAFIA**

- ANTENA DIGITAL. **Info Exame**, São Paulo, ano16, n.179, p.26, fev.2001.
- ARIÈS, Philippe. **História Social da criança e da família**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- DYSON, Esther. **Release 2.0: A nova sociedade digital**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- FARJANO, Karine. Dos Quadrinhos para a Web. **Internet World**, Rio de Janeiro, v.3, n.35, p.24-25, jul. 1998.
- FRANCO, Sérgio Roberto Kieling. **O Construtivismo e a Educação**. 7 ed. Porto Alegre, Mediação, 1998.
- MAURICIO DE SOUSA PRODUÇÕES LTDA. **Turma da Mônica**, [online]. Disponível: <http://www.monica.com.br>, [capturado em 18 de fevereiro de 2001].
- MORAES, Susana de. Criança, quem são elas: In: CALLIGARIS, Contardo et alli. **Educa-se uma criança?** Porto Alegre: Artes e ofícios, 1994. p.175-184.
- POSTMAN, Neil. **O Desaparecimento da Infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.
- SILVEIRA, Jacira Cabral da. **Infância na Mídia: sujeito, discurso, poderes**. (dissertação de Mestrado) Porto Alegre: FAGED/UFRGS, 2000.
- VILCHES, Lorenzo. **La Lectura de la Imagen**. 6 ed. Barcelona: Paidós, 1997.
- TAPSCOTT, Don. **Geração Digital**. São Paulo: Makron Books, 1999.