

"ANIVERSÁRIO DA MÔNICA OU FESTA DO MÔNICO?": UMA ANÁLISE DO *ETHOS* FEMININO NA HQ DE MAURÍCIO DE SOUSA

Andreia Cristina da SILVA¹

RESUMO: Este artigo resulta de um trabalho mais amplo que analisa a constituição do *ethos* feminino nas HQs de Maurício de Sousa. Como acreditamos atualmente que nenhum texto é livre de julgamentos e intenções e é no mundo da opinião que tecemos as relações sociais, políticas e econômicas, este trabalho objetiva, na perspectiva da Retórica, analisar a constituição do *ethos* feminino na história “Aniversário da Mônica ou Festa do Mônico?”, através do estudo das estratégias retóricas responsáveis pela eficácia do discurso e por sua força persuasiva.

PALAVRAS-CHAVE: *Ethos*. Retórica. Feminino.

Introdução

O *ethos* tem papel fundamental em qualquer discurso uma vez que objetiva instaurar mundos que se tornam sensíveis através de seu processo de enunciação. Além de informar e divertir, as histórias em quadrinhos têm, junto a outros meios de comunicação de massa, um papel na formação da criança. Conseqüentemente, interferem na maneira como a criança vê o mundo e, neste caso, como vê o feminino.

Maurício de Sousa é o mais bem sucedido autor de histórias em quadrinhos no Brasil. A “Turma da Mônica” constitui-se no conjunto de personagens mais

¹ Programa de Pós-graduação em Linguística, UNIFRAN, Franca, SP, Brasil. deinha-uemg@bol.com.br

popular dos quadrinhos brasileiros. Ela também faz sucesso em revistas editadas em outros países e tem uma tiragem média de 3 milhões de exemplares por mês. Além disso, seus personagens são associados a mais de 5 mil itens, entre eles, roupas, alimentos, brinquedos e materiais escolares. Na historinha analisada, a menina Mônica tem o desejo de ser um menino realizado por uma estrelinha mágica, e todos se modificam. Exceto os pais dela, todos os outros personagens transformam-se no sexo oposto. Desejamos verificar, a partir desta transformação, como se constitui o *ethos* feminino nesta HQ.

O *ethos*

Para Amossy (2005), sempre que alguém toma a palavra constrói uma imagem de si mesmo. Não é necessário que faça um auto-retrato ou se descreva explicitamente: seu estilo, seu jeito de se expressar, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação de si. Essa imagem pode facilitar ou dificultar a aceitação do discurso e ocorre constantemente no nosso dia-a-dia em qualquer ato comunicativo.

Assim, a construção de uma imagem de si constitui-se peça fundamental da retórica e está intimamente ligada à enunciação. Muitos autores ocupam-se do *ethos* e há diversas visões teóricas a respeito dele. Aristóteles (1959), em sua época, já acredita que todo o poder de persuasão está no caráter moral do orador. Barthes (1970 apud AMOSSY, 2005, p.10) conceitua o *ethos* como: “[...] os traços de caráter que o orador deve mostrar ao auditório (pouco importando sua sinceridade) para causar boa impressão [...]”. Já a Pragmática, segundo Amossy (2005), conceitua o *ethos* como o fenômeno discursivo que não deve ser confundido com o sujeito empírico. Oswald Ducrot (1987), por sua vez, introduz o termo *ethos* às ciências da linguagem pela teoria polifônica da enunciação. Ele considera enunciação, a aparição de um enunciado, e não o ato que um sujeito falante produz. Preocupa-se em separar as ficções discursivas, instâncias internas do discurso, do ser empírico que está fora da linguagem. Em resumo, não se interessa pelo sujeito falante real, mas pela instância discursiva do locutor, e eles não são absolutamente a mesma coisa.

O *ethos* está ligado a L, o locutor como tal: é como origem da enunciação que ele se vê investido de certos caracteres que, em contrapartida, tornam essa enunciação aceitável ou recusável. O que o orador poderia dele dizer, como objeto da enunciação, concerne em contrapartida, [...] ao ser do mundo, e não é este que está em questão na parte da retórica de que falo. (DUCROT, 1987, p.201).

Neste trabalho, assumimos o conceito de *ethos* difundido por Aristóteles (1959): o *ethos* que se liga ao caráter que o orador parece assumir diante do auditório. De onde vem a autoridade das personagens femininas de Maurício de Sousa? Como explicar o enorme sucesso que fazem e, conseqüentemente, sua imensa popularidade junto ao público infanto-juvenil? Segundo Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), o orador consegue adesão apoiando-se nos *topoi* (lugares comuns). As personagens da Turma da Mônica exercem grande fascínio sobre as crianças exatamente por ocuparem lugares que permitem uma identificação. Lugares que legitimam e autorizam essas personagens junto ao público leitor, que, uma vez “encantado”, adere ao discurso.

Para Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005), toda argumentação deve ser construída com base no auditório para o qual ela é direcionada. O orador precisa se ajustar a ele pela partilha de valores, evidências, crenças, ou seja, da *doxa* comum. É por esse motivo que as HQs de Maurício de Sousa são tão populares. Elas tratam de temas que crianças e adolescentes conhecem bem: amizade, preconceito, amor...

Um discurso se torna eficaz na medida em que o locutor goza de autoridade diante daqueles que o ouvem. Ele apóia seus argumentos na *doxa* partilhada com os interlocutores e constrói seu *ethos* com base em representações coletivas positivas dos membros do auditório. Para Amossy (2005, p.124): “O orador constrói sua própria imagem em função da imagem que ele faz de seu auditório, isto é, das representações do orador confiável e competente que ele crê ser as do público”.

De acordo com Maingueneau (2005a), a *doxa* compreende, também, o saber prévio que o auditório tem do orador, que se destaca ainda mais se é muito conhecido. É o que ele chama de “*ethos* pré-discursivo”. Quando fala, o orador faz uma idéia de seu auditório e da maneira pelo qual este o percebe; avalia como seu discurso é recebido e esforça-se para confirmar ou reelaborar sua imagem. A posição que o orador ocupa dá-lhe uma legitimidade para falar e contribui para criar uma imagem prévia. As personagens da Turma da Mônica, por serem tão populares, possuem um *ethos* pré-discursivo, pois seus leitores conhecem suas características e esperam delas determinadas ações. Os leitores já têm expectativas em relação às características e atitudes dessas personagens.

***Ethos* cultural: o estereótipo**

O estudo da constituição do *ethos* feminino nesta HQ engloba o conceito de *ethos* cultural: produto do discurso dominante que Amossy (2005) denomina

estereótipo. Para ela, a noção de estereótipo é fundamental ao estabelecimento do *ethos*. Para que a idéia prévia em relação ao locutor e a imagem de si que ele constrói sejam reconhecidas e, portanto, legítimas, é necessário que sejam representações partilhadas culturalmente.

A estereotipagem, lembremos, é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação preexistente, um esquema coletivo cristalizado. Assim, a comunidade avalia e percebe o indivíduo segundo um modelo pré-construído da categoria por ela difundida e no interior da qual ela o classifica (AMOSSY, 2005, p.125-126).

Nesse sentido, tanto a construção de um auditório, quanto a construção de uma imagem de si, na argumentação, passam pela estereotipagem. O estereótipo permite conhecer as formas de pensar de um grupo, e o orador, por sua vez, “[...]adapta sua apresentação de si aos esquemas coletivos que ele crê interiorizados e valorizados por seu público alvo” (AMOSSY, 2005, p.126). A partir desse momento é o receptor quem tem a responsabilidade de construir a imagem do locutor que se apresenta no discurso de forma implícita, indireta, lacunar.

Conforme Maingueneau (2005b), é a noção de *ethos* que permite pensarmos sobre o processo de adesão dos sujeitos a determinadas posições discursivas. Segundo ele, todo discurso possui uma vocalidade específica, que permite associá-lo a uma fonte enunciativa através do tom que dá autoridade ao que é dito.

Esse tom permite ao leitor construir uma representação do corpo do enunciador (e não, evidentemente, do *corpo* do autor efetivo). A leitura faz, então, emergir uma instância subjetiva que desempenha o papel de **fiador** do que é dito. (MAINGUENEAU, 2005b, p.98, grifo nosso).

O fiador constitui-se em uma instância que o leitor constrói através de indícios textuais. A ele são atribuídos um caráter, que implica traços psicológicos, e uma corporalidade, que além da constituição física, contempla também a maneira de se vestir e se movimentar no espaço social. O fiador, através de sua fala, cria para si próprio uma imagem compatível com o universo que construirá em seu enunciado, e, quando o “leitor” se identifica com esse corpo “possuidor” de valores socialmente especificados, ocorre a persuasão. Neste momento, podemos falar do conceito de incorporação: que constitui a ação do *ethos* sobre o co-enunciador. Através da enunciação, o co-enunciador atribui um *ethos* ou “corpo” ao seu fiador, para, em seguida, incorporar sua forma de se colocar no mundo. A incorporação do *ethos* e da sua forma de se inscrever no mundo permite, segundo Maingueneau (2005b, p.100), “[...] a constituição de um *corpo*, o da comunidade imaginária dos que comungam na adesão de um mesmo discurso”. Portanto, conforme o autor, qualquer

discurso implica uma vocalidade e uma relação com um fiador associado a uma corporalidade e a um caráter, mesmo que os discursos não queiram deixar transparecer traços de tal fiador.

A cena de enunciação e a cenografia

Assim, podemos dizer que os “conteúdos” dos enunciados não são independentes da cena de enunciação. Segundo Maingueneau (2005a), não podemos separar a organização dos conteúdos e a legitimação da cena de fala, uma vez que o discurso acontece dentro de uma realidade sócio-histórica. O enunciador está inserido num quadro profundamente interativo, dentro de um meio cultural que distribui papéis e lugares. O discurso cria essa cena de enunciação para poder ser enunciado, e, através de sua enunciação, ele deve validá-la.

Ele postula que a “cena de enunciação” engloba a cenografia. A cenografia deve ser compreendida como a forma de inscrever-se e legitimar-se no discurso, considerando um modo de existência no interdiscurso. Ela só se desenvolverá se puder controlar seu próprio desenvolvimento e se manter uma distância em relação a um co-enunciador. O interlocutor reconstrói a cenografia através da identificação do gênero, da consideração dos níveis da língua, do ritmo, etc. Textos que objetivam persuadir o interlocutor exigem a escolha de uma cenografia adequada, pois precisam persuadir por meio de seu imaginário.

Em uma cenografia, como em qualquer situação de comunicação, a figura do enunciador, o fiador, e a figura correlativa do co-enunciador são associadas a uma cronografia (um momento) e a uma topografia (um lugar) das quais supostamente o discurso surge. (MAINGUENEAU, 2005a, p.77).

Nesse sentido, pensar na cenografia da HQ analisada parece-nos fundamental. Como a mulher é constituída atualmente? Que valores regem sua formação? A mulher moderna está realmente “livre” de padrões tradicionais?

Aniversário da Mônica ou Festa do Mônico? Uma reprodução do *ethos* cultural feminino

Nossa história revela uma discriminação cruel e permitida contra as mulheres que, durante muito tempo, são consideradas inferiores aos homens. Tem havido séculos de submissão da mulher, bem como de prevalência de conceitos do que é

ser feminino formulados sob a perspectiva masculina. Segundo Rago (2006), só no começo do século XX começa a se redefinir o lugar das mulheres na sociedade brasileira. É fato que, atualmente, existe uma mudança em relação ao quadro de discriminação livre a que as mulheres foram submetidas durante tanto tempo. Hoje, elas trabalham, estudam, escolhem seus maridos, deixam seus maridos, decidem se querem ter filhos ou não, entre tantas outras conquistas. Porém, ao mesmo tempo, são herdeiras de idéias antigas constantemente renovadas de que as mulheres devem ser dóceis e nascem para ser boas donas de casa, esposas e mães, e, por isso, são “naturalmente” diferentes dos homens.

[...] há brinquedos básicos que falam o idioma da humanidade inteira, e para estes não há possibilidade de passar da moda nem de época [...] uma menina é uma pequena mãe, e uma boneca sempre terá guarida em seus braços [...] um menino estará sempre por aquilo que reclamam sua destreza desportiva [...] Uma pessoa que vai fazer um presente de um brinquedo [para uma criança] deve procurar o simples, o que responda ao natural instinto da criança... (JORNAL DAS MOÇAS, 08 jun. 1953 apud BASSANEZZI, 2006, p.609).

De início, o título desta história nos intriga: “**Aniversário** da Mônica ou **Festa** do Mônico?” (grifo nosso) Por que aniversário para menina e festa para menino? No dicionário Aurélio encontramos as seguintes definições: **Aniversário**: *sm.* Dia em que faz ano (s) que se deu certo acontecimento, ou que se completa (m) ano (s). **Festa**: *sf.* 1. Reunião alegre para fim de divertimento. 2. Solenidade, comemoração. 3. Dia santo. 4. Regozijo, alegria. Assim, encontramos um primeiro indício do *ethos* cultural: as mulheres reúnem-se para “celebrar” o memorial de uma data especial, ao passo que os homens reúnem-se com o objetivo de divertirem-se.

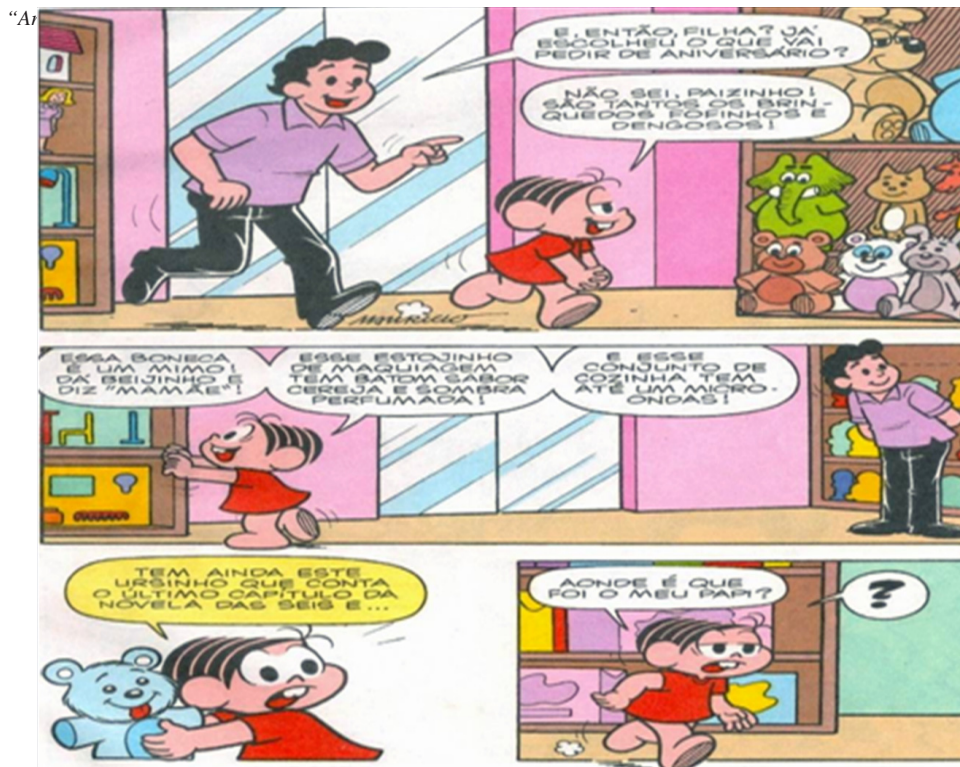


Figura 1

(SOUSA, 2006, p.3)

Logo no início da história, percebemos, pela linguagem da garota, um *ethos* que revela a doçura e meiguice que uma mulher tradicionalmente deve manifestar. O uso exagerado de diminutivos e adjetivos revela uma linguagem “melosa” tida culturalmente como feminina: “paizinho”, “fofinhos”, “dengosos”, “mimo”, “beijinho”, “estojinho”, “ursinho”, “papi”.



Figura 2

(SOUSA, 2006, p.4)

Para Dowling (1986), quando crianças, as garotas adquirem a definição de feminilidade a partir da observação do comportamento das mulheres que vivem ao seu redor. A partir daí, elas percebem o que é esperado delas. Os brinquedos desejados pela garota são tradicionalmente considerados brinquedos de menina: “estojinho de maquiagem”, “conjunto de cozinha”, “ursinho” que remetem e preparam para o papel tradicional da mulher: deve cuidar da beleza, da casa e, principalmente, dos filhos.



Figura 3

(SOUSA, 2006, p.5)

Ainda segundo a autora, se a garota decidir contrariar essa expectativa, assume o risco de uma decisão tão perturbadora que se constituirá para ela numa crise moral. A menina que cresce vendo a mãe e outras figuras femininas ao seu redor envoltas em assuntos domésticos, pode acabar interiorizando que quaisquer outros papéis para as mulheres são não-naturais e imorais. O condicionamento da menina é tão natural que elas nem sequer cogita brinquedos considerados masculinos, não vê utilidade, nem graça neles: escolhe uma boneca com um salão de beleza mantendo o *ethos* da meiguice que a mãe (extremamente zelosa do lar) prontamente aprova: “Mas que coisa meiga!”.

Atualmente, muitas mulheres trabalham fora de casa. Porém, segundo Rago (2006), desde o início do século passado, quando as mulheres começaram a sair de casa para trabalhar, muitos teóricos passaram a pregar que o trabalho da mulher fora de casa destruiria a família, tornaria os laços familiares mais fracos e debilitaria a raça, porque as crianças cresceriam mais livres, sem a vigilância constante e cuidadosa das mães. Além do mais, ao trabalhar fora do lar, as mulheres deixariam de ser mães dedicadas e esposas carinhosas, e, muitas deixariam de se interessar pelo casamento e pela maternidade.

O papel de uma mãe não consiste em abandonar seus filhos em casa e ir para a fábrica trabalhar, pois tal abandono origina muitas vezes conseqüências lamentáveis, quando melhor seria que somente o homem procurasse produzir de forma a prover as necessidades do lar. (JORNAL A RAZÃO, 29/07/1919 apud RAGO, 2006, p.585)



Figura 4

(SOUSA, 2006, p.5)

Neste aspecto, vale a pena destacar que nas histórias de Maurício de Sousa as mães não trabalham fora de casa. São os maridos que as sustentam. Elas normalmente aparecem com aventais e estão constantemente envolvidas nas atividades do lar, no cuidado com os maridos e filhos. Muitos acreditam que a dependência financeira é um direito das mulheres justamente por elas serem mulheres. Em troca, devem devotar-se a casa e orgulhar-se de sua capacidade em limpar, organizar, receber e criar filhos. Portanto, a mãe da Mônica constitui-se num modelo absolutamente tradicional para a filha.

Para Dowling (1986), mesmo as mulheres mais independentes manifestam uma dependência da figura masculina, irmão, pai, namorado, marido. Para ela, as mulheres nunca foram treinadas para a liberdade, mas para o oposto: a dependência. A necessidade de apoiar-se em alguém ou de serem protegidas, alimentadas e cuidadas perdura através de suas vidas, clamando por satisfação, sem serem anuladas pela necessidade igualmente presente de auto-suficiência.



Figura 5

(SOUSA, 2006, p.6)

Mônica, que sustenta a imagem de uma menina moderna e auto-suficiente, sente-se absolutamente insegura diante da possível preferência do pai por um menino. No seu interior, oculta incertezas e o medo de perder a sua figura masculina. Conforme Dowling (1986), há no inconsciente feminino o pensamento de que a mulher só pode ser aquilo que seu homem espera, e, portanto, não pode frustrar sua expectativa em relação a ela. A necessidade de atender as expectativas do pai oculta na menina o desejo de ser um garoto. “É o estilo das pessoas em estado de absoluto terror, como a mulher tão inundada por sentimentos de vulnerabilidade (por causa de seu sexo) que quase preferiria ser homem” (DOWLING, 1986, p.69).



Figura 6

(SOUSA, 2006, p.7)



Figura 7

(SOUSA, 2006, p.9)

Ao acordar como menino, o vocabulário da Mônica (agora Mônico) se transforma: não há mais o uso de diminutivos doces e meigos reforçando o estereótipo de que as mulheres devem comportar-se diferentemente dos homens: “Que doideira!”, “Só não respondo se alguém zoar com a minha cara!”.



Figura 8
(SOUSA, 2006, p.13)



Figura 9
(SOUSA, 2006, p.12)



Figura 10
(SOUSA, 2006, p.17)



Figura 11
(SOUSA, 2006, p.14)

O mesmo ocorre com todas as personagens: Magali aparece como Magalão e com uma linguagem absolutamente descuidada: “Fala aí, barango! O arrancabo já começou? Tomara que sim! O meu bucho já tá revirado de tanta fome!”. Os “antigos” meninos, ao contrário, assumem um comportamento feminino estereotipado e demonstram uma preocupação com o vocabulário que devem usar. “Cascona” considera “lavada” um palavrão e reforça que meninas não devem se comportar assim: “Sem usar nomes feios Cebolilda! Você não tá na sua casa”. Mônica também se repreende ao dizer palavrões: “Ups! Mas eu já tô ficando boca suja como os meninos!” E os adjetivos ficam por conta da antiga Turma do Bermudão: “divina”, “maravilhótima”. Os papéis se invertem, mas o estereótipo é o mesmo: as meninas devem falar de forma meiga, graciosa, educada, com vocabulário adequado, ao passo que os meninos não precisam ter esses cuidados.

Bassanezi (2006, p.612-613) afirma que, no século passado, “[...] os homens procuravam para esposa uma pessoa recatada, dócil, que não lhes trouxesse problemas – especialmente contestando o poder masculino – e que se enquadrasse perfeitamente aos padrões da boa moral”. Nestes quadrinhos, percebemos a reprodução do mito de que a fragilidade é uma qualidade feminina.



Figura 12

(SOUSA, 2006, p.12)



Figura 13

(SOUSA, 2006, p.21)

“Mônico” é severamente repreendido por bater nas meninas: “Você não sabe que não se bate em damas, rapazinho?” Cebolinha, Cascão e Xaveco que, depois de transformados em garotas, assumem um comportamento feminino muito estereotipado não se constrangem em assumir tais características e necessidades: “Não sabia que ele **ela** defensor das **flágeis e desplotegidas!!**”. Para Dowling (1986), a mulher vive em meio a muitos medos. Ela tem medo de represália por parte daqueles de quem discorda, de ser criticada por fazer algo errado, de dizer “não”, de explicitar as próprias necessidades claramente. Segundo ela, esses medos existem porque as mulheres, muitas vezes, são criadas de modo a acreditar que cuidar de si mesmas não é feminino. Elas desejam intensamente ser atraentes, não ameaçadoras, doces, enfim, “femininas”.

A dependência, por sua própria natureza, gera a baixa auto-estima. De acordo com Dowling (1986), estudos comparativos da variável gênero sexual mostram que as mulheres se julgam com características mais negativas do que os homens. Elas se preocupam obsessivamente com sua aparência e com o quanto são atraentes.



Figura 14

(SOUSA, 2006, p.15-16)

O discurso dominante diz que as mulheres devem cultivar seu corpo, elas devem ser magras, bonitas e elegantes. Mônica sempre fica muito irritada quando é chamada de gorducha, dentuça e baixinha. Mesmo quando está como menino não aceita ser chamada de “bola” e é enfática: “Ainda não perdi minha feminilidade!”. Temos aqui a idéia de que a feminilidade está associada ao padrão de beleza ocidental.

Percebemos, no *corpus*, a reprodução do modelo que prega que homens e mulheres não devem valorizar as mesmas coisas, tudo deve ser sistematicamente diferente. As mulheres precisam ser educadas de forma a não reproduzir gostos masculinos. Segundo Dowling (1986), os comportamentos reforçados nas meninas

não são reforçados nos meninos. A maioria dos atos que se considera “bom” em meninas é considerado repulsivo para os meninos.

Timidez e fragilidade, ser “bem comportada” e quieta, e depender dos outros para obter auxílio e apoio são coisas julgadas naturais – senão desejáveis – nas meninas. Os meninos, em contrapartida, são ativamente desencorajados a apresentarem formas dependentes de relacionamento – elas os tornam “maricas”. Gradualmente, diz Judith Bardwick, “o filho é forçado a apresentar comportamentos independentes e “recompensado por isso”... (DOWLING, 1986, p. 92-93).



Figura 15

(SOUSA, 2006, p.19)

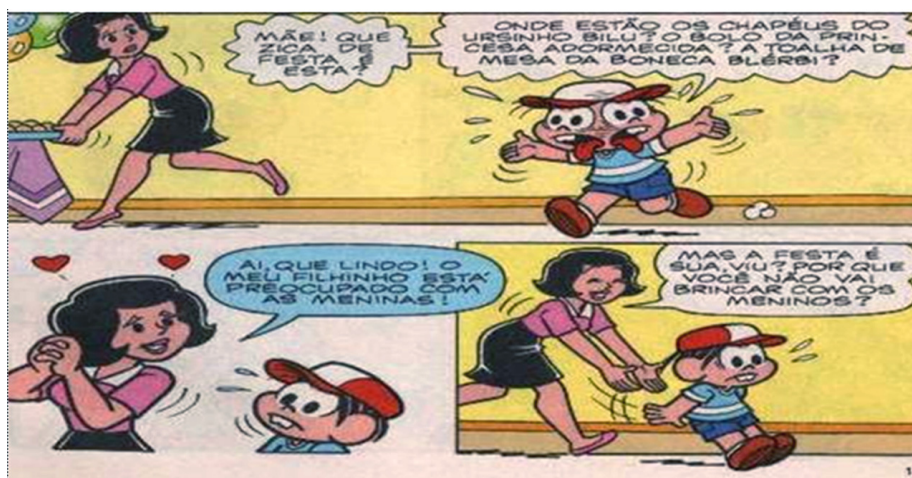


Figura 16

(SOUSA, 2006, p.19)

Percebemos na história a manutenção desse ponto de vista. A festa repleta de “delicadezas” planejada por Mônica desaparece, nada é aproveitado: “Onde estão os chapéus do ursinho Bilu? O bolo da princesa adormecida? A toalha de mesa da boneca Blérbi?”.

Afinal, tradicionalmente, meninos devem gostar de coisas mais “imponentes” e agressivas que contribuam para sua independência, como super-heróis e espadas, que também os preparam para seu papel na sociedade.

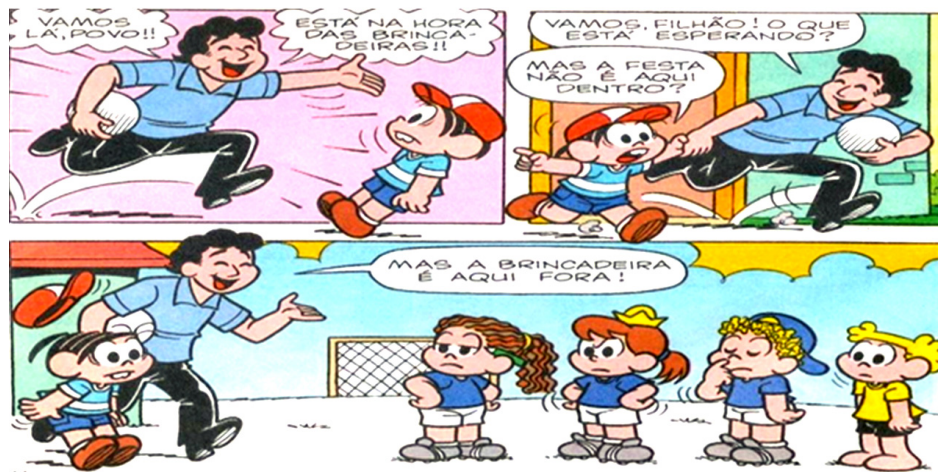


Figura 17

(SOUSA, 2006, p.14)



Figura 18

(SOUSA, 2006, p.15-16)

Desde crianças as meninas são condicionadas a comportamentos distintos dos meninos. Nesta história, elas não participam da partida de futebol com eles, ao contrário, ficam em grupo conversando discretamente. É senso-comum dizer que as mulheres gostam de fofocas e este mito é reforçado nestes quadrinhos: “Sou me-ni-na! Adoro fofocas e...”.



Figura 19

(SOUSA, 2006, p.23)

Idéias tradicionais sobre o que é desejável nas mulheres continuam a prevalecer na população masculina. Para Dowling (1986), os homens não procuram mulheres profissionais que possam se desenvolver com tanta sofisticação e independência quanto eles. O discurso masculino prega que mulheres não devem desejar ser como os homens, porque as consequências não são boas: “Ai, ai! Em que fria eu fui me meter? Por que fui pedir isto?”.

Lugar de mulher é o lar [...] a tentativa da mulher moderna de viver como um homem durante o dia, e como uma mulher durante a noite, é a causa de muitos lares infelizes e destroçados. [...] Felizmente, porém, a ambição da maioria das mulheres ainda continua a ser o casamento e a família. Muitas, no entanto, almejam levar uma vida dupla: no trabalho e em casa, como esposa, a fim de demonstrar aos homens que podem competir com eles no seu terreno, o que freqüentemente as leva a um eventual repúdio de seu papel feminino. Procurar ser a noite esposa e mãe perfeitas e funcionária exemplar durante o dia requer um esforço excessivo [...]. O resultado é geralmente a confusão e a tensão reinantes no lar, em prejuízo dos filhos e da família. (Querida, nov. 1954 apud BASSANEZI, 2006, p.624).

De acordo com Dowling (1986), as mulheres, apesar de, muitas vezes, tentarem esconder, ainda apresentam propensões à dependência que se encontram profundamente enraizadas nelas. Esse fato afeta o modo pelo qual pensam, agem e falam. Mesmo as mulheres aparentemente repletas de sucesso em suas vidas profissionais e privadas apresentam tendência a subordinarem-se a outras pessoas e se tornarem dependentes delas. A menina Mônica só abandona o desejo de ser um menino, nesta história, quando descobre que se encontra no modelo aspirado pelo pai: “Então tá tudo certo!”.



Figura 20

(SOUSA, 2006, p.25)

A partir deste momento, ela tem a permissão para ser uma menina, pois tem a aprovação do sexo masculino para que o seja. Então é só pedir para a velhinha do bolo que a transforme de novo. E..., num passe de mágica tudo volta ao normal.



Figura 21

(SOUSA, 2006, p.27)

Considerações finais



Figura 22

(SOUSA, 2006, p.28)

Mônica é “autorizada” pelo pai a ser como deseja, porém, não é uma permissão absolutamente sincera e real. Ela não está livre dos padrões tradicionais

e deve seguir o modelo socialmente aceito: “Você tem que ser delicada, meiga e graciosa! Uma menina como eu sempre quis!”.

Assim, a constituição do *ethos* feminino nesta HQ revela um modelo criado e repetido há séculos e que se materializa linguisticamente. Percebemos, portanto, que o discurso é determinado por fatores sociais, e o que está na memória das personagens é causa de algo exterior e independente delas. Elas possuem um modelo pré-estabelecido com representações sobre comportamentos, desejos, atitudes e crenças. São representações pertencentes ao grupo social do qual fazemos parte, e que estão, inconscientemente, presos a resquícios da sociedade patriarcal.

SILVA, Andreia Cristina da. “Mônica’s birthday or Mônico’s party?”: a feminine *ethos* analysis in Maurício de Sousa’s Hq. **Revista do Gel**, São Paulo, v.5, n.1, p. 161-179, 2008.

ABSTRACT: *This paper is the result of a more detailed research that analyzes the feminine ethos’ constitution of Mauricio de Sousa’s HQs. As nowadays we believe that no text is free from judgments and intentions and since we build the social, political and economic relations in the opinion’s environment, this text intends, under the Rhetoric perspective, to analyze the feminine ethos’ constitution in the story: “Mônica’s Birthday or Mônico’s Party? through the study of the rhetoric strategies responsible for the discourse’s efficacy and its persuasive force.*

KEYWORDS: *Ethos. Rhetoric. Feminine.*

Referências

AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.

ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1959.

BASSANEZI, C. Mulheres dos anos dourados. In: PRIORI, M. D. (Org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2006. p. 607-639.

DOWLING, C. **Complexo de Cinderela**. Tradução de Amarylis Eugênia F. Miazzi. São Paulo: Melhoramentos, 1986.

DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987.

“Aniversário da Mônica ou Festa do Mônico?”: uma análise do ethos feminino na HQ de Maurício de Sousa

MAINGUENEAU, D. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso**. São Paulo: Contexto, 2005a.

_____. **Análise de textos de comunicação**. 4.ed. Tradução de C. P. de Souza e Silva e D. Rocha. São Paulo: Cortez, 2005b.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. Tradução de M. E. A. P. Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RAGO, M. Trabalho feminino e sexualidade. In: PRIORI, M. D. (Org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2006. p.578-606.

SOUSA, M. de. **Mônica**. São Paulo: Globo, n.237, 2006.

