

Baixinha, Gordinha e Dentuça: Análise do projeto Donas da Rua da Turma da Mônica¹

Fernanda Simplicio dos SANTOS²

Maria Andreia dos SANTOS³

Isadora Meneses RODRIGUES⁴

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

Resumo

Este artigo tem por objetivo analisar o projeto Donas da Rua, mostrando como o ciberativismo feminista está presente no projeto que é veiculado no perfil oficial da Turma da Mônica na rede social *Facebook*. Para o estudo da representação do ciberativismo feminista no projeto Donas da Rua, optamos por fazer uma análise qualitativa das imagens e mensagens publicadas no *Facebook*. Partimos da hipótese de que as mensagens estimulam o empoderamento feminino para as meninas e mulheres que acompanham as histórias em quadrinhos da Turma da Mônica. Para compor a análise, utilizamos como base teórica os estudos sobre mídias sociais de Raquel Recuero (2009) e as pesquisas de Maria Inês Ghilardi Lucena (2010) sobre representação feminina. Além disso, para auxiliar a pesquisa, contamos com um conjunto de informações cedidas pela Maurício de Sousa Produções em entrevista realizada por nós no ano 2016.

Palavras-chave: Feminismo; Mônica; Donas da Rua; Redes Sociais; Turma da Mônica.

Introdução

O surgimento da internet é um dos principais exemplos da revolução tecnológica que marcou o século XX. Essa e outras tecnologias alteraram profundamente o cotidiano das pessoas, intensificando as trocas culturais e permitindo um maior intercâmbio de informações. Devido a essas transformações, em meados dos anos de 1990 começou a surgir um movimento global que via a internet como um local apropriado para mostrar a representatividade das diferentes ideologias. Esse movimento é denominado ciberativismo, termo que, como aponta a pesquisadora Livia Moreira Alcântara a seguir, vem sendo utilizado de forma pouco rigorosa pelos estudos da área.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 4º semestre de Jornalismo da UFCA, email: nandasimplicio17@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º semestre de Jornalismo da UFCA, email: andreiajornalismoufca@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora Mestre do curso de Jornalismo da UFCA, e-mail: isadora.comunicacao@gmail.com

O conceito de ciberativismo, termo escolhido como agregador de todas estas variações vem sendo utilizado de forma pouco criteriosa para designar a utilização da internet e das novas mídias em ações de cunho político, sem o desenvolvimento sistemático do conceito. (ALCÂNTARA, 2013, p.01)

A propagação do ciberativismo é evidente nos últimos tempos, principalmente com a ascensão das redes sociais. Levando isso em consideração, o grupo da Maurício de Sousa Produções, produtora de uma das maiores histórias em quadrinhos do Brasil, a Turma da Mônica, resolveu investir em uma nova ideia para uma plataforma muito utilizada pelas crianças e jovens do século XXI, a rede social *Facebook*. No ano 2016, o grupo lançou o projeto Donas da Rua, que consiste em dar visibilidade e representação feminina para as meninas e mulheres que acompanham a trajetória da personagem principal das histórias em quadrinhos, a Mônica. Em parceria com a ONU Mulheres, o projeto que incentiva as meninas a serem como elas querem tem a pretensão de criar um site colaborativo para a formação de ideias das leitoras.

A análise do projeto Donas da Rua busca mostrar como o ciberativismo feminista é representado no projeto por meio das redes sociais. Para o desenvolvimento de estudos sobre redes sociais, teremos como base as pesquisas de Raquel Recuero (2010) sobre as mídias sociais e os estudos sobre representação feminina de Maria Inês Ghilardi Lucena (2010). Além disso, esta pesquisa tem como fonte as informações cedidas pela Maurício de Sousa Produções, o MSP, sobre o projeto. As informações foram obtidas por nós em entrevista realizada no dia 06 de Julho de 2016, por *e-mail*, com a diretora- executiva da MSP, Mônica Sousa.

Para o estudo sobre com o projeto Donas da Rua se utiliza do ciberativismo feminista para conscientizar seus leitores sobre o papel da mulher na sociedade, optamos por fazer uma análise qualitativa das imagens e mensagens publicadas no Facebook e replicadas no Instagram da Turma da Mônica. Partimos da hipótese de que essas mensagens estimulam o empoderamento⁵ feminino para as meninas e mulheres que acompanham ou acompanhavam as histórias em quadrinhos da Turma da Mônica.

Ciberativismo e Redes Sociais

⁵ A palavra empoderamento é uma conjugação do verbo ‘empoderar’, bastante utilizada pelo movimento feminista nos últimos anos. Segundo o dicionário Aurélio empoderar significa “dar ou adquirir poder”.

O ciberativismo começou a ganhar notoriedade nos anos de 1990, com a ascensão da Internet. Esse movimento de realizar um ativismo por meio dos seus próprios aparelhos de comunicação, como *smartphones* e computadores, possibilitou ao usuário a visualização dos movimentos sociais emergentes no seu cotidiano, com formato dinâmico e rápido de se obter a informação.

O Zapatismo, 1994, e as Manifestações Sociais de junho de 2013 são exemplos de movimentos sociais emergentes da comunicação via Internet que alcançaram seus objetivos através deste formato de ativismo nas redes. Estar presente e defender ideologias nas pluralidades da internet é uma atitude, por vezes, criticada pelas pessoas que defendem a luta social de forma presencial, por ser considerado cômodo, mas que surte em resultados com uma resposta rápida perante os acontecimentos ou confrontos.

O Movimento Zapatista aconteceu no México, no estado de Chiapas, em 1994, por meio da manifestação do EZLN (Exército Zapatista da Libertação Nacional) contra o NAFTA (Tratado Norte-Americano de Livre Comércio). Formado por camponeses e índios, eles lutavam por uma gestão democrática do território e pela partilha da terra e da colheita entre a população. O movimento sofreu uma dura repressão por parte do Estado, e consequentemente pela imprensa. A Internet então serviu como a principal ferramenta para quebrar o bloqueio imposto pelas redes de comunicação de massa locais e conseguir enviar mensagens sobre o que estava acontecendo em Chiapas para todos, configurando assim um marco para a utilização da Internet e introduzindo o ciberativismo para o mundo.

Nas Jornadas de Junho de 2013, as manifestações populares eram, em sua maioria, mobilizadas via redes sociais. Foi o uso da internet como ferramenta alternativa aos veículos hegemônicos que propiciou a cobertura e discussões paralelas à mídia convencional sobre os acontecimentos e temas envolvidos. O grande destaque na época foi a experiência da Mídia Ninja (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação), que, articulada ao Movimento Passe Livre nos protestos contra o aumento das passagens, marcou um novo momento para a história das mídias alternativas no Brasil: o ciberativismo. Durante o período dos protestos, a Mídia Ninja passou a pautar a mídia corporativa e os telejornais, filmando e obtendo imagens exclusivas do enfrentamento dos manifestantes com a polícia.

Silveira (2010, p.31) define o ciberativismo como um conjunto de práticas em defesa de causas variadas realizadas por meio da Internet. Dessa forma, o ciberativismo proporcionou que as defesas de causas específicas se tornassem ideias a serem discutidas,

isto é, que a contribuição das redes é um dos adventos comunicacionais estabelecidos pelos seus participantes a partir das suas ideias e pensamentos.

Segundo Alcântara (2013), um dos grandes problemas no estudo sobre o ciberativismo é a forma de como o tema é abordado, sendo considerado algo novo pelas mídias digitais e por seus participantes. Além disso, o ciberativismo levou consigo a fama de mídia radical por causa dos seus usuários, que normalmente são ativistas assíduos dos movimentos sociais, ocasionando preconceito com o formato de manifestação via Internet. Contrapondo esta ideia de precaução ao ciberativismo, Renata Parente (2014) diz que cabe ao espectador/receptor entender o que é alternativo e ativista, de acordo com seu olhar, sem apontar aspectos sobre precaução ou cautela.

Raquel Recuero (2009) explica que as interações e os laços sociais são elementos primordiais para a construção da narrativa dentro das redes sociais, que fazem uso das novas tecnologias de comunicação e informação para propor aos seus usuários refletirem sobre suas relações sociais. Como consequência, podemos perceber que a grande maioria dos sites e blogs oferece interação com as redes sociais mais acessadas pelos usuários da internet. O Facebook, por exemplo, criado em 2004, é uma das principais redes sociais a fomentar dentro das suas comunidades a constituição de páginas de fãs para integrar pessoas com pensamentos semelhantes em um mesmo espaço/tempo.

Estudar a interação social compreende, deste modo, estudar a comunicação entre os atores. Estudar as relações entre suas trocas de mensagens e o sentido das mesmas, estudar como as trocas sociais dependem, essencialmente das trocas comunicativas. (RECUERO, 2009, p. 31).

O ciberativismo, apesar de todas as críticas construídas ao seu redor, foi beneficiado com a chegada das redes sociais no cotidiano das pessoas, pois a interação proporcionada pelas formas de comunicação na Internet fez com que esse ativismo eletrônico ganhasse força mediante o tema a ser discutido. André Lemos (2012) argumenta sobre cibercultura, respingando, automaticamente, no ciberativismo.

A Internet das Coisas é, de acordo com CERP 2009 (Cluster of European Research Projects on the Internet of Things), uma infraestrutura de rede global dinâmica, baseada em protocolos de comunicação em que “coisas” físicas e virtuais têm identidades, atributos físicos e personalidades virtuais, utilizando interfaces inteligentes e integradas às redes telemáticas. As coisas/objetos tornam-se capazes de interagir e de comunicar entre si e com o meio ambiente por meio do intercâmbio de dados. As coisas reagem de forma autônoma aos eventos do “mundo real /

físico” e podem influenciá-los por processos sem intervenção humana direta. (LEMOS, 2012, p.19 – 20).

A Internet das Coisas conceituada por André Lemos é a mesma Internet que coloca a dicotomia de expressão para os seus atores (de permanecerem ou não presentes em suas atividades na Internet em busca da propagação do seu ativismo). O ciberativismo se beneficia dos elementos culturais ao seu redor, das coisas que lhe cercam para se tornar um agente mais dinâmico e eficaz, trazendo a significação da disseminação da ideia, através de elementos básicos no cotidiano dos seus atores.

Feminismo e Turma da Mônica

O movimento Feminista no Brasil ocorreu de maneira tardia se comparado aos movimentos internacionais da Europa e América do Norte. Na década de 1960, o início do ativismo do movimento feminista, conhecido como Luta de Liberação das Mulheres, é marcado como a segunda onda do movimento ao passo que o Brasil passava por um período político conturbado marcado pelo Golpe Militar de 1964.

Nessas circunstâncias, o movimento feminista surge abertamente no Brasil somente em 1975, declarado pela ONU como o Ano Internacional da Mulher, em um contexto de resistência das mulheres e luta política contra o regime militar. Segundo a antropóloga Cynthia A. Sarti , nesse período as mulheres adotaram um novo comportamento:

Sem uma proposta feminista deliberada, as militantes negavam o lugar tradicionalmente atribuído à mulher ao assumirem um comportamento sexual que punha em questão a virgindade e a instituição do casamento, “comportando-se como homens”, pegando em armas e tendo êxito neste comportamento (SARTI, 2001, p.33).

Embora o Movimento Feminista só tenha ganhado força e representatividade em meados dos anos de 1970, o cartunista Mauricio de Sousa vinha, anos antes, levantando temas importantes para esse movimento social.

Em 1963 ele cria sua primeira personagem feminina para estreiar na tirinha do Cebolinha, a Mônica. A garotinha, inspirada na sua filha Mônica Sousa, desde o princípio já possuía um comportamento considerado diferente para as meninas da época.



Figura 1 - Primeira aparição da Mônica, publicada na Folha da manhã, atual Folha de S. Paulo, em 1963.

Como podemos perceber pela tirinha acima, a personagem Mônica está parada na calçada quando o Cebolinha se aproxima e a manda sair da frente, pois para o Cebolinha ela está atrapalhando a sua brincadeira de ‘equilibrista’. A Mônica não gosta do que ouve e bate nele. Dessa forma, a Mônica, já na sua primeira aparição, revela características de uma menina forte, destemida e que não é de receber ‘ordens’ sem reagir à altura.

Mônica, a cada nova publicação, demonstra o quão é incisiva e livre para tomar suas próprias decisões e, mesmo indo contra o estereótipo de feminilidade da época, rapidamente consegue ganhar o gosto do público e passa a ser a principal personagem do cartunista. Fato que o leva, a criar outras personagens femininas, como a Magali e a Rosinha, no espaço onde antes só havia personagens masculinos.

Segundo a Mauricio de Sousa Produções, criadora da marca Turma da Mônica, desde sua criação a companhia já vendeu mais de um bilhão de revistas, responsáveis pela alfabetização informal de milhões de brasileiros.

Com esse alcance abrangente de público, é válido dizer que as personagens quebram padrões ao levar os leitores, sejam adultos ou crianças, a questionarem sobre os comportamentos que são designados para meninos e meninas. Lucena (2010) aponta que as representações de gênero na mídia:

Na literatura e em outros lugares sociais geram reflexões sobre a identidade do sujeito da atualidade. Os conceitos de gênero social e de identidade dividem opiniões, visto que as questões que os envolvem são bastante complexas e não foram vistas, sempre, da mesma forma. (LUCENA, 2010, p.01).

Essas reflexões sobre identidade elaboradas por Lucena (2010) podem ser analisadas na tirinha da Mônica a seguir, onde a mesma se encontra em uma situação atípica. Na tirinha, os papéis definidos como sendo próprios do gênero feminino são questionados, uma vez que ela demonstra não ter medo de encarar os que estão duvidando de sua coragem.



Figura 2 - A personagem deixa evidente a sua capacidade de encarar qualquer pessoa ou animal ao ponto de até o seu coelho de brinquedo sair correndo.

Na tirinha a seguir o Cebolinha questiona qual é o segredo da Mônica para fazer tanto sucesso, mesmo ela se comportando de uma maneira não convencional.



Figura 3 - A Mônica respondendo ao Cebolinha o segredo do seu sucesso.

A personagem vem, desde seu lançamento e a cada diálogo, sendo colocada em situações onde sua personalidade é destacada por sempre reagir de maneira inesperada ou até mesmo ‘incomum’ para uma garota. O fato de seu comportamento ser incisivo, direto e por vezes violento não atrapalhou a popularidade da Mônica, muito pelo contrário, impulsionou.

Lucena (2010) afirma que a construção das identidades de homens e mulheres se manifestam no discurso sobre as práticas sociais. Nesse sentido, a Turma da Mônica consegue trabalhar questões de gêneros ao trazer situações em que uma menina reage de uma forma inesperada, em seu meio social, seja com os amigos, seja na rua, capaz de dar a resposta final, capaz de proteger a si mesma e se impor diante dos meninos. E as tirinhas criadas por Mauricio e sua agência conseguem discutir essas práticas por meio de diálogos simples e de fácil entendimento, atingindo, assim, atinge os mais variados públicos e faixas etárias.

Análise do projeto Donas da Rua

De acordo com Recuero (2009), as interações entre os usuários das redes sociais provocam fluxos e trocas de informações que impactam as estruturas vigentes nas redes. Por exemplo, quando um conteúdo é compartilhado, ele gera reações entre os seus atores (leitores). Levando em consideração essas trocas e suas consequências, esta análise consiste em avaliar a forma como o projeto Donas da Rua consegue estimular o ciberativismo na rede social através da construção de personagens, como a Mônica, trabalhando com ideias debatidas no movimento feminista. Para a análise, utilizamos a página no Facebook da Turma da Mônica como objeto de pesquisa, além dos estudos sobre as redes sociais de Raquel Recuero (2009). Para referenciar sobre ciberativismo e internet utilizamos André Lemos (2012) e Livia Moreira Alcântara (2013) e situamos ideias de Henry Jenkins (2009) para falar sobre a convergência das mídias. Fora á isso, utilizamos como fonte uma entrevista por meio de e-mail com a diretora-executiva da Maurício de Sousa Produções, Mônica Sousa, realizada no dia 04 de julho de 2016.

O projeto Donas da Rua foi iniciado no dia 08 de maio de 2016 pela Maurício de Sousa Produções (MSP) nas redes sociais *Instagram* e *Facebook*. Para viabilizar esta ação, a MSP tornou-se signatária dos princípios da ONU Mulheres, buscando extinguir o preconceito contra as mulheres. Utilizando a imagem da personagem de histórias em quadrinhos, Mônica, o projeto Donas da Rua visa evidenciar aos seus leitores, principalmente as crianças, a importância do empoderamento das mulheres na sociedade e de como a força das meninas deve ser mostrada, algo que a Mônica faz, como já pontuamos anteriormente, desde o início da sua trajetória nas histórias em quadrinhos da Turma da Mônica.

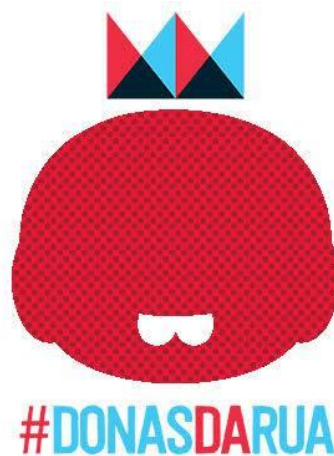


Figura 4 – Imagem utilizada para apresentação do projeto Donas da Rua na Internet com o esboço do rosto da Mônica e uma coroa.

De acordo com Mônica Sousa, diretora-executiva da MSP, o projeto Donas da Rua tem como finalidade criar um site para depoimentos e histórias das meninas e o que as fazem sentir-se Donas da Rua. O site está em fase de elaboração, passando por ajustes para ser divulgado a comunidade cibernética. Para conseguir agregar maiores informações e representações na Internet, a criação da *Hashtag*, isto é, mecanismo para identificação de diversos conteúdos relacionados ao tema e sinalizados pelo símbolo # possibilitou ao projeto uma propagação no *Facebook* e nas outras redes sociais nas quais o conteúdo é replicado, como o *Instagram*.

A *Hashtag* escolhida para o projeto é o seu próprio nome #DonasdaRua, facilitando a concentração de conteúdo relacionado ao Donas da Rua. Segundo Recuero (2009) as relações estabelecidas como redes inteiras são aquelas pela qual a rede trabalha com um público específico. O projeto Donas da Rua estabelece este tipo de relação, onde existe uma investigação, um estudo sobre aquele determinado grupo de participantes daquela rede social, no caso do projeto, ele é veiculado dentro na *Fan Page* da própria Turma da Mônica e é dedicado, primordialmente ao público infantil.

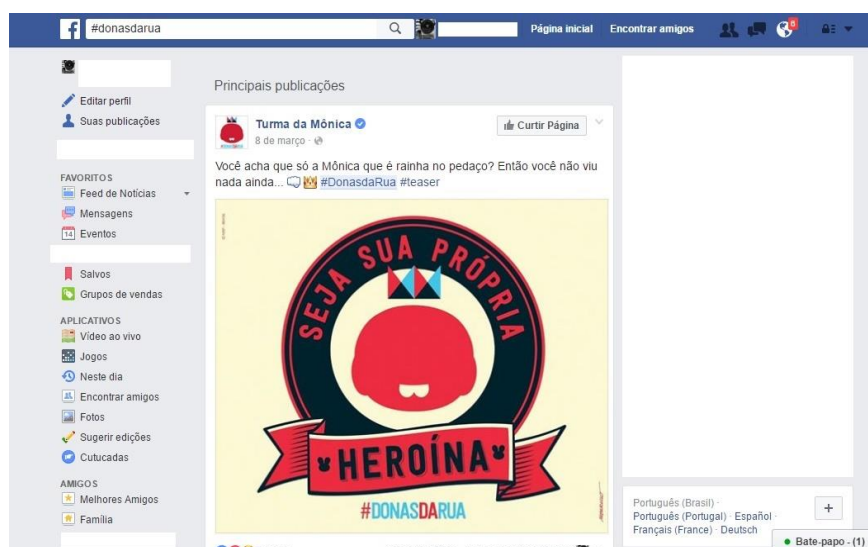


Figura 5 – Imagem retirada do Facebook mostrando como através da Hashtag #DonasdaRua consegue encontrar o conteúdo do projeto.

Essa facilidade na localização dos conteúdos contribui para a interação dos atores desta rede social, fazendo com que eles estejam mais participativos e presentes no assunto abordado por ela. A página da Turma da Mônica no *Facebook* agrega o valor dos seus atores através das suas postagens, dando visibilidade e compreensão sobre o conteúdo para todos os

seus leitores. A interação dos fãs da Turma da Mônica dentro da *Fan Page* possibilita a propagação do projeto de forma simples e rápida para todos os compartilhadores desta ideia. “A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexão social.” (RECUERO, 2009, p. 31).

Com este misto de fácil acesso aos conteúdos e participação do público, o projeto ganha força para continuar mostrando o poder da representatividade feminina, fazendo com que a centralização (RECUERO, 2009) das ideias apresentadas se torne ferramenta primordial de trabalho dentro do conteúdo.



Figura 6 – Imagem retirada do Facebook mostrando como é trabalhado o conteúdo do projeto Donas da Rua na página da Turma da Mônica.

Segundo Mônica Sousa, a equipe responsável pela circulação das informações nas redes sociais busca, dentro dos princípios da MSP, ir ao encontro do universo dos seus leitores por meio da sua plataforma midiática, promovendo a convergência das mídias (JENKINS, 2009). Para Henry Jenkins, Cultura da Convergência é o fluxo de conteúdos das plataformas midiáticas dos meios de comunicação, possibilitando que a Narrativa Transmídia, isto é, história que é difundida em diversas plataformas de comunicação, interaja com o seu receptor/público. No caso da Turma da Mônica, a Narrativa Transmídia atua passando o contexto do gibi (histórias em quadrinhos) para a televisão, *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, livros, cinema, roupas e brinquedos.

O *Facebook* foi escolhido pela organização da Maurício de Sousa Produções como principal veículo de divulgação do projeto Donas da Rua devido a possibilidade de um alcance imediato de diversos tipos de públicos, de crianças ou adultos. Abaixo, nas figuras x e x é visto a reação do público com o anuncio do projeto na rede social e com a sua continuação ao longo dos meses.



Figura 7 - Imagem retirada do Facebook mostrando a interação dos atores (leitores) da Fan Page em relação ao projeto Donas da Rua no dia do lançamento.

Algo que chama atenção nas publicações da Turma da Mônica em relação ao projeto Donas da Rua é a utilização da imagem, como são colocadas as personagens da Turma como grandes mulheres, fortes e decididas. As ilustrações em si atraem olhares pela temática mais jovem abordada dentro da imagem.



Figura 8 – Ilustração das personagens Mônica e Magali representando o projeto Donas da Rua.

As personagens femininas carregam em si, características que potencializa suas condições de donas da rua. A Mônica é forte fisicamente e para além de suas características físicas de baixinha, gordinha e dentuça, ela é decidida e acredita nos seus sonhos. A Magali, que mesmo sendo marcada pela sua fome feroz, é a melhor amiga da Mônica e sempre a ajuda, as duas vivem dando exemplos de como a amizade entre elas é verdadeira e faz bem para ambas.

Simone de Beauvoir afirma que a humanidade é masculina, e o homem define a mulher não em si, mas em relação a ele. Ou seja, a mulher não é considerada um ser autônomo. As personagens da Turminha não só apresentam personalidades marcantes como também, conseguem ter autonomia ao exercerem papéis que costumeiramente pertence aos meninos, e dessa forma passam a redefinir os lugares que ocupam.

A construção do projeto Donas da Rua abrange as ideias em comum da ONU ou UNICEF sobre o acesso a comunicação e educação das meninas, crianças que vivem em meio de conflitos e não consegue levar uma vida comum. A representação feminina no projeto faz com que as outras crianças que acompanham a Turminha reflitam sobre a situação da discriminação da mulher na sociedade.

A abertura de um espaço para recebimento de mensagens aciona um caráter de participação que se torna eficaz para a representatividade que a Mônica se propõe a oferecer no projeto. Quando a Turma da Mônica levanta a possibilidade de ouvir as meninas de todo o país ela traz com isso a oportunidade de trabalhar suas histórias e desta forma, despertar a autoestima das meninas na busca de seus direitos e de oportunidades. Essa legitimação da voz feminina por meio da rede social faz com que as meninas tenham consigo toda a bagagem que foi adquirida nas histórias em quadrinhos da Turma da Mônica para a vida delas, compreendendo que a mensagem sobre o poder feminino sempre esteve presente na narrativa.

Nas colaborações cedidas pela MSP foi colocado que o projeto ficará para a história da Turma da Mônica por conta do que ele pode agregar na vida das suas leitoras, ajudando-as vencer a baixa autoestima e o desrespeito que foi adotado ao longo dos tempos contra as mulheres.



Figura 9 – Mônica sendo representada por diversos personagens importantes para mostrar o poder das Donas na Rua.

Como na imagem acima, onde a Mônica representa grandes ícones da história do Brasil e da Internet, como no canto esquerdo da imagem, colocando a Mônica como um meme de super heroína contra as más vibrações, no meio da imagem representa a *youtuber* mirim Lorena, que foi alvo de ataque cibernético em seu canal e uma homenagem ao corredor de Formula 1, Ayrton Senna. A representação do projeto Donas da Rua contempla a representação de diversas meninas ou até mesmo mulheres que, apesar de todas as adversidades impostas pela sociedade por conta do seu gênero, conseguem administrar suas vidas sem nenhum tipo de aprisionamento, como é proposto pela Turma da Mônica.

Considerações

A análise se propôs avaliar o ciberativismo feminista incluso no projeto Donas da Rua a partir da página da Turma da Mônica no Facebook, evidenciando a influência das redes sociais para a inserção de ideias que combatam preconceitos, fanatismos ou injustiças. O ciberativismo por trás desse projeto mostra o poder da personagem principal, a Mônica, em conquistar o seu espaço, sendo a personagem que abriu portas para outras personagens introduzidas ao longo dos anos das histórias em quadrinhos no Brasil, cativando nichos maiores de fãs e leitores.

Mauricio de Sousa, enquanto responsável pelos personagens da MSP, se inspirou em pessoas reais do seu cotidiano para criá-los, assim como se apropriou de histórias de meninas empoderadas, como sua filha Mônica, que não se contentaram em reproduzir padrões pré-estabelecidos e se comportavam de modo a se tornarem donas de si e dos espaços que habitam.

O projeto, que hoje trabalha por via das redes sociais com imagens, vídeos e mensagens, aprofunda a reflexão sobre o papel das mulheres no século XXI, como estão

sendo trabalhadas as suas áreas de atuação e fala, mostrando o que isso reflete na sociedade atual.

A proposta do projeto, ainda que na fase de recolhimento de história e depoimentos das leitoras, têm boas chances de ser um potencializador nas construções narrativas da Turma da Mônica, que sempre se preocupou em pautar a diversidade das personagens femininas, indo além da representação de Donas da Rua, ultrapassando principalmente a ideia de que a Mônica disputa a vaga de quem é a Dona da Rua no Bairro do Limoeiro. Como dito por Mônica Sousa (2016), não é apenas um projeto, é uma crença da Maurício de Sousa em conseguir lutar pelo empoderamento feminino.

Com o seu coelho, o Sansão, a Mônica vai desbravando todos os estereótipos de baixinha, gordinha e dentuça. A garotinha prova que apesar de toda a fama de brava e rabugenta, esconde, dentro de si, uma força capaz de influenciar suas fãs e leitoras. As suas histórias em quadrinhos foram utilizadas ao longo dos anos como formas de comunicação do autor com o leitor, trazendo contextualizações sobre assuntos relevantes e servindo como filtro de ideias para os seus leitores. O projeto Donas Da Rua, estando inserido no mundo virtual, através das redes sociais, se torna um potencializador do feminismo através das suas histórias e personagens.

Referências

ALCÂNTARA, Livia Moreira. **Ciberativismo: mapeando discussões**. 37º Encontro Anual da ANPOCS, 2013.

BEAUVOIR, Simone. **Segundo Sexo: fatos e mitos**. 4ª EDIÇÃO. São Paulo: Difusão Europeia de Livro. 1970.

GHILARDI-LUCENA, M. Inês. **Representação do Gênero Social na Mídia**. Web Revista Discursividade. PUC – Campinas. Disponível em: <<http://www.discursividade.cepad.net.br/EDICOES/06/Arquivos/LUCENA.pdf>>. Acesso em 01 de julho de 2016 às 16:30.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo, SP: ALEPH, 2009.

LEMOS, André. **A comunicação das coisas. Internet das coisas e teoria ator-rede.** Etiquetas de radiofrequência em uniformes escolares na Bahia Apresentado no SimSocial, 2012. Salvador, Bahia, outubro.

Página do Facebook da Turma da Mônica, disponível em: <https://www.facebook.com/turmadamonica/?fref=ts>. Acesso em: 15 de junho de 2016

PARENTE, Renata Escarião. **Do midialivrisimo de Massa ao midialivrisimo ciberativista: uma reflexão sobre as perspectivas de comunicação alternativa no Brasil.** XXIII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Pará, Belém, maio de 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

SARTI, Cynthia A. **Feminismo e Contexto: Lições do caso Brasileiro.** Cadernos Pagu. Campinas-SP, 2001.

SILVERA, Sérgio Amadeu. **Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo.** Revista USP, São Paulo, n.86, p. 28-39, junho/agosto 2010.

Site da Turma da Mônica, disponível em: <http://turmadamonica.uol.com.br/> . Acesso em: 15 de junho de 2016.

SOUSA, Mônica. Entrevista concedida a Fernanda Simplicio dos Santos, via e-mail. Barbalha, 6 jul. 2016.