



**DESENHO ANIMADO:  
ENTRETENIMENTO, IDEOLOGIA E CULTURA DE MASSA**

**UNIVERSIDADE DE SOROCABA  
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

Cristiane Giglio Lamas

**DESENHO ANIMADO: ENTRETENIMENTO, IDEOLOGIA E  
CULTURA DE MASSA**

Sorocaba/SP  
2012

**Cristiane Giglio Lamas**

**DESENHO ANIMADO: ENTRETENIMENTO, IDEOLOGIA E  
COMUNICAÇÃO DE MASSA**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientador:  
Prof. Dr. Paulo Braz Clemencio Schettino

**Sorocaba/SP  
2012**

**Cristiane Giglio Lamas**

**DESENHO ANIMADO: ENTRETENIMENTO, IDEOLOGIA E  
COMUNICAÇÃO DE MASSA**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. Waldomiro de C. S.Vergueiro, ECA-USP

---

Prof. Dr. Maurício Reinaldo Gonçalves, UNISO

---

Prof. Dr. Paulo Braz Clemencio Schettino, UNISO  
(Orientador e Presidente da Banca)

*Atos meus verdadeiros heróis, aqueles que me ensinaram que a vida é como um desenho animado: foi preciso dar movimento e cor, para que ela pudesse ter alma. Atos meus pais, meus filhos e esposo, todo amor que houver nesta vida.*

## AGRADECIMENTOS

A parte dos agradecimentos, por incrível que pareça, foi a mais difícil de escrever. Isso, porque eu tive receio de esquecer o nome de alguém que, durante esta trajetória, foi parte importante para esta pesquisa. Sendo assim, antecipo as minhas desculpas.

Primeiramente, meus agradecimentos são direcionados a Deus, princípio e fim, Senhor dos meus passos e a quem eu me inclino todos os dias para agradecer a vida e as pessoas que me cercam. Aos meus pais, meus maiores incentivadores, sem a perseverança deles, a paciência e o amor incondicional, talvez eu não tivesse chegado a tanto. Aos meus filhos, Thaysa e Lucas, os grandes inspiradores desta caminhada. Foi por vocês e tão somente por vocês, que eu mergulhei de cabeça na vida acadêmica, para servir de exemplo e provar que sempre valerá a pena o conhecimento. Ao meu esposo, Fábio, o entusiasta maior, que mergulhou comigo nesta empreitada, modificou a sua rotina e me deu o maior suporte para que eu conseguisse chegar aqui. Agradeço ainda ao meu orientador, Paulo B. C. Schettino que, com humor e muita sabedoria, me conduziu pelas trilhas subjetivas e abstratas do fantástico mundo dos desenhos animados. A você, meu caro, muito obrigada: pela paciência, pelos materiais disponibilizados, pelos filmes, pelas informações que não estão nas páginas de livros, pelas sugestões, pela compreensão em não receber a demanda na data marcada, enfim, por tudo. Ao professor doutor Osvando José de Moraes, coordenador do Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, pela presença constante em todos os momentos, sempre tirando uma “carta da manga” e trazendo novidades e materiais para enriquecer o tema. Aos professores doutores Maurício Reinaldo Gonçalves, da Universidade de Sorocaba, e Waldomiro de Castro Santos Vergueiro, da USP, que, com humildade e entusiasmo aceitaram participar da banca desta dissertação. Aos professores doutores do Mestrado de Comunicação e Cultura, aos colegas de classe, funcionários e parceiros da Universidade de Sorocaba, muito obrigada. Por fim, aos meus ídolos e principais motivadores desta empreitada: Pica-Pau e sua

turma, Homer Simpson e família, Scooby-Doo e Salsicha, Branca de Neve e seus Anões e todos os desenhos animados que construíram a minha dissertação e fizeram parte da minha vida. A vocês, meus “amiguinhos politicamente incorretos”, a minha admiração e a confirmação de que é possível, mesmo com tantas construções acerca de ideologia, ainda assim, dar boas gargalhadas e viver o lado extraordinário da animação.

*Ora, Marge! Os desenhos animados não têm nenhum sentido profundo. São apenas rabiscos idiotas que se movem e fazem a gente rir feito bobo.*

(Homer Simpson, episódio A Verdade Sempre Triunfa)



## RESUMO

O sucesso do desenho animado deve-se muito não apenas à técnica de reprodução do movimento ou à sua primorosa produção, mas, principalmente, às características peculiares que a narrativa possui em captar a atenção do receptor e levá-lo a um estado de distração. Falar de desenho animado é levar em consideração que o desenho foi a primeira linguagem do homem e deu origem às relações sociais. A animação, por estar atrelada à publicidade, uma vez que grande parte dos personagens dos desenhos animados teve sua imagem licenciada, tornou-se uma grande disseminadora de ideologia, por meio do medo e da violência presente em suas narrativas.

A proposta a seguir apresenta o desenho animado como responsável também pela construção de valores na sociedade e a disseminação de ideologia por meio do entretenimento.

**Palavras-chave:** desenho animado; ideologia; comunicação de massa; entretenimento

## **ABSTRACT**

The success of the cartoon is not only related to the technique of the movement or its exquisite production, but mainly to the peculiar characteristics that the narrative has to capture audiences attention of the receiver and take it to a state of distraction. Talking about of cartoons is to consider that the design was the first language of human being and gave rise to social relations. The animation, by being tied to advertising, since most of the cartoon characters had licensed his image, became a great disseminator of ideology, by fear and violence present in their narratives. The proposal below shows how the cartoon is also responsible for the construction of values in society and the spread of ideology through entertainment.

**Key words:** cartoon; ideology; mass media; entertainment.

## RIASSUNTO

Il successo del film d'animazione deve molto non solo alla tecnica del movimento o la sua produzione favolosa, ma particolarmente per le caratteristiche peculiari che la narrazione deve catturare l'attenzione del ricevitore e portarlo ad uno stato di distrazione. Parlando di cartone è quello di assumere che il disegno è stata la prima lingua dell'uomo e ha dato luogo a relazioni sociali. L'animazione, essendo legato alla pubblicità, dal momento che la maggior parte dei personaggi dei cartoni animati aveva concesso in licenza la sua immagine, divenne un grande divulgatore dell'ideologia, dalla paura e dalla violenza presente nelle loro narrazioni.

La proposta qui mostra come il cartone anch'è responsabile per la costruzione di valori nella società e la diffusione delle ideologia attraverso il divertimento.

**Parole-chiave:** film d'animazione; ideologia; *mass media*; divertimento

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO 1: UM OLHAR SOBRE O DESENHO ANIMADO .....</b>	<b>20</b>
1.1 Desenho e linguagem: a comunicação do homem primordial .....	21
1.2 Histórias em Quadrinhos: uma arte em seqüência .....	28
1.3 Dos quadrinhos ao cinema: um sopro de vida na ilustração .....	35
1.4 O desenho animado na TV .....	41
1.5 A infantilização e antropomorfização nas produções Disney .....	44
<b>CAPÍTULO 2 A IMPOSIÇÃO CULTURAL NA CONSTRUÇÃO DE VALORES E DISSEMINAÇÃO DE IDEOLOGIA .....</b>	<b>56</b>
2.1 Cultura de massa e meios de comunicação.....	57
2.2 TV e Cinema: uma breve reflexão .....	68
2.3 Mensagens, conteúdos e imagens nos desenhos animados .....	78
<b>CAPÍTULO 3: A CULTURA DO MEDO .....</b>	<b>82</b>
3.1 O entretenimento que assusta ou o susto que entretém? .....	83
3.2 A espetacularização da violência no desenho animado: quem representa o quê? .....	88
3.3 Branca de Neve e a representação imagética dos contos de fadas .....	95
3.4 Pica-Pau e os ideais norte-americanos.....	101
<b>CONSIDERAÇÕES .....</b>	<b>113</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>120</b>

## INTRODUÇÃO

O sucesso do desenho animado deve-se muito não apenas à técnica do movimento ou à sua primorosa produção, mas, principalmente, às características peculiares que a Televisão e o Cinema possuem em captar a atenção do receptor, tendo em vista que o conteúdo produzido está associado à condição imagética dos meios. Falar de TV e Cinema é assumir a supremacia da imagem e atribuir a estes meios a responsabilidade como elemento fundamental na disseminação de cultura e ideologia. É pela imagem que o indivíduo se transporta ao mundo da fantasia, o mundo que age exatamente na contramão de sua realidade. É neste mundo da fantasia, que o desenho animado apresenta ao indivíduo um momento de descanso, por meio do entretenimento, e o insere num contexto de padrões culturais e de consumo. Analisar um desenho animado feito para ser exibido na TV e no Cinema implica aprofundar-se em seu discurso, em sua linguagem e no sistema operado exclusivamente por humanos.

A dissertação a seguir apresenta o desenho animado como responsável pela construção de valores na sociedade e a disseminação de ideologia por meio do entretenimento. Para tal, foram analisadas duas produções que, desde seu lançamento até os dias atuais, ainda fazem parte do cotidiano de crianças e adultos.

*Pica-Pau/Woody Woodpecker*, de Walter Lantz, foi escolhido por ser uma animação feita para ser exibida na televisão, apesar de ter iniciado no cinema, a primeira a ser exibida em televisão brasileira, por possuir um personagem com características ditas agressivas e por ser um disseminador da cultura estadunidense em diversos aspectos: personalidade (individualista), físico (uso da cor da bandeira americana: vermelho e azul) e social (organização metódica da vida).

*Branca de Neve e os Setes Anões/Snow White and the Seven Dwarfs*, de Walt Disney, apresenta-se aqui por ser o primeiro longa-metragem animado, que abriu caminho para que outros desenhos animados fossem criados, além de ser um conto de fadas que sofreu modificações e adaptações para se tornar animação. Atribui-se ainda a esta escolha, o fato de Walt Disney ter sido o primeiro estúdio a licenciar a imagem de seus personagens em produtos de diversas categorias como fonte de geração de caixa, numa época em que a economia norte-americana vivia acuada pela depressão. Para a dissertação, foi usado o conceito da intencionalidade e a lógica do espetáculo, que procurasse responder a problemática: “o desenho

animado pode ser considerado apenas entretenimento?” “Podem os desenhos animados difundirem ideologia como uma via natural e assim padronizar um comportamento social?” “Os desenhos animados constroem valores para a sociedade?” “A técnica do desenho animado prevalece sobre a cultura?” “O desenho animado entretém assustando?”

O estudo tem por objetivo geral obter uma concepção do desenho animado como elemento responsável pela construção de valores na sociedade e a disseminação da ideologia da cultura dominante por meio do entretenimento, que vai inserir o indivíduo, seja ele adulto ou criança, num contexto de padrões culturais e de consumo. Para tanto, pretendeu-se reconhecer elementos constituintes da mensagem, sem desconsiderar os aspectos fílmicos dos desenhos *Pica-Pau* e *Branca de Neve e os Sete Anões*.

Dentre os objetivos específicos que nortearam a pesquisa geradora da presente dissertação destacamos:

1. Reconhecer aspectos do discurso televisivo e cinematográfico, em especial dos desenhos animados *Pica-Pau* e *Branca de Neve e os Sete Anões*, que se constituem em elementos envolvidos na disseminação da cultura dominante.
2. Apresentar os desenhos animados em questão sob a ótica da cultura do consumo e as possíveis interferências na construção de valores para a sociedade.
3. Ampliar a discussão sobre a cultura do medo, por meio da espetacularização da violência, especialmente nos desenhos animados.
4. Analisar até que ponto a teoria de que os desenhos animados são apenas disseminadores de ideologia e construtores de valores, mas não formadores de conduta psicossocial.
5. Favorecer subsídios para reflexões acerca do desenho animado associado à cultura do consumo, contribuindo assim para a formação crítica, no que diz respeito à mídia e à construção do imaginário coletivo.

Acreditamos que a nossa pesquisa se justifica no âmbito das Ciências Sociais Aplicadas já que, por outro lado, existe na Psicologia o consenso de que o ser humano precisa da imagem para criar o seu imaginário e, assim, transportar-se ao mundo da fantasia e da abstração, afastando-se, portanto, da concretude a que chamamos realidade sensível. TV e Cinema são meios condutores e maiores produtores desta imagem e conseqüentemente, justo em decorrência disso, formadores da imaginação e do imaginário coletivo, tendo papel importante na

organização social. Tamanha é a responsabilidade dos *media* no processo de veiculação dos conteúdos, uma vez que justo estes meios são as formas eletrônicas mais indicadas para operar essa dinâmica. Entender a mensagem veiculada é levar em consideração que o termo ideologia aqui mencionado faz referência não somente a um sistema de crenças, mas a questões relacionadas ao poder.

Uma das definições para ideologia, segundo Terry Eagleton, no livro *Ideologia, uma introdução*, tem a ver com legitimar o poder de uma classe ou grupo socialmente dominante. Nesta relação de dominação, o poder hegemônico promove suas crenças e valores, de modo a torná-las naturais e universais, fazendo desse modo com que a classe dominada a considere óbvia e imprescindível. O desenho animado é um produto da cultura de massa e seus conteúdos e elementos fílmicos constroem valores e padronizam comportamentos sociais.

O primeiro capítulo, sob o título *Um Olhar sobre o Desenho Animado*, convida o leitor a repensar o papel que o desenho exerceu na formação da sociedade desde o período Paleolítico, enquanto forma de linguagem e precursor da formação da cultura e das relações sociais. A primeira tentativa do homem em estabelecer a comunicação com seu semelhante foi por meio dos desenhos rupestres. Estes desenhos também podem ser considerados os precursores das histórias em quadrinhos, se levada em consideração a sequência lógica com que os homens das cavernas desenhavam a realidade.

Essa necessidade de se comunicar para sobreviver foi o ponto de partida para que o homem tivesse consciência de si e do outro, e construísse uma linguagem para representar o seu mundo. Essa é a mesma linguagem a que Vygotsky, no livro *A formação social da mente*, se refere, quando afirma que, além de possibilitar a comunicação entre os homens, ela é um constituinte do humano, pois permite a ele internalizar o mundo e desenvolver formas mais complexas de agir e pensar.

O desenho possibilitou a criação de uma linguagem, que deu origem aos signos e códigos e, mais tarde, à língua e ao discurso. Desta forma, é certo afirmar que o desenho é também uma linguagem. Do desenho das cavernas às histórias em quadrinhos, o homem precisou desenvolver técnicas e passar pela pintura, escultura e artes plásticas, para só então chegar à ilustração, quando passou a se utilizar de imagens pictóricas e justapostas, a fim de transmitir informações e produzir uma resposta no receptor.

A animação veio a seguir, quando mais uma vez, o homem, com o intuito de reproduzir o movimento e dar alma aos personagens quadrinizados, lança mão de uma nova invenção. Ainda neste capítulo é apresentado o histórico da animação desde o Cinema até às produções televisivas e os criadores que deram origem aos principais personagens da história do desenho animado no mundo, como Walt Disney, Walter Lantz e Hanna-Barbera.

No segundo capítulo, sob o título *A Imposição Cultural na Construção de Valores e Disseminação de Ideologia*, o foco é sobre a indústria cultural e seu principal produto, a cultura de massa, que vai fazer uso dos meios de comunicação para disseminar a ideologia da cultura dominante, por meio de desenhos animados.

A identidade social, que está relacionada exatamente às formas pelas quais somos representados nos sistemas culturais, é apreendida por meio de informações e na transmissão de conhecimentos. Por isso, acreditamos ser necessário entender, primeiramente, o comportamento do indivíduo frente à recepção de uma mensagem, para avaliar o contexto cultural no qual ele está inserido.

Levando-se em consideração o conceito de cultura definido por Raymond Williams, no livro *Cultura* como um modo de vida global de um povo ou simplesmente um sistema de significações, mediante o qual uma dada ordem é comunicada, reproduzida e vivenciada, é possível afirmar que a cultura se sustenta por meio da comunicação, uma vez que está relacionada à reprodução simbólica da sociedade.

Enquanto meio simbólico, a cultura assegura uma identidade social para o indivíduo através de uma coerência interna, como afirma Muniz Sodré, no livro *A Comunicação do Grotesco*. Já a cultura de massa é exatamente uma derivação do que chamamos de cultura, mas se torna massa, a partir do momento em que ela representa um grupo elementar e espontâneo de pessoas que participam de um comportamento padronizado, conforme afirmação de Herbert Blumer, no livro *Comunicação e Cultura de Massa*. A massa não tem a ver com multidão, pois outra característica atribuída à massa é o anonimato, pois não existe interação entre seus membros e estes não são capazes de agir de forma integrada. A massa busca atender às suas necessidades, ainda segundo Blumer, que surgem por meio de escolhas efetuadas em respostas a impulsos vagos e sentimentos despertados pelo objeto de interesse. Por se tratar de algo relacionado ao gosto comum,

convencionou-se chamar de cultura de massa tudo que se encontra no mercado, tudo que se vende, a partir do ponto de vista de Muniz Sodré.

A cultura de massa encontrou nos meios de comunicação um grande aliado para a disseminação de sua ideologia. A televisão, neste caso, atua como provedora dos prazeres da era do consumo, devido à sua condição imagética. As imagens – acredita-se - sugerem muito mais que o simples fluxo verbal, atingindo diretamente a parte do psiquismo menos vigiada do intelecto, como afirma Muniz Sodré no livro *TV e Psicanálise*.

O terceiro capítulo refere-se à cultura do medo e à exposição da violência na mídia como forma de entretenimento e o paradoxo que significa o envolvimento afetivo do espectador frente a este sentimento. O entretenimento assusta ou é o susto que entretém?

Para responder a este questionamento recorreremos à Arte Poética de Aristóteles na tentativa de explicar a lógica do susto por meio da catarse e como derivado de uma sucessão de fatos que desperta emoções no receptor e garante prazer através da imitação. Também foi abordado o medo como um sentimento natural e um fenômeno de paralisação ou detenção do curso vital. No entanto, cada cultura e cada sociedade constroem compreensões do significado e do sentido do medo, dando conteúdos diferenciados em cada tempo e espaço.

Os meios de comunicação valorizam estas práticas coletivas que dão suporte à narrativa. É pelo viés da cultura do medo que também se constrói a narrativa dos desenhos animados e com eles suas donzelas em perigo, príncipes encantados e animais com superpoderes.

Atrelado ao medo, os gêneros horroríficos ganham corpo e destaque nas narrativas como fonte importante de estímulo da massa. Noel Carrol, no livro *Filosofia do Horror ou Paradoxos do Coração*, diz que o horror tornou-se um artigo básico em meio às formas artísticas, gerando uma série de monstros (vampiros, lobisomens, duendes etc.). Carrol é categórico ao afirmar que o motivo pelo qual o indivíduo busca o horror como forma de entretenimento recebe respaldo da curiosidade como manifestação psicológica que causa fascínio por este gênero.

Outro ponto a ser destacado no terceiro capítulo refere-se à violência, transformada em espetáculo televisivo e que tem mudado os comportamentos sociais. É bem verdade que a violência se converte numa linguagem compartilhada, conforme afirma o pesquisador Luiz Eduardo Soares, citado por Eunice Melo no

artigo *Reflexões sobre a cultura do medo: um retrato da violência urbana na atualidade*, incluindo o medo e a insegurança como socializadores presentes no convívio social. A estas alterações de comportamento, os meios de comunicação de massa entram como disseminadores da violência, transformando-a em espetáculo e em forte intensificador da cultura do medo.

Neste capítulo, ainda é apresentada a análise de dois importantes desenhos animados: *Branca de Neve e os Sete Anões* e a representação imagética dos contos de fadas; e *Pica-Pau* e a disseminação dos ideais norte-americanos, através da violência lúcida e explícita.

O primeiro, sob o respaldo de Wladimir Propp e Bruno Betelheim, no que diz respeito não apenas ao conto de fadas, mas como sua representação sofreu modificações em relação ao conto original para atender às expectativas de um público envolto nos ideais norte-americanos da década de 1930.

Já *Pica-Pau* baseia-se na análise do episódio *Auto-estradas Fracassadas* feita pela pesquisadora Elza Dias Pacheco da USP, que apresenta os valores da sociedade americanista, quando estes são questionados ou pressionados por um terceiro intruso. É na quebra da rotina do personagem que vem à tona comportamentos, aparentemente inocentes, que refletem uma sociedade individualista e egoísta.

Na conclusão, apresentam-se as últimas reflexões acerca dos desenhos animados e de suas construções de valores para a sociedade, assim como a confirmação das hipóteses sugeridas neste estudo.

A metodologia utilizada teve como base a pesquisa bibliográfica e iconográfica como referencial para analisar textos verbais e não-verbais, onde foram visionadas estratégias de sugestão empregadas e rearranjos de estudos na composição da comunicação direcionada. O *corpus* teórico foi composto por pesquisadores e autores que apresentaram temas relacionados à televisão, cinema, ideologia, indústria cultural e cultura de massa. Para tal, fizeram parte: o pesquisador Ciro Marcondes Filho, com o discurso sobre TV. Para o autor, a televisão é um aparelho que atende a necessidades humanas muito antigas, que em outras épocas foram bem ou mal atendidas por outros meios. Ele ainda acrescenta que entender a mensagem veiculada é levar em consideração que a vida cotidiana é moldada e mediada pelos espetáculos da cultura da mídia e pela sociedade de consumo. Não há consumo sem a espetacularização do produto.

*“A TV deve ser vista de forma objetiva, isto é, não como um monstro doméstico que perverte crianças, nem como olhos poderosos e dominadores que se infiltram em nosso lar para vigiar o que falamos ou calar nossos diálogos familiares (...) as pessoas deixam a TV ligada apenas para fazer barulho, para dar vida ao lar, para substituir uma companhia ausente com quem se pretendia dialogar”. (MARCONDES, 1985)*

Muniz Sodré aborda a cultura de massa como *“a cultura que se vende, a cultura de mercado”*. (1992, pág. 17)

*“A cultura de massa tem de ser entendida no interior de um sistema complexo, para qual confluem: (a) as motivações do consumo orientado segundo os interesses das empresas, através do financiamento publicitário; (b) os interesses eventuais dos governos; (c) a recuperação mítica da cultura oral; (d) a diluição da cultura elevada, mas também o processo de criação em termos de cultura de elite; (e) o acionamento de velhos mecanismos de consciência coletiva nacional, através dos quais os detentores do sistema de comunicação projetam a sua formação psicológica (as suas alucinações) de elite”. (SODRÉ, 1992, pág. 22)*

Theodor W. Adorno é da teoria de que a Indústria Cultural impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e decidir conscientemente. A afirmação vem de encontro ao que o teórico explica sobre os valores humanos e sociedade. Ele afirma ainda que estes valores foram deixados de lado em troca do interesse econômico. Um exemplo disso é o Cinema, um meio de comunicação de massa, que antes era um mecanismo apenas de lazer e tornou-se um elemento do mundo industrial moderno e eficaz meio de disseminação ideológica da cultura dominante.

*“O mundo inteiro é forçado a passar pelo crivo da indústria cultural. A velha experiência do espectador cinematográfico, para quem a rua lá de fora parece a continuação do espetáculo que acabou de ver – pois este quer precisamente reproduzir de modo exato o mundo percebido cotidianamente – tornou-se o critério da produção. Quanto mais densa e integral a duplicação dos objetos empíricos por parte de suas técnicas, tanto mais*

*fácil crer que o mundo de fora é o simples prolongamento daquele que se acaba de ver no cinema. Desde a brusca introdução da trilha sonora, o processo de reprodução mecânica passou inteiramente ao serviço desse desígnio (...) o filme exercita as próprias vítimas em identificá-los com a realidade". (ADORNO, 2002, pág.15-16)*

Terry Eagleton aborda a ideologia não somente como um sistema de crenças, mas também a questões relacionadas ao poder. Apesar de a autora afirmar que existem várias definições para ideologia, a dissertação usou uma das teorias que diz que a ideologia tem a ver com legitimar o poder de uma classe ou grupo socialmente dominante. *"É estudar os modos pelos quais o significado (ou a significação) contribui para manter as relações de dominação"*. (THOMPSON *apud* EAGLETON, 1997, pág. 19). Na relação de dominação, o poder dominante promove suas crenças e valores, de modo a torná-las naturais e universais, fazendo assim com que a classe dominada a considere óbvia e imprescindível.

**CAPÍTULO 1**  
**UM OLHAR SOBRE O DESENHO ANIMADO**

## 1.1 Desenho e linguagem – a comunicação do homem primordial

A história da animação começa muito antes da utilização dos recursos tecnológicos sequenciadores de imagens. Para se chegar às grandes produções da atualidade, é preciso entender, primeiramente, o papel do desenho na sociedade desde o período Paleolítico, enquanto forma de linguagem e precursor da formação da cultura e relações sociais.

Desde os primórdios, a comunicação sempre foi uma necessidade inerente do ser humano na busca incessante por interagir com o outro, seu semelhante, e o meio ambiente. No momento em que dois ou mais seres se encontram, necessariamente, a comunicação passa a ser vital para a convivência e a manutenção deste grupo social. O homem só constrói a consciência de si, a partir do momento que ele percebe o outro. Essa necessidade de se comunicar deu origem a uma linguagem, que nada mais é do que uma convenção de signos, algo que foi sendo estabelecido paulatinamente e que serviu como ferramenta para criar a relação do eu com o tu e não mais do eu com o isso. Para Vygotsky, no livro *A Formação Social da Mente*, a linguagem entendida como um conjunto específico de signos criados pelo homem para representar o mundo, além de possibilitar a comunicação entre os homens, é um elemento constituinte do humano, permite a ele internalizar o mundo e desenvolver formas mais complexas de agir e pensar. Sem ela não existe o humano ou a humanidade. Para caracterizar melhor a linguagem, é preciso distinguir língua, discurso e fala. De acordo com Saussure, no livro *Curso de Lingüística Geral*, a linguagem compreende a língua e a fala e consiste em uma ação entre indivíduos orientada para uma finalidade específica, cuja concretização se dá através de discursos.

“(…) tomada no seu todo, a linguagem é multiforme e heteróclita; abrangendo vários domínios, simultaneamente física, fisiológica e psíquica, pertence ainda ao domínio do individual e ao social, não se deixa classificar em nenhuma categoria de fatos humanos, porque não sabemos como destacar sua unidade”. (KRISTEVA apud MAREUSE, 2007, p.109)

Na tese de doutoramento de Márcia Aparecida Giuzi Mareuse, a pesquisadora classifica a língua como um sistema social, na medida em que inclui

os signos (elementos lexicais) e os códigos (elementos gramaticais) comuns a todos os falantes de uma mesma comunidade lingüística. Mareuse diz ainda que o discurso corresponde à combinações dos elementos linguísticos (frases ou conjuntos de muitas frases/textos) orais ou escritos, possibilitando ao homem significar o mundo através de uma estrutura específica. *“É um sistema que possui unidades significantes, a partir de regras para a produção do discurso. Já a fala corresponde à exteriorização psico-físico-fisiológica do discurso”* (MAREUSE, pág, 114). Segundo o lingüista russo Mikhail Bakhtin no livro *Estética da criação verbal*, em relação à língua, não se pode falar em conteúdo e é a forma que dá sentido ao conteúdo. Sendo assim, pode-se afirmar que a língua é comum a todos, enquanto a fala é de domínio do indivíduo, como determinara Saussure. Na tese de Mareuse, a pesquisadora afirma ainda que a estruturação do discurso depende, dentre outros aspectos, de duas vertentes: a sintaxe e a semântica: a sintaxe corresponde aos processos de estruturação do discurso, de modo que, a partir de códigos e sua organização, alguns sentidos específicos vão se construindo e o conteúdo narrado adquire valor e a semântica depende diretamente de fatores sociais, corresponde à consciência de cada um, se constrói a partir da maneira como cada ser assimila o mundo e tem como referenciais elementos de discursos anteriores, que contribuem para a construção de estereótipos. Voltando ao processo de comunicação, para que este acontecesse entre os seres primordiais foi preciso estabelecer um consenso na representação da relação dos sinais com o mundo físico e uma correspondência na estrutura mental das partes envolvidas nesta comunicação. Foram estas regras, apreendidas mais por necessidade do que por intuição, que fizeram o mundo físico ser percebido como signos por seres que têm coisas em comum.

“A linguagem constitui o eixo central da construção do real, na medida em que o cotidiano, história, memória, ficção e realidade apresentam-se como diferentes discursos e determinam ações e significações compartilhadas que integram a cultura humana. É elemento fundamental que possibilita ao homem compartilhar com o outro impressões obtidas a partir da experiência vivida (cotidiano, realidade) e processada (pensamento, memória)”. (MAREUSE, 2007, p.111)

Na República de Platão, o pensador defende que toda vez que um determinado número de indivíduos tem um nome comum, supõe-se que tenha uma ideia ou uma forma correspondente. É desta afirmação, que se pode concluir a formação de grupos sociais, a partir da interação de indivíduos na busca por algo que lhes seja comum. Sendo assim, o nascimento do discurso se dá quando o homem se apropria do discurso do outro para formar o seu próprio discurso, conforme teoriza Bakhtin. E se o indivíduo é o organizador do diálogo, ele não é apenas um mero participante, ele passa à condição de comunicador. Para que o processo de comunicação possa existir faz-se necessário a interação entre dois ou mais indivíduos. Esse indivíduo precisa englobar inteiramente o outro, ter consciência da existência do outro, para que ele mesmo possa se perceber como indivíduo também. Bakhtin afirma ainda que uma vida só encontra sentido e com isso torna-se um ingrediente possível da construção estética, se é vista do exterior como um todo.

“A pluralidade dos homens encontra seu sentido não numa multiplicação quantitativa do “eu”, mas naquilo que cada um é o complemento necessário do outro. Logo, o homem descobre o outro como parte dele”.  
(BAKHTIN, 2000, p.15)

Na filosofia idealista, a linguagem forma uma imagem do mundo, o que significa que ela contém uma visão de mundo que determina nossa maneira de perceber e conceber a realidade, de acordo com Merleau-Ponty. Neste caso, é certo afirmar que a linguagem tem um papel ativo na aquisição do conhecimento. Adorno Schaff, no livro *A objetividade do conhecimento à luz da sociologia do conhecimento e da análise da linguagem*, afirma que a linguagem é um produto social no duplo sentido da palavra. Enquanto meio de comunicação intersubjetiva, se situa não só em nível do indivíduo, mas também na prática social, tornando-se o meio de transmissão do conhecimento socialmente acumulado. No ato de comunicar, os signos e os códigos sempre estarão presentes e serão transmitidos. É nesse processo de remeter ou receber signos e códigos que acontece a comunicação.

Analisar a comunicação do ser humano implica aprofundar-se em seu discurso, em sua linguagem e em sua língua. Ao produzir discursos, o ser humano

leva em consideração os conhecimentos do interlocutor, suas opiniões, afinidades, posição social etc. Por isso, é certo afirmar que todo discurso vem carregado de ideologia do emissor. Desta forma, Mareuse afirma que a análise do discurso nunca se refere à língua ou à gramática, mas ao homem falando, trata-se da relação emissor/receptor.

Atribui-se ainda à linguagem o caráter de condutora de ideologia, já que esta ideologia está presente nos discursos, por meio do campo semântico. A língua, segundo Roland Barthes, no livro *O discurso da história*, obriga a escolhas e suas possibilidades são limitadas, uma vez que, por sua própria estrutura, implica uma relação de alienação, pois o que faço nada mais é do que a consequência e consecução do que sou. Sendo assim, usando o trinômio: linguagem, língua e discurso, poder-se-ia afirmar que a comunicação entre os humanos é tendenciosa e carregada de intencionalidade verbal.

O homem das cavernas deixou sua história contada nas paredes. Foram as primeiras manifestações - gráfica, estética e cultural - na história da humanidade, que trouxeram importantes revelações da luta do homem em representar a sua evolução. Ele apresenta-nos também os primeiros indícios da tentativa de estabelecer uma comunicação com o outro, por meio de ilustrações de suas experiências, percepções do mundo e realidades. De acordo com Erasmo Borges de Souza Filho, no artigo *Desenho como sistema modelizante*, sendo o desenho considerado um sistema modelizante, este seria a construção simbólica de uma rede de signos e de significações organizados por meio de traços e cuja gramaticalidade o constitui como um sistema semiótico. Desta forma, é certo afirmar que um desenho é também uma linguagem. E foi essa a primeira linguagem usada pelo homem primordial para se comunicar e formar as suas relações sociais.

“Não se pode compreender a animação sem compreender a sua história. Começamos pelo início, pela pré-animação. Como sucede suas demais formas de expressão visual, também o vínculo temporalmente mais longínquo que encontramos para a animação nos liga às figuras representadas na ancestral arte rupestre. É aí que podemos identificar as primeiras formas – ora mais tênues, ora mais deliberadas – de representar o movimento e a vida nas próprias imagens. A sobreposição e múltiplas pernas ou a própria dinâmica da coreografia de certas ações

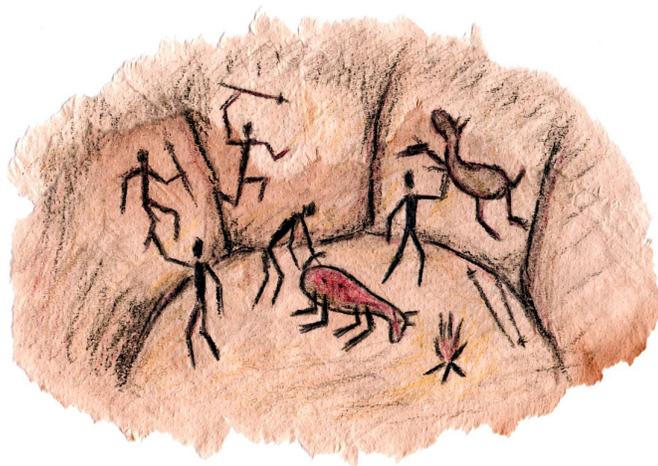
parecem evidenciar um esforço de captação e simulação do movimento”. (NOGUEIRA, 2010, pág. 64)

Souza Filho afirma que, no início, o homem usou o desenho na sua expressão elementar do traço para construir e significar o seu mundo, desenvolvendo formas de apreensão e transmissão de conhecimento, produzindo assim a sua cultura. Sendo assim, perceber o desenho neste aspecto, enquanto um sistema que molda sociedades torna-se mais fácil para entender como uma simples representação pictográfica possibilitaria a construção de uma sociedade cultural. Usando a definição de cultura de Raymond Williams, como um modo de vida global de um povo ou simplesmente um sistema de significações mediante o qual necessariamente uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada, conforme ele afirma no livro *Cultura*, é certo afirmar que , com seus desenhos, o homem da caverna deu o primeiro passo para a formação de grupos sócio-culturais, que possibilitou uma revivência cultural e vem sustentando uma cadeia de modelizações da cultura. Por ser um elemento ativo na transformação social, a cultura passou a fazer referência ao conjunto de valores e bens herdados e compartilhados por esta comunidade ou a práticas que expressariam um estado de espírito ou um comportamento coletivo. Segundo Henri Lefebvre, no livro *A vida cotidiana no mundo moderno*, a cultura é um modo de repartir os recursos da sociedade e, por conseguinte, de orientar a produção, entendendo por produção, não só a produção de bens, mas a produção de si mesmo.

Ainda segundo Souza Filho, foi através da pictografia e dos ideogramas que se teve o “nascimento” do desenho e da arte, que se desenvolveria mais tarde com a ilustração figurativa, a pintura, a escultura e as artes plásticas. O homem, por meio do desenho, tornou possível a manifestação da ideia e do próprio desenvolvimento da cultura gráfica na produção da imagem. Enquanto objeto da cultura, ao proporcionar condições para o desenvolvimento da imaginação criadora do homem, o desenho assumiu um valor cognitivo, que contribuiu para que acontecesse a interação nos movimentos estéticos da sociedade.

A busca pela perpetuação da cultura trouxe ao homem o incansável desejo de deixar registrada sua história no mundo. Mostrar a realidade por meio de sua concepção e contar suas experiências e emoções nas paredes das cavernas foi

ficando cada vez mais raro, à medida que o homem se dá conta de suas habilidades manuais e desenvolve novas técnicas de produção de imagens por meio de relevos.



(Desenho Rupestre)

A escultura surgiu com a pretensão de copiar a realidade de forma artística, utilizando-se de técnicas como cinzelação, fundição e moldagem com a utilização de materiais como a argila, o bronze, a madeira, o mármore e a cera. Embora utilizada em diversas outras intenções, o objetivo maior da escultura foi sempre representar o corpo humano e aproximar-se o quanto fosse possível da realidade.

O autor menciona ainda que um dos monumentos mais importantes da história da arte no mundo é, sem dúvida, a Coluna Trajano, acabada no ano 113, localizada no fórum próximo ao Monte Quirinal, em Roma, na Itália. Medindo cerca de 38 metros de altura, a coluna é constituída por 20 blocos de mármore, cada um pesando 40 toneladas e com um diâmetro de quatro metros. A Coluna Trajano, como pode ser vista, possui ao longo de sua estrutura figuras em baixo relevo, que contam a história da guerra contra os dácios. Esta história foi contada repetidas vezes ao longo da estrutura, utilizando-se de meios artísticos disponíveis na época, como a utilização de uma árvore para separar uma cena da outra. Olhando a coluna de certa perspectiva é possível observar em vertical um “resumo” do assunto que é abordado na coluna. Devido ao massacre que os romanos fizeram contra os dácios, alguns estudiosos consideram a construção da coluna um monumento em homenagem ao genocídio. Originalmente, no cume da coluna havia a estátua de uma ave, provavelmente a águia, que foi posteriormente

trocada pelo próprio Trajano por uma estátua alusiva a ele, que acabou por desaparecer na idade Média, conforme afirmações dos monitores de visita no local. Em 1558, por ordem do Papa Sisto V, uma estátua de São Pedro foi colocada no local e permanece na coluna até hoje.



(Coluna Trajano, Itália)

Trazendo para a atualidade, podemos fazer uma comparação da Coluna Trajano com as histórias em quadrinhos. Se na época da construção da coluna, a técnica da prensa móvel, criada pelo alemão Johannes Gutenberg, no século XV, já tivesse sido inventada, provavelmente, a guerra contra os dácios narrada na coluna seria contada no papel. Por esta perspectiva, a Coluna Trajano, assim como as pinturas rupestres feitas pelos homens pré-históricos nas paredes das cavernas e os quadros das igrejas medievais que retratam a via sacra estão na mesma dimensão das histórias em quadrinhos, pois elas possuem uma narrativa seqüencial, da esquerda para a direita, de cima para baixo. A grande diferença é que esses ancestrais dos quadrinhos não possuíam textos verbais e os enredos eram desenvolvidos apenas como uma sequência de imagens. É curioso e passível de afirmação que, desde sempre, o homem busca representar a sua realidade, sua evolução e suas percepções e experiências no mundo por meio do traço gráfico, por meio da ilustração.

## 1.2 Histórias em Quadrinhos – uma arte em sequência

“Como uma manifestação cultural industrializada, a História em Quadrinhos é uma mercadoria, um produto comercial, de entretenimento, para ser consumido rapidamente por um público disperso e heterogêneo. Mas pode também tornar-se uma forma de arte visual, cujo conteúdo permite interpretações mais profundas, leituras mais sofisticadas. Pode servir para educar ou alienar, para veicular mensagens ideológicas (políticas, religiosas, sexuais, morais) ou com fins publicitários, divulgando outros produtos aos leitores/consumidores. É, portanto, um meio de expressão complexo e sua análise deve levar em conta todos estes aspectos”. (SANTOS, 2002, pág. 39)

Para entender a história em quadrinho (HQ) como fenômeno cultural é preciso conhecer a sua história e a técnica aplicada, além de compreender a importância que esta forma de comunicação desenvolveu na sociedade. Segundo Will Eisner, no livro *Quadrinhos e arte seqüencial*, a história em quadrinho é classificada como arte sequencial porque, individualmente, eles não significam nada. Para Eisner, os quadrinhos necessitam de sequência espacial para se transformarem numa narrativa e serem compreendidos. É um recipiente com diversas ideias e imagens pictóricas e justapostas, a fim de transmitir informações e produzir uma resposta no receptor. Essas respostas, de acordo com Roberto Elísio dos Santos, no livro *Para ler os quadrinhos Disney*, podem saltar alguns questionamentos e reforçar preconceitos, ideias e sentimentos, além, é claro, de oferecer entretenimento. Isto acontece porque, segundo o autor, numa folha de papel em branco, a realidade quadrinizada será reproduzida, modificada ou reelaborada, tendo em vista a opinião de seu criador e todo o contexto moral e social vigente da época.

Ainda segundo Roberto Elísio dos Santos, o conceito de arte seqüencial, que deu origem à história em quadrinho, foi possibilitado com a invenção da imprensa, que permitiu a todos o acesso irrestrito à arte, antes contemplada apenas pelos mais ricos. Foi dentro deste contexto de evolução tecnológica, que a narrativa com imagens atingiu seu apogeu e se popularizou. Em 1731, na França, o pintor e ilustrador inglês William Hogarth publicou “O Progresso de uma Prostituta”, uma série de seis pinturas em sequência, que se tornou tão popular,

obrigando o país a criar novas leis de direitos autorais para proteger a arte. No entanto, a paternidade das histórias em quadrinhos foi atribuída a Rudolphe Töpffer, em 1842, criador de histórias com imagens satíricas, carregadas de caricaturas e requadros. Foi a primeira combinação interdependente de palavras e figuras na Europa, segundo afirmações de Santos.

Enquanto a Europa apreciava a arte seqüencial, os Estados Unidos lançavam em 1895 a primeira história em quadrinhos nos jornais. Criada pelo artista americano Richard Outcault, a tirinha (uma banda desenhada caracterizada por uma série de vinhetas, normalmente de número inferior a quatro e disposta horizontalmente) levou o *Yellow Kid* (Menino Amarelo) às páginas dos periódicos sensacionalistas de Nova Iorque. A receita simples (personagem fixo, ação fragmentada em quadros e balões de texto) fez tanto sucesso, que os grandes jornais nova-iorquinos disputaram para ter o personagem em suas páginas. A partir de então, as tirinhas ganharam independência e espaço próprio, tornando-se o que hoje se chama 'gibi' ou *comic book*. Foi através da indústria jornalística nos EUA que os quadrinhos tiveram autonomia, criando uma expressão própria, aumentando a concorrência entre as editoras e, por consequência, tornando-se mais um meio de comunicação de massa.

Segundo Ionaldo Cavalcanti, no livro *O mundo dos quadrinhos*, as HQ constituem um meio de comunicação de massa que agrega dois códigos distintos para transmitir uma mensagem: o lingüístico (texto) e o pictórico (imagem). A história é feita em sequência, no sentido esquerda-direita e de cima para baixo, de acordo com a cultura visual do mundo ocidental. A imagem é fixa e é o leitor que dá continuidade e dinamismo à história. A leitura em quadrinhos é como se fosse uma voz na cabeça. O receptor dá vida, lendo e preenchendo esta forma icônica cartunizada.

Cavalcanti também define o quadrinho como um espaço quadrado ou retangular, com a existência de elementos que formam a cena (um deles é o balão), que se assemelha a um círculo com um apêndice ou delta, onde são expressas as ideias da personagem: o que ela fala e pensa. Ainda segundo o autor, o conteúdo, em geral, é de caráter verbal, porém poderá vir seguido de imagens, como por exemplo, carneirinhos pulando cercas, coração, estrelas representando tombo etc. A onomatopéia também é muito usada dentro dos balões para a representação dos sons e a imagem usada nos quadrinhos foca na

gestualidade do personagem. Na HQ, ainda segundo Cavalcanti, a expressão facial e o modo de se comportar (vestir, andar e falar) definem o caráter da personagem e a linearidade da leitura se perde na interpretação horizontal ícono-verbal mais próxima, dificultando a interpretação de símbolos mais aprofundados. Enfim, para Ionaldo, o quadrinho é um meio monossensorial que depende de um só sentido para transmitir um mundo de experiências. Os demais sentidos são representados por dispositivos que, por si só, já são uma representação visual.

Quando se pensa em quadrinhos deve-se ter em mente o posicionamento de uma imagem após a outra para ilustrar a passagem do tempo e o movimento. O tempo e o movimento são iconizados pelo espaço em branco entre um quadrinho e outro. É o que se chama de sarjeta, uma pausa estratégica que permite ao receptor tirar suas próprias conclusões sem a necessidade de imagens e textos, de acordo com Scott McCloud, no livro *Desvendando os quadrinhos*. É neste espaço em branco, numa participação silenciosa e quase desprezível, que a imaginação do leitor dá vida a imagens inertes e faz a conexão entre os dois quadros, concluindo mentalmente uma realidade contínua e unificada. McCloud afirma que são estes elementos que dão dinamismo às histórias e oferecem, além de distração, o jogo e a fantasia: uma forma de entreter, desviar a atenção e envolver o receptor.

“Nos quadrinhos, a conclusão é o agente de mudança, tempo e movimento. O espaço entre um quadrinho e outro é denominado sarjeta, responsável por grande parte da magia e mistério que existem na essência dos quadrinhos. É na sarjeta dos quadrinhos que a imaginação humana capta duas imagens distintas e as transforma em uma única ideia. Nada é visto entre os dois quadros, mas a experiência indica que deve ter alguma coisa lá. (...) Do arremesso de uma bola ao extermínio de um planeta, a conclusão deliberada e voluntária do leitor é o método básico para o quadrinho simular o tempo e o movimento”. (MC CLOUD, 2005, p. 66 e 67 )

O fascínio que as histórias em quadrinhos exercem sobre o receptor é caracterizada pela técnica da cartunização, em consequência do desvio da atenção a um ponto singular e na universalização da imagem. O *cartum* não tem pretensões de reproduzir fielmente a realidade. Quanto mais cartunizado é um

rosto, mais pessoas ele pode descrever. Scott Mccloud afirma ainda que a mente humana encontra-se condicionada à cartunização. Ela consegue transformar um círculo, dois pontos e uma linha em rosto. Isto acontece, porque o indivíduo é centrado nele mesmo, que vê a si próprio em tudo, atribuindo identidade e emoção onde não existe e transformando o mundo em sua própria imagem. Esta técnica da cartunização possibilita que o indivíduo veja a si mesmo naquela imagem inanimada e não a imagem do outro, como é na fotografia. Esta pode ser a grande razão pela qual o ser humano teria fascínio por quadrinhos e desenhos animados, embora fatores como a infantilização e a simplificação tenham sua contribuição, segundo Mccloud.

Scott Mccloud relata que Marshall McLuhan assinala uma forma semelhante de consciência não visual, para explicar a interação humana com objetos inanimados. Ele cita como exemplo o ato de dirigir. McLuhan afirma que o indivíduo que está dirigindo pratica muito mais que os cinco sentidos. Todo o carro, não só as partes que podem ser vistas e sentidas, está na mente do condutor o tempo todo. Logo, o veículo se torna uma extensão do corpo, absorve os sentidos de identidade e torna o indivíduo no próprio carro. Se um carro bate no outro é provável que o motorista de um dos veículos diga “ele bateu em mim” e não “seu carro bateu em meu carro”. Ainda segundo McLuhan, a partir do ponto de vista de Mccloud, a identidade e consciência são investidas em muitos objetos inanimados todos os dias. As roupas, por exemplo, podem transformar a maneira de ver a si e aos outros. Essa habilidade de estender a identidade humana pode fazer com que pedaços de madeira virem pernas, partes de metais transformem-se em mãos, peças plásticas apresentem-se como orelhas, fragmentos de vidros, em óculos etc. Em todos os casos, a consciência do eu flui para fora para englobar o objeto da identidade estendida. Assim, como a consciência do eu biológico é uma imagem conceitualizada simplificada, o mesmo ocorre com a consciência dessas extensões simplificadas.

Sonia M. Bibe Luyten, autora do livro *Histórias em Quadrinhos: leitura crítica*, afirma que a HQ marcou a história do século XX e, para se chegar à forma que se apresenta hoje, acompanharam toda espécie de evolução, sofreram muitas influências, mas forneceram, principalmente, subsídios para os meios de comunicação e também para as artes.

Segundo Luyten, no início do século XX, as histórias em quadrinhos viveram um período estilizado. Suas narrativas eram essencialmente humorísticas, favorecendo o surgimento de uma variedade de temas: fantasias, histórias mitológicas e até ficção científica. A década pós-Primeira Guerra apresentou duas correntes nas HQ: os humoristas e os intelectuais, que exploraram todas as possibilidades dos quadrinhos. Nesta fase, o quadrinho é influenciado pelo estilo *art deco*, que vai refletir um clima de grande efervescência e de grandes adventos tecnológicos. No entanto, a idade de ouro das HQ, de acordo com a autora, foi a década de 30, quando se estabeleceu as histórias de ficção científica, policial, guerra de cavalaria, faroeste etc., quando também surge o Super-Homem e sua gama de heróis.

Luyten ressalta ainda que a Segunda Guerra Mundial provocou uma profunda e duradoura agitação nos *comics* como também na vida de seus criadores. Os heróis dos quadrinhos “estadunidenses”, nesta época, se encontraram em luta contra os japoneses e alemães. Foi nesta fase de grande conturbação da sociedade que se começa a questionar a influência da HQ sobre a delinqüência juvenil. O livro *Sedução dos Inocentes*, de Frederic Wertham, trouxe a desconfiança e um preconceito quanto à leitura dos quadrinhos, que só iria se desfazer mais tarde, quando intelectuais do mundo inteiro as recolocaram em seu devido lugar.

Também na década de 40, é possível ver nas telas de cinema a importância das histórias em quadrinhos no contexto social, enquanto extensão do próprio homem, segundo a teoria de Marshall McLuhan. Ernst Lubistch retratou no filme *O Diabo disse Não/Heaven can wait* a influência da HQ no comportamento do cidadão norte-americano daquela época, mas que ainda permanece nos dias atuais. O filme apresenta a cena de um casal, numa manhã de domingo chuvosa, tomando o café e trocando algumas palavras sobre a historieta estampada no jornal. A situação poderia ser considerada corriqueira, não fosse o fato de o casal estar separado por uma enorme mesa de jantar e muitos anos de amargura e silêncio dentro de casa. A história em quadrinho do jornal era o único motivo do diálogo entre o casal. Pode-se observar que o filme mostra um retrato fiel da importância dos quadrinhos na formação da cultura americana, frente aos meios de comunicação de massa.

Luyten afirma ainda que a década de 50 foi inspiradora para a HQ, que começou a questionar a sociedade sobre os aspectos filosóficos e sócio-psicológicos. É a fase do quadrinho pensante, que apresenta o personagem Charlie Brown e sua turma por meio de seu criador Charles Schultz, orientado pela filosofia existencialista. As relações entre a HQ e a pintura se consolidam neste período e a publicidade aproveitou o movimento para ganhar força, especialmente com a revolução feminista da década, que trouxe as heroínas em forma de quadrinhos.

Muito se questiona sobre a presença da TV e suas conseqüências na sociedade. No entanto, parte dos mitos explorados pelo vídeo teve sua origem antes da TV se tornar unanimidade. Muitos heróis dos desenhos animados foram também os heróis das histórias em quadrinhos, como Pica-Pau (*Woody Woodpecker*), Guaguinho (*Porky Pig*), Tom e Jerry e os personagens Disney. O que se deve levar em consideração é a questão cultural apresentada pela disseminação dos quadrinhos, pois trata-se de um produto que tem caráter de entretenimento e, ao mesmo tempo, é puramente comercial. A influência norte-americana, neste caso, poderia ser traduzida pelo projeto de atrelamento das mentes ao universo consumista imposto pelas nações industrializadas.

Para contextualizar esta afirmação, pode-se usar o exemplo que Dorfman e Mattelart apresentaram no livro *Comunicação de Massa e Colonialismo* sobre as criações de Walt Disney. O Pato Donald, por exemplo, representa a imagem de uma sociedade sem estrutura familiar, na qual as atividades principais referem-se ao lazer, a uma sociedade na qual a economia se reduziu aos setores primários e terciários e a um mundo subdesenvolvido e dependente, onde as aspirações materiais constituem a força motriz. Nas histórias em quadrinhos de Pato Donald, segundo os autores, as soluções para o desenvolvimento dos povos estão representadas num modelo consumista e individualista da sociedade. Sendo assim, pode-se dizer que o Pato Donald é uma cartunização do comportamento da classe média norte-americana. Esta sentença só é passível de afirmação, porque o autor, ao construir o personagem e sua narrativa, leva em consideração o contexto social no qual ele está inserido. Não existem narrativas isentas de influência cultural, visto que a cultura é um modo de agir e pensar de um povo, a partir da concepção de Raymond Williams, ou seja, o indivíduo, desde seu nascimento já está inserido num processo de recebimento de informações, que

determinará suas preferências e o conceituará sobre o mundo. Desta forma, os quadrinhos e os desenhos animados estarão sempre carregados da ideologia de seus criadores, que utilizarão a técnica da forma simples e lúdica para criar personagens animalizados e infantilizados, de forma que o receptor possa se identificar com eles. Essa identificação levará a um processo de reconhecimento de si, negação do outro e perpetuação da cultura dominante com suas convicções acerca do mundo. Foi em cima deste contexto que Walt Disney deu origem a seu império.

*“Ao trocar a aparência do mundo físico pela ideia, o cartum coloca-se no mundo dos conceitos. A través do realismo tradicional, o desenhista de quadrinhos pode representar o mundo externo e, através do cartum, o mundo interno, o seu interior, a forma como ele vê o próprio mundo. Por isso, é certo falar que todo desenho vem carregado da ideologia de seu autor”. (MCCLLOUD, 2005, p. 41)*

A afirmação acima pode ser confirmada com a tirinha do cartunista argentino Quino. Nesta, percebe-se explicitamente a mensagem nas entrelinhas, o que o autor está querendo dizer, quando apresenta imagens contrárias ao que se está sendo dito.



(QUINO, LA COMUNIDAD EL PAIS, 2009)

Mais uma vez, a partir da análise do trabalho de Quino, que abusa da ironia a partir a utilização de um discurso onde prevalece a antítese, poder-se-ia

afirmar que nem sempre o desenho animado é direcionado ou produzido visando o público infantil.

### **1.3 Dos quadrinhos ao cinema – um sopro de vida na ilustração**

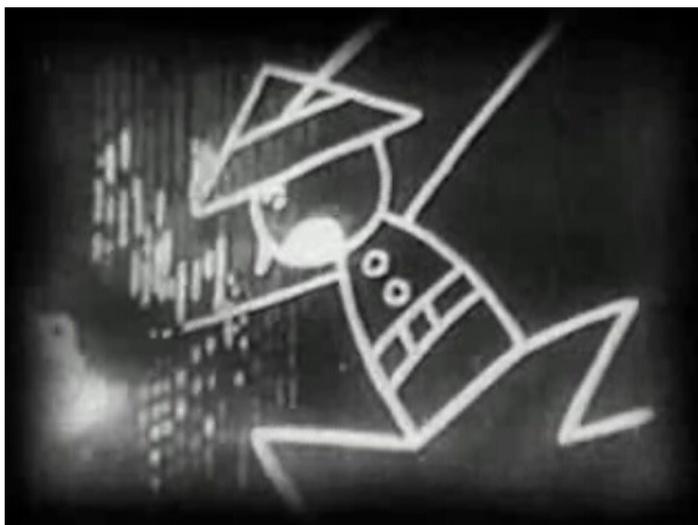
Foram os quadrinhos os grandes fornecedores de material para o cinema de animação. A possibilidade de dar vida à ilustração levou alguns apaixonados por desenhos a recorrerem a técnicas primitivas para obtenção da ilusão de movimento.

Segundo Luís Nogueira, no livro *Cinema de animação*, este foi totalmente construído por meio de desenhos, fotos ou bonecos estáticos: a arte dos movimentos desenhados. Embora tenha como objetivo a reconstrução do movimento, a animação difere do cinema ao vivo pelo seu processo de produção. O filme comum capta através da câmera um movimento por meio de registro de 24 fotogramas por segundo. O filme de animação consiste na captação quadro a quadro, que corresponde às unidades discretas do desenho, interrompendo-se a filmagem após a captação de cada fotograma. Assim, sua unidade fundamental é o desenho/fotograma, não o plano.

É com a aurora do cinema mudo que a animação ganha vida e permanece até os dias atuais. Segundo Evaldo Ferreira, no artigo *O primeiro desenho animado colorido no Brasil*, o desenho animado foi criado em 1877 pelo francês Émile Reynaud, que criou o praxinoscópio, um equipamento rudimentar, no qual consistia colar dentro de uma lata uma tira de papel com desenhos de bichos e pessoas se movimentando. Ao rodar a lata, os desenhos das fitas eram percebidos embaralhados e ganhavam vida. Isso se chamava animação – ato de dar alma, dar vida a uma ilustração. Depois, o praxinoscópio foi aperfeiçoado e começou a usar jogos de espelhos para projetar as imagens. A multiplicação das figuras desenhadas e a adaptação de uma lanterna de projeção possibilitaram a realização de truques que davam ilusão de movimento. Estava inventado, então, o desenho animado.

No entanto, segundo o *site* da Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais, atribui-se ao também francês Émile Cohl a paternidade

do cinema de animação. Levado pelo gosto por desenho, o ilustrador criou a animação *Fantasmagorie*, em 1908, o primeiro desenho animado do mundo reproduzido em um projetor de filmes moderno e cuja duração não ultrapassou dois minutos. Com contornos bem nítidos, Cohl deixou sua assinatura registrada na história do cinema. Ele foi o primeiro a contar uma história e também o pioneiro a mostrar em ação a mão do artista criando os traços animados, além de ser considerado o criador do primeiro personagem regular de desenhos animados, o Fantoche, um homenzinho que aparece em vários de seus trabalhos. A apresentação de *Fantasmagorie* foi feita no *Théâtre Du Gymnase*, em Paris. Anos depois do lançamento, Cohl foi para a cidade americana Fort Lee, próximo a Nova Iorque, onde trabalhou para o estúdio francês *Éclair* e espalhou sua técnica nos Estados Unidos. Émile Cohl, além de ilustrador, trabalhou como cenarista no teatro e era amigo de Georges Méliès, um dos responsáveis pela criação da arte cinematográfica através de trucagens e efeitos especiais. O período de sua maior produtividade foi entre 1906 e 1912 e toda a sua obra é composta por mais de 100 filmes, todos de curta duração, sempre tendo como matéria-prima pessoas, figuras recortadas, bonecos, marionetes ou desenhos. Ainda em vida, Cohl abriu as portas da animação para tantos outros. Em 1917, na Argentina, Quirino Cristiani criou *El Apóstol*, o primeira longa-metragem de animação, e em 1926 foi a vez da alemã Lotte Reiniger e do franco-húngaro Berthold Bartosch com o segunda longa-metragem entitulado “As Aventuras do Príncipe Achmed”.



(Fantasmagorie, de Émile Cohl)

Ao mesmo tempo em que a atividade cinematográfica no início do século XX se desenvolvia e se profissionalizava, o segmento da animação também evoluía e caminhava para um processo de industrialização. De acordo com Cláudia Farias, na publicação *O Cinema de Animação*, na primeira virada do século havia cada vez menos espaço para as experiências rudimentares similares às de Reynaud, ou mesmo Thomas Edison, que chegou a realizar um *stop motion* – uma técnica de animação que faz com que as coisas inanimadas pareçam ter movimento - *The Enchanted Drawing*, em 1900, considerado muito mais um simples efeito que propriamente uma técnica de animação. Da mesma forma que o público exigia cada vez mais qualidade nos filmes de ação ao vivo, os desenhos animados – que na maioria dos casos eram exibidos antes do filme principal – também deveriam acompanhar esta exigência. Ainda segundo a autora, nos EUA, o novaiorquino Winson McCay realizou, em 1909, o desenho animado de grande sucesso *Gertie, the Dinosaur*, entrando também para a galeria dos pioneiros do setor. McCay foi cartunista do New York Herald e criador de histórias em quadrinhos, hoje tidas como clássicas.

Vários outros cartunistas e caricaturistas de revistas e jornais também se interessaram pela técnica dos desenhos animados e desenvolveram trabalhos para as telas, ainda no período mudo. Entre eles, Henry Mayer, com sua série de curtas *Travelaugh's*; Bert Green, que trabalhava para o cine-jornal semanal Pathé News; Rube Goldberg, que realizava desenhos semanais também para os estúdios da Pathé; e John Randolph Bray, que abandonou seu emprego de cartunista no jornal Brooklin Eagle para tentar desenvolver novas técnicas de animação. Bray acreditava que deveria existir uma forma mais simples de realizar desenhos animados para o cinema, além do exaustivo sistema de desenhar milhares e milhares de pranchas individuais. Em 1910, ele realizou *The Achsund and the Sausage* (também conhecido como *The Artist's Dream*), mostrando um desenhista que interrompe seu trabalho deixando um desenho quase pronto no papel. Na sua ausência, o cachorro que ele estava desenhando ganha vida e come seu prato de salsichas. Nada exatamente criativo, segundo o ponto de vista de Cláudia Farias, lembrando até as primeiras experiências de Cohl, mas seu traço era firme e de qualidade, afirma a autora. Tanto, que através deste desenho, ele foi contratado por Charles Pathé, para quem realizou, em 1913, *Colonel Heeza Liar in Africa*, baseado no personagem Barão de Münchhausen. Divertido,

mentiroso e com mania de grandeza, o coronel Heeza Liar era, na realidade, uma sátira ao então presidente Theodore Roosevelt – mais uma representação da realidade. O personagem fez grande sucesso e se transformou numa série de desenhos animados muito bem recebida pelo público.

Enquanto desfrutava do prestígio de sua criação, Bray não abandonava sua ideia de simplificar e agilizar o processo de produção dos desenhos animados. Após muita pesquisa, em 11 de agosto de 1914, ele conseguiu registrar a patente de um novo e revolucionário método de animação, onde os desenhos não mais necessitariam ser exaustivamente copiados e repetidos. Pelo processo de Bray, o cenário permaneceria fixo e os objetos a serem animados seriam desenhados sobre folhas translúcidas. Trocando-se apenas estas folhas e não mais a prancha inteira, era possível realizar desenhos de forma mais rápida, mais barata e menos cansativa. Foi a partir desta técnica que o processo de industrialização da animação teve início. Este sistema, aliás, é utilizado até hoje. A invenção foi aperfeiçoada pelo colega, Earl Hurd, e, em 1917 ambos formaram a *Bray-Hurd Process Company* para a produção de desenhos animados de grande qualidade e igual sucesso dentro do novo sistema. Mais do que ótimas animações, a empresa de Bray produziu também talentos expressivos no setor. Entre eles, quatro jovens, que depois viriam a se tornar grandes nomes da animação: Walter Lantz: pai do Pica-Pau; Paul Terry, criador de *Al Falfa* (um velho fazendeiro de barbas brancas cujos desenhos passavam na TV brasileira até os anos 60), *Terrytoons*, que criou os corvos Faísca & Fumaça e Super Mouse; e Max Fleisher, que deu vida ao Popeye e Betty Boop. Mais tarde, em 1941, o Fleischer Studios formou parceria com a DC Comics para a produção de desenhos animados do Super-Homem.

É certo afirmar que para todo rato existe um gato. Na história dos desenhos animados não poderia ser diferente. Antes mesmo do simpático rato Mickey Mouse, um gato andou pelos “telhados” da animação. Gato Félix foi criado pelo cartunista Otto Messmer, na década de 1910, em uma revista chamada *Feline Follies*. O desenhista tinha planos de fazer algo diferente com seu personagem, um gato preto e branco. Otto Messmer desenhou um gato preto, esperto e divertido, um herói engraçado a quem o produtor John King batizou de Félix. Segundo a lenda, o nome Felix é uma combinação de felino e *felicity* (felicidade e sorte), pois o gato trazia boa sorte a todos que estavam com problemas.

No cinema, o Gato Félix apareceu pela primeira vez em 1º de setembro de 1919, conforme relato de Cláudia Farias, e o primeiro episódio, um curta-metragem, se chamou *Feline Folies*, onde o gato ainda não havia sido batizado. O nome Félix só veio no segundo capítulo, *Musical News* (1919) e depois em *The Adventures of Felix* (1919). O sucesso foi tanto que, em 1921, Pat Sullivan (que trabalhava com Messmer) se associou a M.J.Wrinkler na distribuição mundial do Gato Félix. O personagem realizou o caminho inverso do que se conhecia até então, transformando-se em história em quadrinhos para jornais, após o sucesso nas telas. Também, com muito sucesso, O Gato Félix estreou nos jornais americanos em 14 de agosto de 1923. Uma das características mais marcantes de Gato Félix era sua capacidade imediata de transformar sua cauda no que fosse necessário, desde um bastão de beisebol até um telescópio – vê-se aqui uma característica bem comum que reflete o modo de vida americano: as facilidades ao alcance das mãos. Os primeiros desenhos de Félix eram mudos. Com o passar do tempo, os traços de Gato Félix evoluíram, mas mantiveram sua aparência clássica em duas cores.

Gato Félix merece destaque, porque foi o primeiro desenho animado a ser transmitido para um receptor de TV. Isso aconteceu em 1928 nos laboratórios da *RCA Research Labs*. Para tal, foi utilizado um boneco do gato para efetuar os testes com um equipamento revolucionário e que o mundo jamais sonhara poder existir: a televisão. Gato Félix ficou tão famoso com esta máquina que invadia a casa das pessoas e se tornou quase um santuário entre as famílias americanas, que Charles Lindbergh pediu autorização a Otto e Oriolo para usá-lo como mascote de seu histórico voo sobre o Atlântico. Messmer e Oriolo começaram então a desenvolver um novo Gato Félix para a RCA, começando aqui o processo de industrialização do desenho animado para TV, que se diferenciaria da animação para o Cinema. A partir daí surgiu a incrível Bolsa Mágica do Gato Félix, uma maleta amarela, que também é a sua arma secreta e que poderia se transformar em qualquer coisa, inclusive de objetos muito grandes como aviões, helicópteros e automóveis. A partir de então, Gato Félix nunca se separaria de sua bolsa mágica e seria o único a abri-la ou usá-la em benefício próprio. Muitos tentaram roubá-la, como o Professor e seu ajudante Rock Bottom, mas Félix sempre tinha habilidade para escapar dos dois. Ele também contava com a ajuda de Poindexter, um menino gênio, que estava sempre em seu laboratório

construindo robôs e outras incríveis invenções, e também de outro amigo chamado Vavoom, que tinha uma grande força em seus pulmões. Outro fato interessante mencionado no livro de Roberto Elísio dos Santos, para ler os quadrinhos Disney, é o fato de Gato Félix fazer metalinguagem com as histórias em quadrinhos. “O balão da fala, por exemplo, pode tornar-se um pára-quadras”. (SANTOS, 2002, pág. 78)

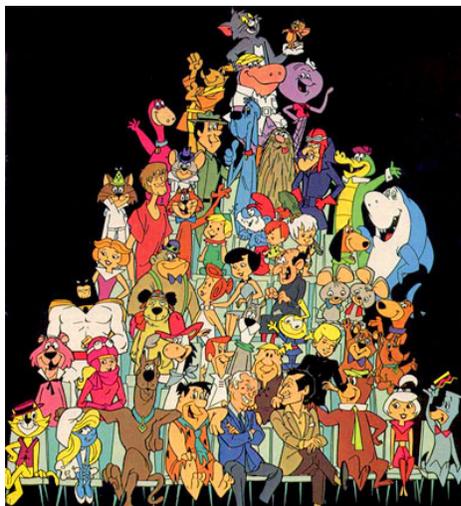
Nos anos 50, ainda segundo a autora, Oriolo desenvolveu um novo desenho animado do Gato Félix para a Trans Lux. Esse foi o desenho que se tornou mais conhecido no Brasil e de onde surgiram os personagens *Rock Bottom* e *Master Cylinder*. O filho de Joe Oriolo, Don Oriolo, seguindo os passos do pai, criou nos anos 80 o primeiro longa-metragem de Félix e, posteriormente, a série animada *Baby Felix*, um desenho animado que mostrava as aventuras do gatinho ainda bebê. Gato Félix foi apresentado no Brasil em diversos canais de televisão, entre eles a TV Globo, Record, Gazeta e a extinta TV Tupi. Apesar de ter surgido antes de Walt Disney se consolidar, Gato Félix só teve destaque e se tornou sucesso depois de Branca de Neve apresentar ao mundo os parâmetros Disney de animação.



(Gato Felix, de Otto Messmer)

## 1.4 O desenho animado na TV

A história da animação também teve dois outros protagonistas que mostraram ao mundo um novo jeito de fazer desenho animado. William Hanna e Joseph Barbera, juntos, criaram uma das maiores produtoras de desenho animado para a televisão, a HB Productions, e foram responsáveis por dezenas de personagens conhecidos mundialmente como Tom e Jerry, Os Flintstones, Zé Colméia, Os Jetsons, Dom Pixote, Manda-Chuva, Os Smurfs, Super Amigos, A Corrida Maluca, Guaguinho, Pepe Legal entre outros. Estas duas personalidades, com estilos completamente distintos, fizeram sucesso ao reunir suas aspirações e talentos numa época em que a animação para a televisão era considerada nada realista e contraproducente. Eles desenvolveram e aperfeiçoaram suas técnicas, tornando possível a produção semanal de um grande número de desenhos animados, mudando para sempre a forma como o mundo passou a ver a TV. Pode-se atribuir a Hanna e Barbera a difusão mundial dos desenhos animados na televisão, com uma forma de humor que condizia com os menos pacientes e mais bem informados. Suas criações eram rápidas, básicas e sem enfeites, mas projetando as sutilezas da animação com sátira e vários truques. Por exemplo, os telespectadores que assistiam ao Pepe Legal reconheciam sua alegre sátira às tramas de faroeste concebidas pelos produtores dos filmes americanos. Também fizeram rir aqueles que assistiam as artimanhas de Fred Flintstone e seu amigo Barney nos subúrbios da Idade da Pedra, cujas vidas, ironicamente, fariam com que eles se espelhassem no século XX. Foi o rato Jerry, criação da dupla de produtores ainda na antiga produtora, a MGM, que contracenou com o ator Gene Kelly no filme *Marujos do Amor (Anchors Aweigh)*, em 1945, fazendo com que este se tornasse o primeiro longa-metragem a usar a técnica da animação com artistas reais. Mais tarde, o filme *Uma Cilada para Roger Rabbit (Who Framed Roger Rabbit)*, em 1988, utilizou a mesma técnica.



(Principais personagens de Hanna Barbera)

A história de Hanna Barbera, segundo o *site* oficial do estúdio, começou em 1937, quando os dois desenhistas foram escalados para fazer parte do departamento de desenhos animados dos estúdios da MGM. Com o passar do ano, William Hanna e Joseph Barbera trabalharam juntos para produzir a história de um gato (Tom) que perseguia um rato (Jerry). A partir de então, foram quase duas décadas, que renderam a dupla algumas premiações, entre elas o Oscar de melhor curta de animação nos anos de 1943 (*The Yankee Doodle Mouse*), 1944 (*Mouse Trouble*), 1945 (*Quiet Please!*), 1946 (*The Cat Concerto*), 1948 (*The Little Orphan*), 1951 (*The Two Mouseketeers*) e 1952 (*Johann Mouse*). Em 1944, os desenhistas fundaram a HB Productions, mas somente a partir de 1957, que eles começaram a produzir para a televisão como produtora independente da MGM.

Outro grande nome da animação para TV foi Walter Lantz, o criador de Pica-Pau. Se por um lado, Hanna e Barbera representavam a MGM e, posteriormente, a HB Productions com suas criações, do outro estava Walter Lantz com seu próprio estúdio, Walter Lantz Productions, que era o principal fornecedor de desenhos animados para a Universal Studios. Os estúdios de Walter Lantz, de acordo com o *site* oficial, funcionaram de 1929 a 1972, quando o pai de Pica-Pau decidiu encerrar as atividades. Desde então, seus personagens continuaram a ser utilizados em séries de animação na televisão, em *merchandising* sob licenciamento, e como mascotes nos parques temáticos da Universal Studios.

O reconhecimento de Walter Lantz e de sua principal criação, o Pica-Pau, ainda de acordo com o *site*, só aconteceu quando os curtas animados passaram a ser exibidos na televisão. Devido a dificuldades financeiras no final da década de 1940, Lantz teve que fechar seu estúdio por mais de um ano e só reabri-lo em 1951, quando a Universal recomeçou a distribuição de suas criações. Como ele estava lutando financeiramente, a longevidade do Pica-Pau foi assegurada quando seus desenhos passaram a ser exibidos na televisão, no programa *The Woody Woodpecker Show*. A partir de então, Pica-Pau passou a ser reconhecido internacionalmente e entregou a Walter Lantz alguns dos principais prêmios da animação: 1959 – melhor cartunista dos Estados Unidos; 1953 – Prêmio Annie, da Sociedade Internacional de Animação, de Hollywood; 1979 - Oscar honorário, por entreter e dar alegria ao mundo com seus desenhos animados; 1986 – Pica-Pau recebe uma estrela na Calçada da Fama.



(Pica-Pau, de Walter Lantz)

No Brasil, Pica-Pau, de acordo com a publicação de Evaldo Ferreira, foi o primeiro desenho animado a ser exibido na TV brasileira, pela extinta TV Tupi, um dia após a sua inauguração, em 19 de setembro de 1950. Nessa época, os desenhos eram exibidos com a dublagem original (inglês), pois a dublagem em português só surgiria em 1957. A primeira emissora de televisão brasileira a transmitir os curtas do Pica-Pau com dublagem em português foi a TV Record, na década de 1960. Alguns anos depois, o SBT tomou posse do desenho até 2002. Em 2003, a Rede Globo começou a transmitir o desenho com os episódios remasterizados até 2005, quando a emissora deixou de exibi-lo definitivamente.

Indiscutivelmente, atribui-se à TV a sobrevivência e o sucesso dos desenhos animados até os dias de hoje. Do início das primeiras transmissões de imagens televisivas ao botão do controle remoto, o mundo foi assistindo a evolução e o desenvolvimento vertiginoso da televisão, um dos mais poderosos meios de comunicação já concebidos pelo homem. Com o advento da TV em cores, as obras de grandes mestres da animação foram ganhando popularidade, não só nos Estados Unidos, mas em todo o mundo, apresentando personagens que conquistaram gerações e ainda hoje fazem parte do imaginário coletivo.

### **1.5 Infantilização e antropomorfização nas produções Disney**

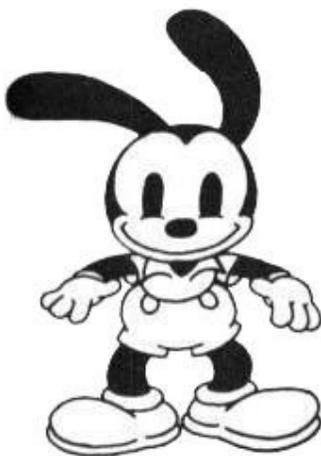
“Não faço filmes especialmente dedicados às crianças. Chamemos a criança de inocência. Mesmo o pior de nós não é desprovido de inocência, ainda que ela esteja profundamente enterrada. Em minha obra, eu tento alcançar e falar a essa inocência”. (DISNEY apud ELIOT, 1993, p.abertura)

É impossível falar de histórias em quadrinhos e desenhos animados sem mencionar o maior e mais famoso produtor de todos os tempos. Apesar de não ser o pioneiro na técnica da animação e de não ter sido motivado exclusivamente por alguma ideologia política, Walt Disney teve seu mérito e construiu um império de entretenimento pautado pelos valores do *american way of life*: o modo como os EUA se sonham e se redimem; o modo pelo qual a metrópole exige que seja representada a realidade para a sua própria salvação. Enfim, Walt Disney foi e ainda hoje é parte da habitual representação do imaginário coletivo.

O império Disney é cercado de polêmicas e controvérsias. Para entender o universo desta construção, é preciso desconstruir toda magia e encanto que Disney deixou como marca registrada e levar em consideração que o criador de Branca de Neve e pai do camundongo Mickey era também, além de desenhista e produtor, um empresário que estava dando o pontapé inicial para uma das maiores e mais rentáveis indústrias do mundo: a do entretenimento.

Foi na década de 20 que Walt Disney saiu do anonimato para o estrelato, quando se dedicou ao desenho de um personagem animado que crescia em popularidade: Oswald - *The Lucky Rabbit*, o esperto coelho (muito parecido com o Mickey) foi um produto para a distribuidora Universal, que mais tarde viria rescindir o contrato e deixar Walt Disney na mão, sem direito de uso de sua criação. A Universal não conseguiu prosseguir com o sucesso de Oswald e acabou desistindo do personagem. Tempos depois, Walter Lantz utilizou o personagem em alguns curtas da turma do Pica-Pau, conforme registros do estúdio. Há que se considerar a presença da Universal durante toda a vida de Walt Disney. Da perda de Oswald, no início da carreira, à construção de seu império no estado da Flórida, a produtora concorrente caminhou lado-a-lado com o rival: Mickey Mouse *versus* Pica-Pau; *Magic Kingdom* (o parque temático) *versus* os parques *Universal Studios* e *Universal Island of Adventure*. – localizados muito próximos ao complexo *Disneyworld*.

A perda de Oswald levou Walt Disney a se dedicar a novas criações. O dito popular afirma que foi numa viagem de trem, com um pedaço de papel e um lápis na mão, que o camundongo Mickey Mouse foi criado. O nome, com apenas duas sílabas, estaria muito próximo aos nomes dados aos animais de estimação. Foi a partir daí que começou a carreira de um dos personagens mais conhecidos do mundo.



(Oswald, a primeira criação de Walt Disney)

De acordo com Neal Gabler, no livro *Walt Disney: o triunfo da imaginação americana*, Disney entregou seus desenhos para o animador Ub Iwerks, que seria na verdade o primeiro animador e criador do Mickey Mouse no cinema de animação. Em um pequeno estúdio, eles criaram o primeiro desenho animado do simpático rato: *Plane Crazy*. Ainda em 1928, Walt Disney produziu o segundo curta *The Gallopin e Gaúcho*. O grande problema é que ninguém queria distribuir estes curtas, porque não havia nada de especial neles. Após os fracassos, a equipe de Disney produziu *Steamboat Willie* (1928), a partir de uma ideia inspirada no filme *Marinheiro por Descuido*, com Buster Keaton. Mickey Mouse era o “astro” principal. O resultado da animação parecia bastante satisfatório, mas com o estrondoso sucesso do filme falado “*O Cantor de Jazz*” (1927), seria insensatez lançar um filme mudo. Walt Disney determinou então que fosse adicionada uma trilha de ruídos, efeitos e músicas ao novo desenho. A voz do ratinho ele mesmo dublou (o que acabou fazendo por muitos anos). Mas bastou um pequeno comentário maldoso de Flora Disney, sua mãe, sobre a feminilidade na voz de Mickey, que Walt deixou sem fala o rato em “*Fantasia*”, o primeiro longa-metragem do camundongo. Assim, *Steamboat Willie* finalmente estreou em Nova Iorque, em novembro de 1928.

Ainda segundo o autor, em suas primeiras aparições, Mickey era excessivamente travesso e tinha um lado mais perverso do que de bondade. Não raro se via animações do famoso rato puxando um rabo de gato ou sendo um pouco exagerado nas ações. O desenho animado de Mickey Mouse também sofreu muitas edições. Se uma cena era considerada inapropriada, Walt Disney era obrigado a cortar a imagem. O perfil agressivo de Mickey, logo nas primeiras atuações, fez com que Disney recebesse uma infinidade de reclamações da conservadora sociedade americana. Desse modo, ele mudou o jeito de ser de Mickey e transformou o maldoso personagem num simpático ratinho, conferindo-lhe o sinônimo de “bom moço”, título que ele mantém até os dias de hoje, sob as características de personalidade como otimismo, ingenuidade, inteligência, liderança e pureza.

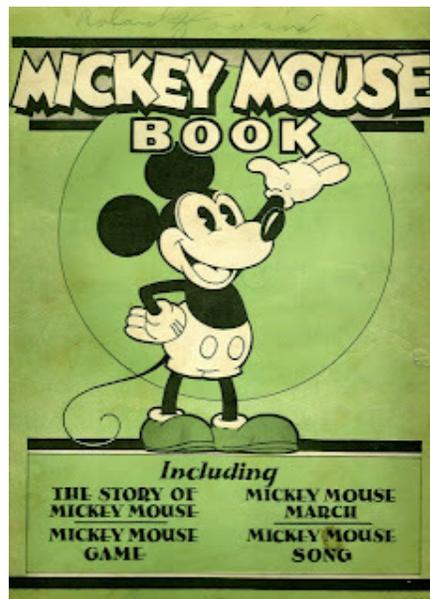
“As características do espaço mágico Disney podem ser exemplificadas em Mickey, que aparentemente é o próprio personagem descrito por Karl Marx na ideologia alemã: num dia pesca, em outro, torna-se lenhador e, no terceiro, um

crítico literário. E ele pode livremente dedicar-se à atividade que mais lhe agrada, porque o mundo em que vive é a utopia passada e futura do adulto, é o reino da abundância. (...) Mickey pode ser visto como uma representação do poder, mas um poder assumido pelo indivíduo por seus próprios méritos e qualidades, das quais as mais importantes são honestidade, coragem, lealdade e astúcia". (DORFMAN e MATELLART, 1980)

Em meio a densas nuvens, as realizações de “tio” Walt – como ele gostava de ser reconhecido - refletem a tendência para a imposição cultural dos Estados Unidos no início do século XX e suas atividades patrióticas na disseminação do conservadorismo americano frente a questões como família, lar, trabalho e relações sociais. Com Walt Disney é possível confirmar que todo desenho animado vem carregado de ideologia, pois suas criações foram transformadas em mercadorias e passaram a ter valor de troca para atender às demandas da indústria do entretenimento. Foram os personagens de Walt Disney, mais precisamente Mickey, que abriu as portas para o licenciamento de produtos com personagens de desenhos animados. Isto aconteceu na década de 1930, quando o estúdio Disney enfrentava dificuldades financeiras. A proposta de comercializar produtos com a imagem de seus personagens parecia uma saída para a crise. Foi então que Mickey começou a aparecer em relógios, roupas, brinquedos. De acordo com o Roberto Elísio dos Santos, o trenzinho conduzido por Mickey e Minie foi sucesso de vendas na época do Natal, além de outros bonecos e artigos, que renderam um lucro anual acima de 2 milhões de dólares e garantiram também a publicidade do estúdio. O licenciamento dos personagens também chegou às histórias em quadrinhos. Marc Eliot cita, no livro *Walt Disney o príncipe sombrio de Hollywood* que, ao descobrir essa fonte de renda, Walt Disney passou a pesquisar novos arranjos publicitários, “*Rapidamente fechou acordo com a Bibbo Lang, uma pequena editora de Nova Iorque, para a publicação de “The Mickey Mouse Book”*”. (ELIOT, 1993, pág. 95-6). O livro era um volume de 16 páginas, que incluía uma história original escrita por uma criança de onze anos, a filha de Bibbo; um jogo, fotos do Mickey e a letra de uma canção. O sucesso foi tão grande, que foram vendidos quase 100 mil cópias no primeiro ano após a publicação. Disney também licenciou os direitos de publicação de uma tira cômica de Mickey Mouse, que levou o camundongo a sair do anonimato e ser reconhecido internacionalmente. A

tira fez mais sucesso que o desenho animado do personagem e foi responsável por transformar Mickey em um rosto familiar em todo o mundo.

“Por volta de 1932, fãs clube do Mickey Mouse registravam em conjunto mais de um milhão de membros associados só nos Estados Unidos, com novos clubes sendo inaugurados a cada dia”. (SANTOS, 2002, pág. 93)



(Mickey Mouse Book, primeiro personagem de Walt Disney com imagem licenciada)

O desenho animado e as histórias em quadrinhos de Walt Disney, a princípio, não foram criados para atender à demanda infantil, pelo contrário, foram desenhos feitos para adultos, apesar das produções infantilizadas e antropomorfizadas. No entanto, a infantilização dos personagens foi o ingrediente principal que despertou a atenção de crianças. Esta infantilização na animação veio com Disney e a sua ideia de mostrar em suas criações o lado alegre da vida e a naturalidade, que apenas servia para inocentar o mundo dos adultos e mitificar o mundo da infância. É também por isso que Disney utiliza-se de animais para criar seus personagens – à moda dos fabulistas históricos como Esopo, que utilizava de forma alegórica bichos como personagens em suas narrativas para criticar o comportamento dos homens e, assim, ensinar-lhes lições de moral.

“O bicho perde sua característica natural, instintiva, e torna-se caricatura do homem... não é um animal travestido de gente, mas, ao contrário, um homem disfarçado de bicho que, portanto, pode agir como uma “pessoa” comum (pode morar em casa, dirigir automóvel, trabalhar e é passível de sentir medo, solidão, raiva e contentamento). A verossimilhança, a empatia do público com um personagem tão absurdo, vai ser possível por mecanismos muito simples: a fantasia e o humor (ou ironia)”. (SANTOS, 2002, pág. 77)

A afirmação de Santos pode ser entendida como a forma que Disney encontrou para prender a atenção da criança e convidá-la a um mundo no qual ela pensa que terá liberdade de movimento e criação, sendo respaldadas por seres carinhosos e também irresponsáveis como ela própria. Walt Disney se aproveitou dos arquétipos dos animais para criar a personalidade de seus personagens, assim como as narrativas que viriam se tornar os grandes clássicos Disney.

“O uso de animais humanizados livra o autor das limitações da sociedade humana: pode distorcê-los ou reestruturá-los impunemente para parodiar ou satirizar as ações de seu companheiro, o homem,...a atribuição de inteligência aos animais é, acima de tudo, uma das fantasias primárias da infância”. (SANTOS, 2002, pág. 78)

O sucesso de Mickey Mouse abriu espaço para que “tio” Walt desse o primeiro passo para a concretização da grande aventura de sua carreira, como era considerada pelos críticos, imprensa e estúdios da época: a produção de um longa-metragem animado. Os motivos que levaram Disney a essa produção tinham mais a ver com a depressão que o país estava enfrentando, assim como à conseqüente queda da frequência nas salas de exibição dos curtas animados, do que propriamente uma motivação artística ou ideológica. Foi desse descompasso sócio-econômico nos Estados Unidos que Disney lançou mão de produzir a sua grande e mais primorosa obra: *Branca de Neve e os Sete Anões*. Uma animação baseada nos contos de fadas góticos do século XIX e que consagrou Walt Disney na animação.

É bem verdade que Branca de Neve não foi pensada com exclusividade, nem sequer foi a segunda ou terceira opção de Disney. A “queridinha” que ganharia vida e se tornaria a primeira animação de longa-metragem para

alavancar a indústria do entretenimento nos EUA, segundo Eliot, seria Alice e seu maravilhoso mundo, de Lewis Carrol, mas os estúdios da Commonwealth saíram na frente e lançaram um longa da ingênua menina com artistas reais. As outras opções de Walt Disney antes de Branca de Neve foram *Rip Van Winkle* e *Babe in Toyland* – ambos, por conta de direitos autorais não foram levados adiante. Mas Branca de Neve, seja por obra do acaso ou pura falta de opção, venceu a concorrência e, vitoriosa e em meio a tanto glamour, entregou a seu criador a tão sonhada estatueta – sinônimo de mérito e genialidade no cinema. É por isso que *Branca de Neve e os Sete Anões* mereceu um capítulo a parte nesta dissertação, por ser a representação imagética do primeiro conto de fadas.



(Branca de Neve e os Sete Anões, primeiro longa da história da animação)

Depois de Branca de Neve, a “fábrica” Disney colocou em produção outros cinco longas-metragens: Pinóquio (1940), Fantasia (1940), Dumbo (1941), Bambi (1942) e Cinderela (1950) – produzidos e concluídos entre os anos de 1940 e 1950 - o período áureo da animação Disney. Segundo Marc Eliot, cada um dos filmes é considerado uma obra-prima e reflete o tema maior e único de Disney, que também seria o mesmo que o atormentou e o acompanhou por toda sua vida: a santidade da família e as trágicas conseqüências quando esta é violada. Nestes filmes, ainda segundo Eliot, todos os heróis de Disney começam com grandes defeitos de personalidade, exteriorizados pela perda ou ausência da figura dos pais (todos os tormentos de Walt Disney passam pela premissa da relação

edipiana mãe/filho. Ele morreu sem saber – apesar das investigações conduzidas em diversas fases de sua vida - se realmente foi uma criança adotada, fruto de um relacionamento extra-conjugal de seu pai ou se era realmente filho legítimo de ambos). Foi a procura por esta verdade que, em última instância, transformara-se na busca pela conquista da redenção. Assim como em sua vida, que teve um final “hollywoodiano”, todos os seus personagens também conseguem esta redenção. Fato este facilmente perceptível nas cenas em que o príncipe encantado acorda Branca de Neve do sono da morte, na união sacramental de Bambi e Feline, na aurora de Dumbo, ao conseguir voar com suas orelhas, e na alegria do boneco de madeira Pinóquio por conseguir que Geppeto se transformasse em seu verdadeiro pai.



(Personagens de Walt Disney)

“Ao descobrir que não conseguia provar de modo conclusivo onde, quando ou até mesmo de quem nascera, foi a possibilidade, muito mais que o fato de ter sido adotado ou o fruto de uma relação extra-conjugal que atormentou Walt Disney pelo resto de sua vida e turvou muitos personagens de seus melhores filmes. São dignos de nota a filha adotiva abandonada no bosque, em Branca de Neve; o boneco de madeira que sonha em ser o verdadeiro filho de Geppeto, em Pinóquio; o pequeno animal da floresta que perde a mãe e é separado do pai, em Bambi; o aprendiz em temerosa servidão, em O Aprendiz de Feiticeiro, de Fantasia; e o bebê elefante separado de sua verdadeira mãe, em Dumbo. Em muitas produções menores de Disney, o tema do abandono emerge, por exemplo, como no líder órfão dos Meninos Perdidos, de Peter Pan; Cinderela e suas irmãs de criação; os animais abandonados, em A Dama e o Vagabundo; os cães adotados, em Os Cento e Um Dálmatas; e a relação pai/filho idealizada entre Jim Hawkins e Long John Silver, em A Ilha do Tesouro. Todos esses filmes têm em comum a busca empreendida por seus personagens principais, no sentido de encontrar seus verdadeiros pais. Os que interferem nessa busca, usualmente símbolos da autoridade do mal, completam a dramática metáfora

entre a dúvida e a convicção moral recorrente nos filmes de Disney”.  
(ELIOT,1993,P.216)

Walt Disney foi realmente um gênio da animação, ao conseguir fascinar jovens e adultos, além das crianças, é claro, em suas produções caracterizadamente infantis e tristes. A linguagem, a cor, os movimentos, as sequências fílmicas, tudo foi minimamente estudado, analisado e refeito dezenas de vezes, para que suas produções chegassem ao nível da perfeição e encantassem a todos, independentemente de idade, sexo e nacionalidade. No entanto, para explicar essa forma, a qual os indivíduos são submetidos às produções Disney, Ariel Dorfman e Armand Mattelart, no livro *Para ler Pato Donald - comunicação de massa e colonialismo*, afirmam:

“Os adultos criam um mundo infantil onde possam reconhecer e confirmar suas aspirações e concepções angelicais e que na literatura infantil é onde se pode melhor estudar os disfarces e verdades do homem contemporâneo, porque é onde menos se pensa encontrá-lo”  
(DORFMAN e MATTELART, pág. 19).

É por isso que o adulto defende cegamente essa fonte de eterna juventude, escamoteando a sua realidade com produções infantilizadas. Isto explica o motivo de desenhos animados e histórias em quadrinhos terem sido exibidos antes de filmes convencionais e fazer parte dos jornais semanalmente, além de serem consumidos vorazmente por um público mais velho.

*“O mundo Disney deixou de representar aspirações para expressar valores e representações da problemática de seus produtores adultos, validando a crítica de que, ante todo, a criança, para estas publicações, é um ser adulto em miniatura”. (DORFMAN e MATELLART, 1980, p.19)*

Outra forte característica de Walt Disney foi a criação de toda uma geração de personagens órfãos, cuja figura dos pais é sempre ocultada nas histórias, mas a legitimação da representação do ambiente familiar, tão valorizado pela sociedade norte-americana, se confirma. Sendo assim, o *home-sweet-home*, o lar-doce-lar dos personagens de Walt Disney, encontra-se recheado de tios e sobrinhos, que tampouco são filhos de irmão ou irmã (inexistentes). Neste clã de

famílias compostas sob a ótica do extraordinário – como regem os contos de fadas, os mitos e as fábulas – já que os personagens não nascem e muito pelo contrário aparecem já nascidos, eles simplesmente aparecem, o deslocamento de tio e sobrinhos no contexto é rotineiro e não se pode cobrar quaisquer responsabilidades dos personagens. A estrutura do personagem órfão sugere que é a sua mente que arma tudo e que a cabeça é a única fonte de criatividade. Nesta lógica, o roteirista pode agregar quantos personagens quiser e retirá-los de cena, sem que sofra censura por parte dos receptores. Eles não precisam ser inseminados por alguém. O mundo Disney é classificado por Dorfman e Mattelart como um verdadeiro “orfanato mental”, já que não existe a possibilidade de fuga dos personagens, apesar deles aparecerem em inúmeros deslocamentos geográficos. Eles podem passar por diversas aventuras, mas sempre retornam às suas velhas estruturas de poder: manda mais quem é mais velho, mais belo ou mais rico. Este “orfanato mental” tem total relação com a gênese dos personagens - como eles não nascem, não podem crescer. Não existe continuidade.

“Walt Disney só aproveita o fundo natural da criança naqueles elementos que lhe servem para inocentar o mundo dos adultos e mitificar o mundo da infância. Tudo aquilo que verdadeiramente pertence à criança, sua confiança ilimitada e cega (e, portanto, maleável), sua espontaneidade criativa (como demonstrou Piaget), sua incrível capacidade de amar sem reservas e sem condições, sua imaginação que desponta em torno e através dos objetos que a rodeia, sua alegria que não nasce do interesse foram, em troca, mutilados deste fundo natural. Esconde-se sobre a crueldade, a chantagem, a dureza, o aproveitamento das debilidades alheias, a inveja, o terror. A criança aprende a odiar socialmente ao não encontrar exemplos para encarnar seu próprio afeto natural. Enfim, Disney é o pior inimigo na colaboração entre pais e filhos”. (DORFMAN e MATTELART, 1980, p.30)

A afirmação acima serve para confirmar que Walt Disney, o homem gentil, marido amoroso e dedicado pai é mais uma construção dos meios de comunicação e um produto gerado pela publicidade de seus personagens, para ser digerido por uma massa afoita por entretenimento e enxergar em suas produções o mundo maravilhoso que não é acessível a eles. Walt Disney é justamente o lado comercial de suas criações: um homem capitalista, que usou o lado criativo com o apelo da fantasia em suas criações para emocionar o público, construir o seu império e gerar uma legião de fãs pelo mundo.



(Pato Donald e seus sobrinhos Huguinho, Zezinho e Luisinho)

No Brasil, com discurso de religiosidade bem característico do país, que *Sinfonia Amazônica*, o primeiro longa-metragem animado brasileiro, estreou nos cinemas em 1953, pelas mãos do jovem desenhista Anélio Latini Filho. A produção do filme foi um reflexo do que a indústria cultural americana na década de 50 estava apresentando ao Brasil.

Na animação brasileira, a mesma “fôrma de bolo” usada por Walt Disney para criar sua Branca de Neve e tantos outros títulos foi usada por Latini. Os personagens, o enredo, o cenário, a sequência, a antropomorfização, enfim, tudo que está presente na obra do desenhista é uma reprodução fiel da forma Disney de fazer animações, mas não por isso menos primorosa. *Sinfonia Amazônica* foi uma obra-prima esculpida minuciosamente por uma única mão, em quase seis anos de dedicação exclusiva, totalizando mais de 500 mil desenhos produzidos e muita criatividade para contar a história de sete lendas amazônicas interligadas pelo indiozinho, que tem um boto como companheiro de aventura. Latini nunca negou a influência de Walt Disney em sua obra, tanto que a trilha sonora foi inspirada em *Fantasia*, longa-metragem do camundongo Mickey. Ele ainda usou peças clássicas de Wagner e Mendelsohn na trilha sonora, mas deu também um tom de brasilidade, quando incluiu composições feitas por seu irmão Mário Latini no famoso ritmo brasileiro: o samba. Destaca-se aqui a genialidade de Latini ao animar com perfeição o samba que Walt Disney não foi capaz de fazer no curta *Aquarela do Brasil*, em 1942, quando Zé Carioca e Pato Donald se encontram nos calçadões de Copacabana. Zé Carioca, segundo Roberto Elísio dos Santos, foi

criado originalmente durante a Segunda Guerra, com o objetivo de angariar a simpatia do governo e do povo brasileiro à causa aliada.

Tamanha genialidade é explicada pela forma como sua obra foi produzida. Anélio Latini Filho, pacientemente, andou por mares até então nunca navegados no Brasil. Ele mesmo criou a sua própria técnica, devido aos poucos recursos e à ausência de escolas de animação. Da criação à finalização, todas as etapas que envolveram a animação foram feitas apenas por ele. O método de sincronizar imagem e som foi um grande exemplo de criatividade. Latini transformou os termos musicais em números. Desta forma, a velocidade do movimento da ação deveria ajustar-se com o espaço musical. Sendo assim, cada movimento do personagem foi calculado juntamente com a correspondência na fase musical. Só depois de toda a música calculada é que Anélio começou efetivamente a etapa da animação.

*Sinfonia Amazônica* foi sucesso de público e crítica, lotou as salas de cinema e se tornou um marco histórico, dando ao Brasil destaque internacional, no que diz respeito à animação. Mas a imposição cultural e tudo que chegou ao país no apogeu dos anos 50, quando a televisão adentra os lares e transforma a vida e os hábitos da família brasileira, não deram oportunidade para que Anélio Latini Filho prosseguisse em outros projetos. O gigante americano fez silenciar a primeira e única sinfonia do brasileiro.



(Sinfonia Amazônica, primeiro desenho animado brasileiro)

**CAPÍTULO 2**  
**A IMPOSIÇÃO CULTURAL NA CONSTRUÇÃO DE VALORES E**  
**DISSEMINAÇÃO DE IDEOLOGIA**

## 2.1 Cultura de Massa e Meios de Comunicação

“Enquanto a indústria cultural... inegavelmente especula sobre o nível de consciência e de inconsciência de milhões aos quais ela se dirige, as massas não serão algo primário, mas secundário, algo determinado por meio de cálculos, o apêndice da maquinaria. O cliente não é, como o quer fazer crer a indústria cultural, o soberano, não é seu sujeito, mas seu objeto. O termo meios de comunicação de massa, que surgiu sorrateiramente, transfere o acento para o inofensivo. Tanto não se trata em primeiro lugar de massas, quanto tampouco de técnicas de comunicação como tais... As massas não são a medida, mas a ideologia da indústria cultural, por menos que esta possa existir e na medida em que esta não se adapte às massas... Os bens culturais da indústria orientam-se... Pelo princípio de sua utilização”. (ADORNO apud MARCONDES, 1985, pág. 3)

Para entender o comportamento do indivíduo frente à recepção de uma mensagem, é preciso, primeiramente, avaliar o contexto cultural ao qual ele está submetido. O ser humano, desde seu nascimento, já está inserido num processo de recebimento de informações, que determinará suas preferências e o conceituará sobre o mundo. Essas informações nada mais são do que a apreensão e transmissão de conhecimentos e vão originar o que chamamos de identidade social, que está relacionada exatamente às formas pelas quais somos representados nos sistemas culturais.

Tomando a cultura sob a ótica de Raymond Williams, *Cultura*, como um modo de vida global de um povo ou simplesmente um sistema de significações, mediante o qual necessariamente uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada, a definição leva a crer que a cultura pode ser apreendida também como uma dimensão simbólica da vida, que se sustenta por meio da comunicação, como afirma Monclar Valverde no texto *A Transformação Mediática dos Modos de Significação*. Ainda segundo Valverde, o termo cultura refere-se a todos os procedimentos apreendidos socialmente, isto é, ao domínio em que se dá a produção e reprodução simbólica da sociedade. Por ser um elemento ativo na transformação social, a cultura passou a fazer referência ao conjunto de valores e bens herdados e compartilhados ou a práticas que expressariam um comportamento coletivo.

“Se, num sentido antropológico, a cultura está em tudo aquilo que o homem faz e se objetiva em discursos, produtos, ritos e instituições transmitidos socialmente, basta nascer para fazer parte de uma cultura”.  
(VALVERDE, 2009)

Num sentido geral, a cultura, enquanto meio simbólico assegura uma identidade social e confere ao sujeito a inclusão num grupo, além de abordar os grandes momentos da vida comum, proporcionando também material abundante para as fantasias e sonhos, modelando o pensamento, o comportamento e as identidades.

De acordo com Muniz Sodré no livro *A Comunicação do Grotesco*, todo agrupamento humano só se torna possível mediante uma coerência interna – a cultura - que é também a sua estrutura. Entende-se aqui que a cultura e a comunicação estão interligadas por meio de uma dimensão simbólica, que é exatamente esta estrutura. Não existiria sociedade, por mais arcaica que fosse sem um sistema de comunicação. Logo, toda cultura é uma estrutura de comunicação, que só pode ser compreendida pelo conhecimento do seu código. Sendo a cultura uma estrutura de comunicação e a comunicação a troca de informações possibilitada por códigos, para conhecer uma cultura, é preciso entender este sistema, ou seja, é preciso começar pelos códigos do sistema de comunicação.

Muniz Sodré afirma que “*um sistema de comunicação pode servir como barômetro do desenvolvimento econômico de um país e como espelho de suas características sócio-político-culturais.*” (SODRÉ, 1992, pág. 13). O surgimento da cultura de massa se deu com o progresso e a multiplicação dos veículos de comunicação de massa, que foram os principais produtos da indústria cultural.

“Como causas subjacentes necessárias, mencionam-se os fenômenos da urbanização crescente, da formação de públicos de massa e do aumento das necessidades de lazer. Portanto, o que se convencionou chamar de cultura de massa tem como pressuposto, e como suporte tecnológico, a instauração de um sistema moderno de comunicação (os mass media, ou veículos de massa) ajustado a um quadro social propício”. (SODRÉ, 1992, pág. 13)

A cultura de massa é um produto dos meios de comunicação, por estar relacionada exatamente ao progresso tecnológico e a um sistema moderno de transmissão de informação. No entanto, para entender os efeitos da cultura de massa é necessário entender e começar pela indústria cultural.

No livro *Indústria Cultural e Sociedade*, Theodor Adorno é da teoria de que a Indústria Cultural impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e decidir conscientemente. A afirmação vem ao encontro ao que o teórico explica sobre os valores humanos e sociedade. Ele afirma que estes valores foram deixados de lado em troca do interesse econômico. A lei do mercado passou a reger a sociedade e, com isso, os indivíduos teriam que se adaptar a esta ideologia para que pudessem sobreviver e serem aceitos nesta sociedade. Neste contexto, tudo se torna negócio e seus fins comerciais são realizados por meio de uma sistemática e programada exploração de bens culturais. O grande objetivo da indústria cultural, ainda segundo Adorno, é proporcionar ao indivíduo necessidades do sistema vigente (consumo incessante), fazendo com que o sujeito se torne eternamente insatisfeito, pois o grande cerne da indústria cultural é a produção em série e sua descartabilidade. Com isso, o campo se torna maior e apropriado para a disseminação por meio de objetos culturais, que ainda fazem uso dos meios de comunicação de massa para alcançar estes objetivos. A indústria cultural oferece produtos que promovem uma satisfação compensatória e efêmera, preenchendo moralmente os indivíduos e submetendo-os a seu monopólio, tornando-os assim acríticos, tendo em vista que seus produtos são adquiridos espontaneamente. O Cinema, um meio de comunicação de massa, por exemplo, que antes era um mecanismo apenas de lazer, torna-se um elemento do mundo industrial moderno e eficaz meio de disseminação ideológica da cultura dominante e, conseqüentemente, tudo que esteja atrelado a ela. Desta forma, os produtos da indústria cultural serão consumidos, mesmo em estado de distração, como no caso de uma exibição cinematográfica. Em suma, a indústria cultural, a partir da ótica de Adorno, tem por objetivo possuir padrões que se repetem com a intenção de formar uma estética ou uma percepção comum.

“O mundo inteiro é forçado a passar pelo crivo da indústria cultural. A velha experiência do espectador cinematográfico, para quem a rua lá de fora

parece a continuação do espetáculo que acabou de ver – pois este quer precisamente reproduzir de modo exato o mundo percebido cotidianamente – tornou-se o critério da produção. Quanto mais densa e integral a duplicação dos objetos empíricos por parte de suas técnicas, tanto mais fácil crer que o mundo de fora é o simples prolongamento daquele que se acaba de ver no cinema. Desde a brusca introdução da trilha sonora, o processo de reprodução mecânica passou inteiramente ao serviço desse desígnio (...) o filme exercita as próprias vítimas em identificá-los com a realidade”. (ADORNO, 2002, pág.15-16)

Se por um lado, a indústria cultural de Adorno tem função de reproduzir em série, para satisfazer e despertar na massa o consumismo por sua ideologia apresentada em forma de produtos e, assim, formar uma sociedade inconsciente, Walter Benjamin abriu uma nova discussão, quando no texto *A obra de arte na época da reprodutibilidade técnica*, ele afirma que, com a reprodução, a obra de arte, antes disponível apenas para uma pequena camada da elite social e encoberta por uma “aura religiosa” que atesta sua autoridade e seu caráter sagrado, se emancipou pela primeira vez na história de sua existência, destacando-se do ritual e permitindo assim que se formasse um novo conceito. De acordo com Agnelo Fedel, no livro *Os iconógrafos*, “essa concepção de criação e desenvolvimento de uma “aura religiosa” para a obra de arte é, para Benjamin, o principal ponto de encontro da sociedade de massa com a própria obra de arte, agora transformada em objetos reproduzidos em série, distribuídos pelos meios difusores e de comunicação”. (FEDEL, 2007). Benjamin aponta ainda para questões importantes como a noção de autenticidade, o valor do culto e a unicidade. Enfim, segundo o filósofo, a obra de arte reproduzida é cada vez mais uma reprodução de uma obra criada para ser reproduzida. “*A chapa fotográfica, por exemplo, permite uma grande variedade de cópias; a questão da autenticidade nas cópias não tem nenhum sentido*”. (BENJAMIN, 2000).

O que faz com que uma coisa seja autêntica é tudo o que ela contém de originariamente transmissível, desde sua duração material até seu poder de testemunho histórico. Como esse testemunho repousa sobre essa duração, no caso da reprodução, em que o primeiro elemento escapa aos homens, o segundo - o testemunho histórico da coisa - encontra-se

igualmente abalado. Não em dose maior, por certo, mas o que é assim abalado é a própria autoria da coisa (BENJAMIN, 2000, p. 225).

Desta forma, Benjamin coloca em questionamento e parece contradizer a teoria de Adorno sobre a indústria cultural. É até passível de se afirmar que exista um certo entusiasmo do teórico em relação aos meios de comunicação de massa, especialmente o Cinema e sua reprodutibilidade técnica, uma vez que estes podem cair no controle popular, demonstrando que aquilo que se produz coletivamente deve ser apropriado pela comunidade. No entanto, como o filósofo trabalha com posições dialéticas, ao mesmo tempo em que olha para o cinema como uma experiência coletiva, com consequências sociais e políticas, ele também o entende como um elemento da modernidade capitalista e que essa experiência dará lugar à massificação.

Sendo assim, a massa torna-se uma derivação da indústria cultural, apresentando-se em forma de grupo coletivo elementar e espontâneo representado por pessoas que participam de um comportamento padronizado, segundo Herbert Blumer, no livro *Comunicação e Cultura de Massa*. É elementar e espontâneo, porque passa a ter existência não como resultado de um desejo, mas enquanto resposta natural a um determinado tipo de situação. Estes participantes são originários de diversas categorias, podendo incluir pessoas com diferentes características, sejam elas sociais, econômicas e intelectuais. Outra característica atribuída à massa é o anonimato. Quase não existe interação ou troca de experiências entre os membros da massa e eles não dispõem de oportunidades para se misturar como fazem os participantes de uma multidão. A massa se difere da multidão, na medida em que ela não é capaz de agir de forma integrada, por ter uma organização frágil.

“A massa não tem oportunidade de se misturar ou interagir à maneira da multidão. Ao contrário, os indivíduos estão separados uns dos outros e não se conhecem entre si. Este fato significa que o indivíduo situado na massa, ao invés de estar despojado de sua autopercepção mostra-se, pelo contrário, bastante apto para desenvolver ainda mais sua autoconsciência. Em lugar de agir em resposta às sugestões e ao

estímulo exaltado daqueles com os quais interage, atua em resposta ao objeto que atraiu sua atenção e com base nos impulsos despertados pelo mesmo objeto”. (BLUMER, 1971, pág. 179)

A massa também busca atender às suas necessidades. Por isso, ela age em linhas individuais e não numa atitude combinada. Estas atividades individuais surgem por meio de escolhas efetuadas em respostas a impulsos vagos e sentimentos despertados pelo objeto de interesse. A vida moderna é a grande responsável pelo empoderamento do comportamento de massa. Segundo Blumer, isto se deve, sobretudo, à influência de fatores que desencadearam o distanciamento entre as pessoas e seus ambientes culturais e grupos locais.

“As migrações, mudanças de residências, jornais, filmes, rádio, educação – constituem elementos que atuaram no sentido de arrancar os indivíduos de seus ancoradouros habituais e impeli-los em direção a um mundo novo e mais amplo. Diante deste mundo, os indivíduos têm sido levados a se ajustarem com base em escolhas amplamente pessoais. A convergência dessas escolhas tornou a massa amplamente poderosa”. (BLUMER, 1971, pág. 180)

Sendo a massa capaz de convergir escolhas, é correto dizer que tudo que é proveniente da indústria cultural, sejam produtos culturais manufaturados ou comportamentos, tendem a uma padronização, porque o objetivo é atingir o gosto comum. É exatamente esta padronização que deu origem à cultura de massa, uma cultura padronizada, criada especialmente para satisfazer o maior número de pessoas possível. É importante ressaltar que a padronização não é do indivíduo, mas do que está sendo oferecido a ele.

Por se tratar de algo relacionado ao gosto comum, o que se convencionou chamar de cultura de massa se opõe ao que se chama de cultura superior, que geralmente é colocada em patamares do erudito, do refinamento e da intelectualidade. A cultura de massa é, então, classificada como inferior, porque o código de sua mensagem, para que possa ser decifrado e percebido pela maioria, precisa ser simples. Quanto mais pobre for, mais ele se torna capaz de aumentar o nível de percepção entre os receptores. Trata-se de um código maleável, superficial, mas é o mesmo da mensagem da cultura dita superior. Este

conceito contradiz a teoria de Raymond William, quando afirma que Cultura é modo de vida global de um povo. Em linhas gerais, tudo que vem da cultura de massa é absorvido com facilidade pelo receptor, que tende a ter uma relação mais afetiva com o que está sendo apresentado, tendo em vista o seu grau de envolvimento com o conteúdo. E isto é o que caracteriza a cultura de massa, que se apropria também da espetacularização para criar modelos padronizados na consciência coletiva. Sendo assim, a cultura de massa, como classifica Muniz Sodré, é a cultura que participa da sociedade capitalista, por ter um caráter industrial. “É a cultura que se vende, a cultura de mercado”. (SODRÉ, 1992, pág. 17).

“A cultura de massa tem de ser entendida no interior de um sistema complexo, para qual confluem: (a) as motivações do consumo orientado segundo os interesses das empresas, através do financiamento publicitário; (b) os interesses eventuais dos governos; (c) a recuperação mítica da cultura oral; (d) a diluição da cultura elevada, mas também o processo de criação em termos de cultura de elite; (e) o acionamento de velhos mecanismos de consciência coletiva nacional, através dos quais os detentores do sistema de comunicação projetam a sua formação psicológica (as suas alucinações) de elite”. (SODRÉ, 1992, pág. 22)

Em linhas gerais, sendo uma invenção da indústria cultural, com demandas oriundas de uma sociedade voltada para o consumo, a cultura de massa encontrou nos meios de comunicação um grande aliado para a disseminação de sua programação padronizada.

No Brasil, com o advento da TV, na década de 50, e a possibilidade do contato com o mundo concreto das imagens dentro de casa, a população brasileira começou a experimentar com mais frequência os “prazeres” da chamada era de consumo, algo que já vinha sendo disseminado timidamente desde a década de 1930, com as produções cinematográficas americanas, que trouxeram para o país o seu padrão industrial. De acordo com Maurício Reinaldo Gonçalves, no livro *Cinema e identidade nacional no Brasil 1898-1969*, a consolidação dessa produção industrial foi possibilitada, porque se apoiou em três pilares previamente estabelecidos para a realização de filmes.

“Para que este perfil de produção pudesse se delinear de modo claro e incontestável, teve seus alicerces fincados em um tripé constituído por

um modo de produção estabelecido para a feitura dos filmes (o sistema de estúdio), por um sistema de mitificação de atores e atrizes (o star-system), que fascinava o público consumidor e dava aos produtos da indústria cinematográfica todo um aparato promocional e de atração de massas, e por um código regulador de mensagens veiculadas nos filmes (o Código Hays), que conseguia manter a harmonia entre Hollywood e as instituições guardiãs da moral na sociedade norte-americana. (GONÇALVES, 2009, pág. 76)

Foi assim que a indústria cinematográfica de Hollywood se tornou o veículo principal para a disseminação do *American way of life* “um conjunto de princípios, procedimentos, conceitos e visões do mundo – toda uma ideologia para a sustentação da sociedade capitalista desenvolvida naquela nação e adotada em tantas outras, mundo afora, dentre elas, o Brasil” (GONÇALVES, 2009, pág. 79).

Na metade do século XX, de acordo com Muniz Sodré, no livro *A comunicação do grotesco*, 5% da população privilegiada passaram a importar padrões da cultura de massa de países desenvolvidos (inclui-se no topo da lista os Estados Unidos), consumindo-o e retransmitindo-o às demais camadas da população, que não tinham condições de adquirir estes ideais, mas eram iludidos a pensar o contrário. Foi neste início do processo de alienação que a publicidade começa a disseminar a utopia do lazer e, com isso, a estimular o consumo desenfreado pela satisfação de uma necessidade até então desconhecida. A publicidade não criou uma demanda específica, apenas percebeu que o público envolto nesta década estava buscando algo que viesse satisfazer esta necessidade. Nesta mesma época, com o advento da TV, há uma forte exaltação no Brasil em relação ao modo de vida americano, que trouxe em sua programação televisiva séries, filmes, novelas e também os desenhos animados com narrativas carregadas de ideologia, apresentando o modelo de vida ideal e a valorização do trabalho, em detrimento do tempo livre; da felicidade e da riqueza, conquistada tão somente por meio do individualismo; do lar-doce-lar conseguido especialmente por meio do consumo de produtos utilitários, que visam facilitar a vida e valorizar os bens materiais; e, por fim, o consumismo desenfreado, elemento principal que sustenta o *American way of life*. Esta valorização do entretenimento vem de encontro com a necessidade que o indivíduo tem para suportar a própria vida e a ideia de que a morte é inevitável. Por isso, a busca pela diversão e pelo lazer

ganhou forças e possibilitou que a publicidade adentrasse as programações com tamanha hegemonia. Com isso, a indústria do lazer tornou-se um refúgio, que direcionou o sujeito ao local onde ele deveria ir para que fosse aceito na sociedade. Esta indústria do entretenimento pegou carona na lógica do espetáculo para se fortalecer e, assim, criar tendências.

De acordo com Guy Debord, no livro *A Sociedade do Espetáculo*, o conceito de espetáculo descreve uma sociedade de mídia e de consumo organizada em função da produção e consumo de imagens, mercadorias e eventos culturais.

“É importante compreender que o fascínio da TV não é fabricado, não há um grupo de pessoas maquinando estórias e personagens para impor às massas: ao contrário, os meios de comunicação atuam sobre as necessidades já existentes no ser humano. Através do sucesso de certos programas, por exemplo, é que se conhece um pouco mais a natureza dos receptores e suas necessidades. Basicamente, o que há é um desejo de vida melhor, a saber, uma negação da vida real”. (MARCONDES, 1985)

Entender a mensagem veiculada é levar em consideração que a vida cotidiana é moldada e mediada pelos espetáculos da cultura da mídia e pela sociedade de consumo. Não há consumo sem a espetacularização do produto. Esta necessidade de “vender” tudo a todos movimentou a economia e fortaleceu a indústria do entretenimento, já que a publicidade se tornou a principal fonte de renda para os detentores dos meios de comunicação. Não há programação sem um ou mais patrocinadores. Isto significa que um desenho animado permanece na TV ou não, dependendo da intenção dos patrocinadores. Para se tornar rentável aos “padrinhos” das exibições, o desenho animado virou personagem de chocolate, caderno, biscoito, sorvete e tantos produtos da sociedade de consumo movida pelos ideais capitalistas. Esta ideologia, que está implícita nas programações audiovisuais, é o que vai moldar e construir valores para a sociedade. Em suma, neste contexto, um desenho animado não é apenas um “rabisco” em movimento, como disse Homer Simpson no episódio *A Verdade sempre Triunfa*, mas um disseminador da ideologia do consumo (tão somente). O Pica-Pau, a Branca de Neve, o Shrek, o Bob Esponja e tantos outros não são

apenas distração para crianças, mas personagens que rendem milhões à indústria do entretenimento, quando vai além de uma animação, mas um produto desejado por seu público: chocolate, bicho de pelúcia, parque de diversão etc. O desenho animado se torna um espetáculo, quando se torna objeto de consumo.

“No momento em que adentramos um novo milênio, a mídia se torna importante na vida cotidiana. Sob a influência de uma cultura imagética, os espetáculos sedutores fascinam os ingênuos e a sociedade de consumo, envolvendo-os na semiótica de um mundo novo de entretenimento, informação e consumo, que influencia profundamente o pensamento e a ação”. (KELLNER, Revista Líbero, 2004)

É tão somente em virtude da indústria de consumo que o desenho animado é capaz transmitir a ideologia da cultura dominante. É esta necessidade de ter “esse algo” que vai abrir as portas para que o indivíduo seja aceito na sociedade. A tesoura do Mickey (do polêmico comercial “Eu tenho, você não tem!”) não tem apenas a função de ser um objeto cortante, mas é o passaporte de entrada e aceitação na comunidade escolar, já que a proposta do comercial é induzir ao pensamento de que, portando a tesoura, eu serei aceito. O Mickey cairia no esquecimento e não seria Mickey, o principal personagem de *Walt Disney World*, se ele não tivesse sido promovido pela publicidade desde 1930, quando os estúdios Disney começaram a sofrer com a depressão do país, e atrelado a uma demanda de consumo: seja um parque de diversão, um pacote de biscoito ou um objeto escolar. Para Jesús Martín Barbero, no texto *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social através da publicidade*, é possível construir e reconstruir diariamente a imagem que cada um tem de si. Para ele, a publicidade é um espelho, apesar de bem deformado, pois a imagem que é apresentada é muito mais bela que a imagem do real. Ciro Marcondes acrescenta ainda que a publicidade reforça também tendências negativas, encobertas ou disfarçadas da cultura, conforme ele afirma no livro *TV: a vida pelo vídeo*.

“Ela confirma diferenças, segregações, distinções, trabalhando em concordância com os preconceitos sociais e com as discriminações de toda espécie – não pode ser maligna e destrutiva por natureza, mas porque

precisa reproduzir a própria cultura, com seus vícios, perseguições e perversões, embora de forma estilizada, mais bela, mais disfarçada. Em suma, ela é produzida para estar de acordo e, portanto, para reforçar as desigualdades e os problemas sociais, culturais, étnicos ou políticos. (MARCONDES, 1985).

Desta forma, os famosos personagens vão conquistando os ingênuos, porque a eles é apresentado um mundo de fantasias e imagens e vão sugerindo comportamentos que são padronizados pela indústria cultural. Sem um apelo comercial por trás, os desenhos animados seriam apenas os tais “rabiscos idiotas” sem sentido profundo qualquer, que Homer Simpson se referiu.

É importante ressaltar que o termo ideologia aqui mencionado faz referência não somente a um sistema de crenças, mas a questões relacionadas ao poder. Segundo Terry Eagleton no livro *Ideologia*, uma das definições sugeridas pelo autor, já que não existe uma definição única e adequada, é que a ideologia tem a ver com legitimar o poder de uma classe ou grupo socialmente dominante. “*É estudar os modos pelos quais o significado (ou a significação) contribui para manter as relações de dominação*”. (THOMPSON *apud* EAGLETON, 1997, pág. 19). Na relação de dominação, o poder dominante promove suas crenças e valores, de modo a torná-las naturais e universais, fazendo assim com que a classe dominada a considere óbvia e imprescindível. É assim que os desenhos animados atuam no inconsciente coletivo. Por meio de personagens infantilizados e antropomorfizados, eles vão transmitindo a ideologia da cultura dominante e induzindo por meio da fantasia ao comportamento do consumo desenfreado desde muito cedo.

“Como diz Jon Elster, as ideologias dominantes podem moldar ativamente as necessidades e os desejos daqueles a que elas submetem, mas devem também comprometer-se, de maneira significativa, com as necessidades e desejos que as pessoas já têm, captar esperanças e carências genuínas, reinflecti-las em seu idioma próprio e específico e retorná-las a seus sujeitos, de modo a converterem-se plausíveis e atraentes. (EAGLETON, 1997, pág. 26)

Desta forma, o receptor aceita o que lhe é apresentado, sem questionamentos, pois a massa não age e sim reage e a coerência de seus atos só poderá ser explicada pela manipulação.

“A sociedade espetacular dissemina seus produtos manufaturados principalmente através de mecanismos culturais de lazer e de consumo, serviços e entretenimento regulamentados pelos critérios da publicidade e de uma cultura da mídia comercializada”. (KELLNER, Revista *Líbero*, 2004).

Enfim, pode-se afirmar que os detentores dos meios de comunicação de massa são os principais beneficiados com a indústria cultural, já que os conteúdos são veiculados por meio de objetos culturais que atendem às necessidades da cultura dominante, que determinará o caminho a ser seguido para que o indivíduo possa ser aceito socialmente. Sendo assim, a programação veiculada nos meios de comunicação torna-se, de fato, um mecanismo de transmissão da ideologia da cultura vigente, já que ela ou influenciará a conduta ou não terá qualquer efeito perceptível e comprovável.

## **2.2 TV e Cinema uma breve reflexão**

O sucesso do desenho animado no cinema e na TV deve-se muito não apenas à técnica do movimento ou à sua primorosa produção, mas, principalmente, às características peculiares que estes meios possuem em captar a atenção do receptor e levá-lo ao estado de distração. Isto acontece, porque o conteúdo produzido está associado à condição imagética dos veículos, já que a imagem, segundo Muniz Sodré no livro *TV e Psicanálise*, opera mutações na estrutura psíquica do ser humano e em seus modos de percepção, possibilitando a produção do conjunto de significações lógicas, ou seja, a produção do pensamento. Esta produção do pensamento acontece, porque a imagem tem a capacidade de se fazer uma cópia da coisa, existindo ela própria como uma coisa. Neste caso, sendo uma produção do pensamento e uma cópia da coisa, segundo a teoria do filósofo Jean-Paul Sartre, a imagem pode ser considerada também

uma ideia, algo confuso que se apresenta como um aspecto degradado do pensamento, mas na qual se exprimem as mesmas ligações que no entendimento. Desta forma, a imagem assume a propriedade de estimular os movimentos do cérebro, possibilitando o seu aparecimento na consciência. Uma vez na consciência, esses movimentos estimulados pela imagem agiriam como signos e seriam capazes de provocar reações (sentimentos). Por isso, a imagem exerce grande fascínio no ser humano, já que atua no plano dos sentimentos e os meios de comunicação que fazem uso desta imagem tornam-se ferramentas poderosas no processo da indução social, já que estão atuando como meios condutores de reações.

“Marshall McLuhan afirma que o homem ocidental aprendeu, durante dezenas de séculos, a privilegiar a relação olho-cérebro (o olho transmite ao cérebro, que logo o traduz), levando o pensamento a se tornar cada vez mais abstrato (demonstrativo e racional)”. (SODRÉ, 1987, pág. 21)

Falar de TV e cinema é assumir a supremacia da imagem sobre estes meios e atribuir-lhes o sucesso em decorrência de sua condição imagética. É também pela imagem que o indivíduo se transporta ao mundo da fantasia, o mundo que age exatamente na contramão de sua realidade, que é representado pelo plano das obrigações (trabalho, estudo, compromissos sociais etc.). É neste mundo da fantasia, dos sonhos, que o indivíduo descansa e se diverte e, assim, encontra subsídios para suportar a própria vida e a certeza da morte como algo inevitável. Desta forma, sendo condutores e transmissores de imagens, a TV e o cinema entram no cotidiano do ser humano, no plano das aspirações, e se estabelecem como meios que induzem ao estado de distração.

“A imagem é uma das formas bem-sucedidas que o homem criou para superar o fato angustiante de que depois do dia de hoje virá o amanhã, o seguinte e que sua vida caminha para um fim inevitável. A imagem, assim como a música, a escultura, a arquitetura são obras humanas concebidas para congelar e cristalizar o presente, eternizar um momento agradável ou importante e, assim, negar a degeneração do corpo e da vida”. (MARCONDES FILHO, 1988, pág. 9)

Ciro Marcondes Filho, no livro *TV: a vida pelo vídeo*, explica que a solidão põe o homem diante de seu destino imutável: a morte. Por isso, os divertimentos, o prazer, as aventuras, as alegrias, as festas, as competições, os esportes e os eventos que o homem cria são formas para afastar a ideia do fim. É por ter o plano da fantasia como fuga que o ser humano suporta a própria vida, porque ele vive desejando e tendo esperança de que coisas melhores aconteçam. Esse estado mental da fantasia é algo puramente interno e subjetivo, mas é ele que ajuda a mover o outro mundo, aquele relacionado ao plano das obrigações. Sem estar alicerçado pelo mundo da fantasia, o ser humano não conseguiria sobreviver à sua rotina.

Se o ser humano precisa da imagem para criar o seu imaginário e, assim, transportar-se ao mundo da fantasia, a Televisão e o Cinema, como meios condutores e maiores produtores desta imagem e, conseqüentemente, formadores da imaginação e do imaginário coletivo, têm papel importante na organização social e tamanha responsabilidade no processo de veiculação dos conteúdos, uma vez que estes meios são as formas mais indicadas para dar essa dinâmica.

“A semelhança de algumas imagens permite atribuir-lhes um nome comum que nos leva a crer na existência da ideia geral correspondente. Sendo assim, a imagem acaba sendo o domínio da aparência”.

(SARTRE, 1980, pág. 18)

A imagem é, sem dúvida, a grande responsável pela atratividade dos meios que dela se utilizam. No entanto, esses meios eletrônicos não congelam ou cristalizam essas imagens, como faz a fotografia e a escultura. São imagens que se perdem no ar, passando rapidamente pelo receptor, sem que este se detenha. Esta relação extensiva, como afirma Ciro Marcondes Filho, não permite que o indivíduo tenha tempo para se fixar sobre uma determinada cena, pois elas se movem num ritmo acelerado. Sendo assim, os detalhes da cena não são escolhidos pelo receptor e sim pelo emissor, que apresentará o que lhe for mais conveniente, tirando do indivíduo o direito de escolha e da livre concentração. Com isso, há que se concordar com Marcondes Filho que os meios eletrônicos, como a TV e o cinema, apresentam em seus conteúdos uma realidade pronta. A essa realidade pode-se atribuir à domesticação da fantasia e à limitação da

potencialidade inovadora e imaginativa dos indivíduos. Aos indivíduos será apresentado sempre algo digerível, já consolidado pelos meios de comunicação e classificado como verdadeiro, bom, único e imutável. Atribui-se também à domesticação da fantasia o sucesso dos conteúdos apresentados nas programações (novelas, filmes, desenhos animados, comerciais etc.) e à destituição e empobrecimento da identidade cultural de um povo. Essa perda da identidade cultural, esse reconhecimento mútuo em falas, histórias e presença de elementos que compõem a totalidade intelectual faz com que as pessoas se tornem cada vez mais vazias de conteúdo e, assim, facilitam os meios de comunicação de massa na redução de fatos culturais a mercadorias facilmente consumíveis. É por isso que os conteúdos dos meios eletrônicos fazem tanto sucesso. É a espetacularização dos acontecimentos do mundo para o mundo. Uma maneira de transmitir a realidade como o veículo quer que ela seja vista e não como de fato ela é.

“A chamada matéria-prima da indústria cultural, a cultura do povo, foi se tornando cada vez mais indiferenciada. As novas idéias, as fantasias, as imagens que as pessoas possuíam – resultado do contato com outras pessoas, ambiente de trabalho e de lazer distante dos produtos de comunicação de massa – enriqueciam seu universo mental e estimulavam não somente suas histórias, suas peculiaridades lingüísticas, sua expressão artística, suas lendas, seus ditos populares, mas faziam também nascer daí um produto cultural típico, próprio, que possibilitava o reconhecimento das pessoas como comunidade, como um todo coeso e unitário. Em outras palavras: o produto social construía na sociedade a noção de identidade cultural. (MARCONDES FILHO, 1988, pág. 31)

Culpar os meios eletrônicos pela alienação social é fechar os olhos para o que realmente acontece. A Televisão e o Cinema são apenas meios que transmitem imagens e mensagens produzidas por emissoras, que possuem intenções, ideologias e interesses particulares. É preciso entender, acima de tudo, qual é o papel ocupado pelas mídias no contexto social. Se o aparelho de TV, por exemplo, ocupa lugar de destaque nos lares, é porque algo falta ao indivíduo para que ele se sinta pleno, realizado, satisfeito. O que há de errado não está

exatamente no aparelho, mas nas relações sociais e, especialmente, na percepção de quem está recebendo estas transmissões. A verdade é que a TV tornou-se companhia para a condição solitária do homem. Sendo assim, os grandes vilões dos meios eletrônicos seriam as emissoras e seus conteúdos veiculados e não o meio em si, conforme afirmação de *Ciro Marcondes Filho*.

Contrariando esta afirmativa, o teórico *Marshall McLuhan* teoriza que o meio é a própria mensagem, porque o conteúdo de qualquer meio nos cega para a natureza deste meio e as conseqüências sociais e pessoais de qualquer meio constituem o resultado do novo que se instaura ao ser introduzido por uma tecnologia ou extensão de nós mesmos. Além disso, ele responsabiliza o meio por configurar e controlar a proporção e a forma das ações e associações humanas. Desta forma, tem-se uma teoria de que o poder que o Cinema e a Televisão exercem sobre o receptor é justamente porque o conteúdo veiculado se torna um outro meio de comunicação. Sendo assim, os meios eletrônicos passam de meros transmissores de conteúdos à condição de responsáveis pela alienação social, uma vez que seus conteúdos são os próprios meios.

Argumentar sobre a alienação social não é o objetivo desta dissertação, mas sim, apresentar o fascínio que os conteúdos apresentados pelos meios eletrônicos exercem sobre o ser humano e como estes conteúdos veiculados, em especial, os desenhos animados, auxiliam neste encantamento. Para tal, é preciso entender o que é a TV e o Cinema e no que eles se diferenciam enquanto meios audiovisuais.

Começar pelo Cinema é pensar este meio como o início da era eletrônica, como o pontapé inicial da representação da vida sem a necessidade da presença de pessoas ao vivo. *Lumière*, o inventor do cinema, apresentou ao mundo pela primeira vez a ilusão do movimento na tela, quando exibiu um trem chegando numa estação. O modesto público se apavorou diante da cena do trem avançando em sua direção e paralisou os espectadores, que saíram da sala de exibição extasiados. Era algo semelhante a um sonho, mas as pessoas estavam acordadas e reunidas em um espaço único, escuro e paralisado pelo tempo. O sonho era algo coletivo e a sala de exibição, a materialização da caverna relatada por *Platão*. Entre tantas leituras, a Alegoria da Caverna pode ser considerada uma antevisão do cinema e da televisão, como afirma *Paulo B. C. Schettino* no livro *Da*

*pedra ao nada: a viagem da imagem.* “Seria o cinema primordial ou o cinema antes do cinema” (SCHETTINO, pág. 162).

“Antes mesmo de ser inventado, foi, há muitos séculos, imaginado por Platão, ao solicitar que seus interlocutores, por sua vez, imaginassem um povo aprisionado em um recinto fechado. Sentados e acorrentados seriam mantidos nessa posição, sem possibilidade de sequer mover o pescoço, para serem impedidos de olhar para trás e nem mesmo para os lados. Os olhos permaneciam fixados na parede em frente, por onde passariam sombras/imagens em movimento, único contato com a realidade existente lá fora. Tais sombras, como representação da realidade, que por serem as únicas reconhecidas, transformar-se-iam, para eles em sua própria concepção de realidade”. (SCHETTINO, 2010, pág. 162)

Não seria uma mera coincidência, pois Platão foi mais longe com sua caverna, ao dizer que a troca do real pela figura se efetivaria de modo mais completo, se às figuras, o som fosse acrescentado. Enfim, a concepção do que seria o Cinema estava representada neste diálogo entre Sócrates e Glauco, o qual Platão teve a sabedoria de deixar registrado e os irmãos Lumière, a ousadia para transformar em algo concreto.

Outra importante característica do Cinema refere-se ao tempo quando se está na sala de exibição. O tempo real fica paralisado e as pessoas vivem no ritmo do filme. Muniz Sodré afirma que no cinema, o espectador é cúmplice consciente de um rito, como numa cerimônia religiosa e sagrada, e isso se deve, em parte, à sequência ininterrupta em que o filme transcorre. Logo que começa a história, o ambiente escuro, a tela de projeções com imagens ampliadas e a coletividade remetem a emoções individuais.

“Fica-se, de qualquer forma, entregue aquilo que se está sendo emitido, com pouca resistência psíquica. Por isso, os efeitos acústico e visual provocam mais emoção que a televisão, como também provocam sensações que a TV jamais conseguirá. O efeito emocional do filme não é apenas enredo – que pode perfeitamente ser passado pela TV, sem ser prejudicado pela publicidade - mas todo o conjunto: a sala escura, a imagem ampla, o som alto, o clima de silêncio e a condição de espectador passivo. Toda essa situação assemelha-se ao sonho, mas é

muito mais próxima do rito que do sonho”. (MARCONDES FILHO, 1988, pág.21)

O sucesso do Cinema também se dá, porque a lógica deste meio está relacionada ao empirismo do sonho, que produz emoções no indivíduo. No entanto, a diferença entre Cinema e sonho, segundo o pensador francês Christian Metz citado por Muniz Sodré, reside no fato de que, no Cinema, o espectador sabe que está lá e tem a impressão de viver os fatos, enquanto o sonhador nunca sabe que está sonhando e tem apenas a ilusão desses fatos.

Uma das afirmativas de Freud sobre sonho e inconsciente é de que no sonho, as lembranças traumáticas da infância, recalçadas no inconsciente por meio de um mecanismo mental de censura interna, reaparecem e chamam nossa atenção para a existência dela. O Cinema, ao contrário, não traz à tona essas lembranças traumáticas individuais, apesar de mexer com sentimentos e emoções reprimidos. Ele apenas evoca, segundo Marcondes Filho, frustrações ou emoções coletivas, por meio da apresentação de exemplos de vida de outras pessoas. Mas esta emoção, que vem durante a exibição do filme, tem momento determinado para acabar, possibilitando a ordenação psíquica individual, ou seja, o turbilhão de sentimentos volta ao seu estado de normalidade, já que o filme exhibe um final. No sonho, essa normalização dos sentimentos nem sempre será possível. Enfim, da caverna de Platão às salas de exibição, o Cinema, ainda hoje, avança pelo inconsciente coletivo, fazendo uso de recursos acústico e visual e provocando sensações jamais esperadas em sua plateia.

“A impressão de realidade por si só era insuficiente, embora fundamental, para o estabelecimento de um estado de fascinação no espectador. Era preciso que ela estivesse conectada a uma história de “sonho”, num “cenário de sonho”, percorrido por “criaturas de sonho”, como são efetivamente os componentes deste cinema em que tudo é mais belo do que na realidade, mas não demasiado – o suficiente para parecer possível. (LEBEL, 1989, pág. 52-53)

Por causa de todo este contexto que mistura sonho e realidade provocado pelos efeitos do Cinema e por ter sido o primeiro longa-metragem animado, que o desenho animado Branca de Neve e os Sete Anões apresentado no terceiro

capítulo desta dissertação será abordado, por ser o marco inicial da história da animação.

No que diz respeito à TV, existe uma característica peculiar que a difere dos demais meios de comunicação, especialmente do Cinema, e a coloca em patamares especiais de atenção: além de transmitir mensagens, ela tornou-se companhia para o indivíduo, a partir do momento que ela faz parte de seu cotidiano e está dentro de sua casa. O sujeito deixa o aparelho ligado apenas para fazer barulho, para dar vida ao lar, para substituir uma ausência, alguém com quem se pretendia dialogar. Manter a televisão ligada e permitir que entrevistas, novelas, desenhos animados e demais personagens entrem em casa é como se o próprio receptor participasse daquela programação, é uma falsa ilusão de presença. Esta relação da TV com o homem é bastante peculiar, complexa e perigosa, pois enquanto companhia imaginária, ela isola completamente as pessoas, tornando-as egoístas e passivas e dando-lhes a ideia de controle total, de poder. Isto acontece, porque a TV não responde ao indivíduo e a decisão de manter ou não o aparelho ligado ou em determinado canal é exclusivamente do receptor, ao contrário do Cinema, contrariando assim qualquer teoria de recepção, que diz que o sujeito é passivo diante das informações recebidas. É ele que vai decidir se quer ou não manter o contato. Sendo assim, as emissoras de TV, para garantirem a audiência de suas programações e, conseqüentemente, seus patrocinadores, utilizam os recursos disponíveis para prender a atenção do telespectador, por meio do recurso principal do meio, que é a imagem. Esta imagem só pode ser percebida pelo elétron – suporte natural da imagem – que obriga o olho do indivíduo a manter uma distância e uma vigília ótica contínua para a percepção. A iluminação artificial cria o fascínio pela aparição eletrônica e apresenta o mundo diante dos olhos a um clicar de botão.

“A simples visão de qualquer fragmento do mundo miraculosamente produzido no vídeo, a sensação de que o mundo está presente no vídeo, a sensação de que o mundo está quase ali diante dos olhos, o simples fato de estar ligado o aparelho receptor são elementos capazes de ligar o telespectador, de amenizar a absurda solidão que possa sentir enquanto indivíduo solitário na massa gigantesca da grande cidade”.  
(SODRÉ, 1987, pág. 37)

O sociólogo alemão Dieter Prokop no livro *Sociologia*, afirma que a televisão atende às exigências psíquicas do telespectador, provenientes do trabalho realizado fora de casa. Este trabalhador precisa distrair-se e se desligar do plano das obrigações quando chega em casa. A esse fato, agrega-se também o pouco recurso que o indivíduo possui para destinar ao lazer e ao descanso. Por isso, a televisão entra como uma solução rápida, barata e compensatória. Além disso, Prokop fala que as pessoas não têm a possibilidade de organizar elas mesmas as suas próprias vidas, em função desta falta de recursos financeiros, e isto acaba por gerar conflitos nas famílias. A televisão entra no lar como uma apaziguadora destes conflitos, pois ela distrai os membros da família e, com isso, diminui a distância entre as pessoas, a partir do momento em que a família coloca-se junta diante do aparelho de TV para assistir uma sequência de imagens com conteúdos e significações que vão gerar conforto e prazer. Desligar o aparelho de televisão é retomar os conflitos do ambiente, mas mantê-lo ligado significa estar aberto para se conectar a um mundo de possibilidades. São nestas possibilidades que o desenho animado atua como uma “babá quase perfeita”, pois não raro ver pais transferindo suas responsabilidades, ao deixar seus filhos ainda bem pequenos assistindo desenhos como forma de distração e paralisação dos sentidos. A criança, especialmente os bebês, passa um longo tempo sem se manifestar diante de imagens coloridas e sons sincronizados – é uma espécie de hipnose. A mudança de quadros em ritmo acelerado cria um certo fascínio, já que uma imagem substitui a outra e apresenta sempre algo novo. A imagem, como visto anteriormente, assume a propriedade de estimular os movimentos do cérebro, possibilitando o seu aparecimento na consciência. Uma vez na consciência, esses movimentos estimulados pela imagem agiriam como signos e seriam capazes de provocar reações (sentimentos). Por isso, a imagem exerce grande fascínio no ser humano, já que atua no plano dos sentimentos. Sendo assim, de acordo com o escritor Stefan Zweig citado por Ciro Marcondes Filho, a TV, enquanto instituidora da paz no lar, estabelece o silêncio, reduz os confrontos com seu poder de distração e, com isso, cria um enorme vazio na vida das pessoas. A TV fascina também o seu receptor por meio de uma linguagem diferenciada, que primeiro atrai, para depois ser incorporada por ele. Desta forma, a capacidade que a TV tem em criar hábitos de recepção e percepção torna-se importante fator para a mudança do comportamento social.

É Martín Barbero quem vai dizer que o espetáculo não se define pelos conteúdos senão pela sua eficácia visual. Por isso, não tem sentido avaliar a TV apenas a partir do texto, do conteúdo falado, do enredo dos programas. A fascinação vem de forma espetacular e não do que se transmite oralmente. (MARCONDES, 1985)

Por isso, é preciso entender as programações de TV pela ótica do espetáculo e não apenas analisar o seu conteúdo isoladamente (discursos e formas). É a espetacularização que transforma qualquer conteúdo em show e dá à televisão tamanha supremacia sobre o indivíduo.

“Quem pretende investigar os efeitos da televisão precisa, antes de mais nada, de respostas concretas. Isso começa com a crença de que a decisão do telespectador de ligar seu aparelho de televisão subordina-se, claramente, a uma necessidade abstrata de divertimento, descanso ou informação”. (REYHER, 1985, pág. 73).

A citação que Ulrich Reyher faz na abertura do capítulo ‘*Meios de Comunicação de Massa e Desejos Subversivos*’, do livro *A Linguagem da Sedução*, organizado por Ciro Marcondes Filho, vem confirmar que o papel que a televisão possui na sociedade é o de atuar no plano das fantasias e, com isso, tornar-se um refúgio para o fato angustiante de que a morte é certa e a rotina é imutável. Ele refere-se à busca pelo descanso e o lazer como algo que está fora da esfera das obrigações e como algo que vem amenizar a ideia do fim. Com isso, à televisão é atribuído o *status* de bem necessário para satisfazer e atender às necessidades humanas de esperança.

Tendo a TV tamanha importância no contexto social, esta dissertação abordará o desenho animado Pica-Pau no terceiro capítulo, enquanto programação televisiva e disseminador de ideologia da cultura dominante por este meio audiovisual. Acrescenta-se a esta escolha, o fato de Pica-Pau ser um personagem com características violentas.

## 2.3 Mensagens, Conteúdos e Imagens nos desenhos animados

Desde a pré-história, o homem trabalha com imagens para conseguir se comunicar e garantir a sua sobrevivência. Uma comprovação disso são os desenhos rupestres encontrados nas paredes de cavernas na gruta de Pech, na França, e em Altamira, na Espanha. De acordo com Ciro Marcondes Filho, no livro *TV a Vida pelo Vídeo*, a explicação desses desenhos refere-se à magia propiciatória, isto é, pintando o animal, o homem acreditava dominá-lo, facilitando assim a sua caça. O desenho, neste caso, é a imagem que se torna a representação da realidade. A mesma lógica é utilizada na animação - uma caricatura da realidade. O desenho animado não tem exatamente a intenção de representar a realidade, a vida como ela é, mas confundir esta realidade, dando novas possibilidades para se encarar a rotina, por meio do extraordinário e da fantasia. Por isso, na animação tudo é possível: morrer e ressuscitar, estar em dois lugares ao mesmo tempo, ter poderes sobrenaturais etc. O desenho animado é pautado pelo extraordinário, ou seja, toda sua narrativa é baseada em algo fora da ordem comum e isto é também o que tanto fascina. Outro aspecto que chama a atenção é o fato da animação possibilitar a antropomorfização e dar ao indivíduo a oportunidade para que ele se identifique com o desenho. Essa possibilidade de estender a identidade humana é o que realmente mantém a atratividade. Por isso, não raro ver animações com xícaras falantes, espelhos conselheiros e passarinhos dirigindo carro. Na animação, assim como na mente, nada parece ser impeditivo. É neste processo de identificação que a consciência do eu flui para fora para englobar a identidade estendida e se apropriar do discurso do outro, possibilitando assim a assimilação e internalização do discurso e contribuindo para a perpetuação da cultura dominadora com suas convicções acerca do mundo.

De acordo com Muniz Sodré, no livro *A Comunicação do Grotesco*, as imagens sugerem muito mais que o simples fluxo verbal, atingindo diretamente a parte do psiquismo menos vigiada pelo intelecto. *“Diante da TV, que se impõe como um simulacro de realidade, o receptor se abandona descuidado. Este estado de espírito tende a aumentar, na medida em que a mensagem mais se adapte às especificidades”*. (SODRÉ, 1992, pág. 59).

Mensagem e imagem sempre estarão correlacionadas, pois uma imagem só será realmente compreendida e atraente, na medida em que a mensagem se tornar adequada e atender às expectativas do receptor. É importante destacar que quanto maior for o número de telespectadores e sua aprovação, mais empobrecida e reduzida a um denominador comum será a mensagem. Isto significa dizer que, quanto menos informação e mais redundante for a mensagem, maior será a sua capacidade de comunicação, porque será de fácil decodificação. É por isso que os desenhos animados são facilmente compreendidos e agradam tanto as crianças, pois seus signos fazem parte de seu limitado repertório e estão presentes em elementos de seu dia-a-dia. Isto faz com que o fascínio pelo que está sendo visto se torne cada vez maior, tornando o espectador cada vez mais passivo. É diante desta passividade que o conteúdo entra como disseminador de ideologias. A forma fílmica como o conteúdo é apresentado, respaldada pela sincronia da mensagem e da imagem, é o que também ajudará na disseminação de valores para a sociedade.

“Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência a fazer ver (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se de visão como sentido privilegiado da pessoa humana – o que em outras épocas fora o tato”. (DEBORD, 1967, pág. 18)

É preciso partir do princípio que os meios de comunicação alimentam a opinião pública por meio do embrutecimento das imagens, ou seja, ao indivíduo é apresentado um simulacro da realidade, um *mix* de situações e ações que direcionam a um espetáculo final, que vai lhe proporcionar momentos de prazer. Com isso, é possível ver ações criminosas, desenhos animados, previsão do tempo e partidas de futebol, sem que nenhum dos assuntos envolva completamente o telespectador. É uma espécie de neutralização dos sentidos. O receptor está apto a passar por diversos assuntos sem ter prejuízo emocional.

“A formação sígnica é um processo de não-envolvimento emocional do telespectador e tem aplicação nas cenas de violência, brutalidade e forte dor. Opera-se um tratamento técnico na edição do programa, de forma que se crie uma contradição interna no conteúdo chocante da emissão: a cena é forte, impressionante, arrebatadora, mas a forma técnica de narrar a esvazia: o telespectador nada sente”. (MARCONDES, 2007, pág. 170)

Marcondes é da opinião de que o tratamento sígnico de uma sequência de violência numa exibição, por exemplo, a reduz sem qualquer componente de choque. Isto acontece, porque todo filme é desmontado e seus trechos são construídos com ênfase nas partes mais expressivas. Sendo assim, existe uma separação técnica entre a imagem da violência e a realidade. A imagem, neste caso, se torna vazia, pois é incapaz de fazer conexão com a sensibilidade e a dor. Por isso, é possível ver cenas de violência explícita e comer pipoca sem rejeições.

O mesmo acontece com o conteúdo dos desenhos animados, eles passam por um processo de neutralização e tudo aquilo que é apresentado passa por um filtro a ser descartado imediatamente, para que novos conteúdos possam ser apreendidos – e assim o ciclo continua ininterruptamente. Desta forma, pode-se afirmar que a transmissão ideológica tão discutida entre estudiosos de TV está na forma e não nos conteúdos apresentados, pois o conteúdo só será assimilado, dependendo da maneira como será apresentado. De acordo com Carolina Lanner Fossatti, no livro *Cinema de Animação um diálogo ético no mundo das histórias infantis*, esta transmissão de valores por meio dos desenhos animados acontece, porque a sua forma fílmica, por possuir aspectos de caráter surrealista, cômico ou fantasioso, levam o espectador a construir hipóteses interpretativas acerca do sentido simbólico daquilo que é apresentado.

O que realmente torna os desenhos animados atrativos são as imagens que, de certa forma, acabam por se transformarem em obstáculos ao pensamento, na medida em que elas não levam o indivíduo à reflexão, mas simplesmente fazem constatar. Elas se impõem construídas, deixando pouca margem para a imaginação. Como ninguém questiona a imagem, ela sempre se apresentará como verdade real. É por isso que assistir televisão limita a ação do pensamento e contribui para a atrofia do intelecto, deixando o indivíduo vulnerável e passível de ser manipulado.

De um modo geral, a trilogia imagem, mensagem e conteúdo são responsáveis por causarem um determinado tipo de ilusão no indivíduo, tendo em vista que o receptor a entende como realidade e entrega-se sem julgamento ao processo de projeção, identificação e empatia. A projeção, segundo Muniz Sodré, possibilita que o receptor desloque suas pulsões para os personagens do vídeo; a identificação faz com que este receptor torne-se inconscientemente idêntico a um personagem no qual vê qualidades que gostaria ou julga que lhe pertenciam; e a empatia, ainda segundo Sodré, representa o conhecimento que o receptor tem do comunicador, colocando-se mentalmente em seu lugar. Sendo assim, é certo afirmar que um desenho animado é também capaz de possibilitar um turbilhão de motivações acerca da identidade e instituir comportamentos padronizados na sociedade.

**CAPÍTULO 3**  
**A CULTURA DO MEDO**

### 3.1 O entretenimento que assusta ou o susto que entretém

O capítulo 3 vai abordar o medo como algo que é inerente ao ser humano, mas também uma consequência da violência urbana espetacularizada pelos meios de comunicação e o fio condutor que apresenta o modo de vida norte-americano, *the american way of life*. Grande parte dos desenhos animados utiliza a violência explícita na construção de suas narrativas, por meio de elementos que reforçam o tema e contribuem para a criação de uma sociedade vítima de suas próprias invenções. Ao final do capítulo são apresentadas análises das animações Pica-Pau, por ser um retrato fiel da violência nos desenhos animados, e Branca de Neve, um conto de fadas devidamente modificado e pautado pelo sentimento do medo. Ambos são produções norte-americanas. Enfim, o medo é a principal emoção que molda a sociedade e dita o modo de se viver em cada cultura.

*“O terror e a compaixão podem nascer do espetáculo cênico, mas podem igualmente derivar do arranjo dos fatos (...) Como o poeta deve nos proporcionar o prazer de sentir compaixão ou temor por meio de uma imitação, é evidente que estas emoções devem ser suscitadas nos ânimos pelos fatos”.* (ARISTÓTELES)

Aristóteles, em sua *Arte Poética*, menciona que o susto, como forma de entretenimento, é derivado da imitação de uma sucessão de fatos e que a tragédia só se torna completa, se suscitar no indivíduo emoções como a compaixão e o temor. O filósofo sugere ainda que estas emoções somente seriam manifestas e sentidas, a partir do momento em que a imitação posicionar o receptor quanto à atitude dos personagens: se estes são piores ou melhores do que os indivíduos reais, ou seja, se são bons ou maus. São estas características que vão dar corpo à narrativa e vão definir a que tipo de gênero pertencerá.

Desde os primórdios, a humanidade é gerida pela cultura do medo. Emílio Mira y Lopez, no livro *Quatro Gigantes da Alma*, afirma que o ser humano é movido por quatro emoções: o medo, a ira, o amor e o dever. O medo, aqui especificado, *“é um sentimento natural, intrínseco aos seres vivos, sejam eles racionais ou não. É um fenômeno de paralisação ou detenção do curso vital”*. (MIRA y LOPEZ, 2005, pág. 9). Na verdade, o autor, quando menciona o medo, faz referência à morte como a causa principal, a raiz de todo este mal-estar. Ele o

associa à carência e afirma que o vazio é também o grande alimentador deste sentimento.

*“O medo da morte se justifica pelos seguintes fatores: desejando se imortais, tememos a mortalidade; desejando conhecer o que nos aguarda, tememos o desconhecido; desejando viver sem sofrimento, tememos viver com ele”.* (MIRA y LOPEZ, 2005, pág. 29)

É por isso que o ser humano tem medo de tudo que possa antecipar o sofrimento e a morte: a violência, os desastres naturais, as doenças, a cólera de Deus, a guerra, o fim do mundo. Na contramão do medo, encontra-se uma virtude oposta, a coragem que, junto ao medo, ajudará a definir e explicar os comportamentos sociais.

De acordo com a pesquisadora da Universidade Federal de Santa Catarina, Eunice Dias Vaz de Melo, o medo *“é o veículo que permite compreender algumas relações sociais”*. (MELO, 2008). Ela complementa que é também *“uma forma de exteriorização cultural que, intencionalmente ou não, muda os valores de um grupo, aumentando ou diminuindo o grau de coesão entre os indivíduos”*. (MELO, 2008). A pesquisadora cita a teoria de Baierl, quando afirma que o ser humano é o único que antecipa a sua morte, pois sabe desde cedo que um dia morrerá. *“Enquanto o medo dos animais é fixo, idêntico, imutável, na espécie humana, ele ganha uma multiplicidade de formas estáticas, mas em profundas mudanças, pois é construído culturalmente”*. (BAIERL apud MELO, 2004, pág. 48). Ainda segundo Melo, cada cultura e cada sociedade constroem compreensões do significado e do sentido do medo, dando conteúdos diferenciados em cada tempo e espaço. Desta forma, os medos do passado não são os mesmos do presente e estes vão determinando a forma de viver e pensar as práticas sociais coletivas.

A indústria cultural e, conseqüentemente, os meios de comunicação de massa, baseia todo o seu contexto em cima destas práticas coletivas, potencializando a valorização da coragem e o desprezo pelo medo, como os desenhos do Pica-Pau e Branca de Neve e os Sete Anões. Daí, as narrativas cinematográficas e televisivas serem compostas por personagens que trazem embutidos em seus comportamentos atos de coragem e covardia. Enfim, ao herói, cabe a valentia, e à plebe, a obediência e o medo. Neste contexto “colonizador e

colonizado”, quem tem coragem age e conduz os fatos, enquanto as minorias medrosas ficam paralisadas à espera de soluções para seus problemas. É pelo viés desta cultura do medo que também se constrói a narrativa dos desenhos animados e com eles suas donzelas em perigo, príncipes encantados e animais com superpoderes.

Arelado ao medo, os gêneros horroríficos ganham corpo e destaque nas narrativas como fonte importante de estímulo da massa. De acordo com Noel Carrol, no livro *A Filosofia do Horror ou Paradoxos do Coração*, o horror tornou-se “*um artigo básico em meio às formas artísticas contemporâneas ou não, gerando uma quantidade de vampiros, duendes, diabretes, zumbis e lobisomens.* (CARROL, 1999). Nessa leva de personagens que utilizam o sobrenatural e o fantástico para contar suas histórias, o desenho animado entra como a caricaturização do gênero, trazendo ao público infantil monstros e demais seres extraordinários para entreter por meio de um “suposto susto”.



(Monstros em desenhos animados)

A animação que pegou carona neste gênero foi *Scooby-Doo, Cadê Você!* O desenho animado do medroso cachorro, que tem ao seu lado um excêntrico companheiro, Salsicha, e uma turma de adolescentes a bordo de uma van psicodélica, tem sua história pautada em mistérios que giram em torno de monstros e fantasmas. A covardia da dupla “Scooby e Salsicha” o transformam em heróis, uma vez que os seres que os perseguem acabam por ser desmascarados, sempre por acaso, quando ambos estão em fuga. Tal como os filmes de horror, esta produção usa monstros e seres repugnantes para criar um

certo efeito emocional, pois apresenta figuras e imagens arranjadas para causar sensações e pelo fato dos personagens estarem em fuga de algo que eles julgam ser desconhecido. Não, necessariamente, o desenho animado causará susto no receptor, pois a partir do momento em que ele se torna uma satirização do horror, o sentimento do medo é neutralizado. O espectador não reproduz em si a emoção do personagem, como acontece nas produções com pessoas reais, mas ele sabe que o personagem está amedrontado e, por isso, acompanha a saga até o desvendamento do mistério. Como o desenho animado já se utiliza de seres não-convencionais em seu enredo, como cachorros falantes, pedras cantoras e passarinhos com força extrema, ver fantasmas e monstros circulando na história não é algo extraordinário - no real sentido da palavra.

*“Os monstros de horror, porém quebram as normas de propriedade ontológica presumidas pelos personagens humanos positivos da história. Ou seja, nos exemplos de horror, ficaria claro que o monstro é um personagem extraordinário num mundo ordinário, ao passo que, nos contos de fadas e assemelhados, o monstro é uma criatura ordinária num mundo extraordinário. E o caráter extraordinário deste mundo – a sua distância em relação ao nosso próprio mundo – é muitas vezes marcado por fórmulas como “era uma vez”. (CARROL, 1999)*

Talvez isso justifique a preferência do público por *Scooby-Doo, Cadê Você!*, que alcançou a posição número um no ranking dos 100 Melhores Desenhos Animados de Todos os Tempos promovido aos telespectadores da NET TV, em 2010. Junto a ele, algumas animações que se utilizam de monstros para contar suas histórias encabeçaram as primeiras posições: *Caverna do Dragão*, *Gasparzinho*, *As Tartarugas Ninjas*, *Pokémon*, *Ducktales – Os Caçadores de Aventura*; *Bob Esponja*, entre outros. Diante de fatos comprovados, pode-se afirmar que uma “pitada” de horror ou uma tentativa de satirizar este gênero utilizando os desenhos animados é aceita pelo público. O esteticamente estranho, defendido por Freud, confirma sua teoria de que os sentimentos contrários ao belo e ao sublime, como o grotesco, a repulsa, o feio e o estranho são também conceitos estéticos de juízo e valor, tal qual são importantes para a percepção humana, assim como o conceito de agradável. Este argumento torna-se factível para explicar o motivo pelo qual, seja na animação ou em produções com pessoas

reais, o horror atrai tanto. Outro motivo que leva o espectador a buscar este gênero como forma de entretenimento está no fato de que diante de uma situação de pavor, estresse e perigo, uma das reações de defesa do corpo é o medo, que antecipa o perigo e a dor. Neste processo fisiológico, como forma de amenizar a dor, a sensação do medo libera endorfinas, que são hormônios analgésicos similares ao efeito da morfina, que por sua vez é uma substância analgésica, prazerosa e viciante. Enfim, essas emoções causadas pelo pavor promovem a liberação deste hormônio em baixa escala, fazendo com que o ato de receber estímulos de medo seja agradável. Desta forma, assistir a produções de horror torna-se uma espécie de prazer, comparado ao ato de comer chocolate (que provoca as mesmas reações e libera o mesmo hormônio).

*“Nas ficções de horror, as emoções do público devem espelhar as dos personagens humanos positivos em certos aspectos, mas não em todos. Em geral, as respostas dos personagens sugerem que as reações adequadas aos monstros em questão incluem arrepios, náusea, encolhimentos, paralisia, gritos e repugnância. Nossas respostas devem convergir (mas não duplicar exatamente) com as dos personagens; como os personagens, julgamos o monstro como um tipo horripilante (embora, ao contrário dos personagens, não acreditamos na existência dele)(...) Quando o público recebe a informação acerca da história que se está passando, do ponto de vista do personagem, nós (erradamente) aceitamos ou assumimos o ponto de vista do personagem como sendo nosso próprio. Somos tocados pela ficção de um modo tão forte que nos sentimos como se estivéssemos participando dela, nos sentimos protagonistas da ficção. (CARROL, 1999)*



(Scooby-Doo, de Hanna Barbera)

A Psicologia de Freud afirma que sentir e perceber são, na realidade, um processo único, que é o da recepção e interpretação de informações. Segundo Luiz Antonio Rizzon e Guy Paulo Bisi, no livro *Psicologia Geral*, as sensações são entendidas por meio de mecanismos de recepção de informação como uma simples consciência dos componentes sensoriais e das dimensões da realidade. Já a percepção, que é uma seleção de estímulos por meio da atenção, necessita que as sensações sejam acompanhadas de significados atribuídos como resultado de uma experiência anterior. Ainda segundo os autores, estes estímulos possuem características que são externas ao indivíduo, como por exemplo, intensidade, tamanho, forma, cor, mobilidade e repetição. Cada pessoa percebe de forma diferente da outra, de acordo com o seu estado psicológico. Daí, a justificativa porque algumas pessoas se assustam mais do que outras diante de uma produção de horror fictícia. Mas a pergunta que fica é por que nos submetemos às mídias que se utilizam do horror para provocar o medo? Para esta questão, Noel Carrol é categórico quando afirma que a curiosidade como manifestação psicológica é uma das teorias explicativas do fascínio por este gênero. O mesmo se estende aos desenhos animados: são apenas curiosidades.

### **3.2 A espetacularização da violência no desenho animado: quem representa o quê?**

*“A violência é tão fascinante. E nossas vidas são tão normais. E você passa de noite e sempre vê apartamentos acesos. Tudo parece ser tão real, mas você viu este filme também”.* (LEGIÃO URBANA, 1985)

O trecho inicial da música *Baader Meninof Blues* apresenta o paradoxo realidade *versus* ficção e vem de encontro ao argumento da pesquisadora Nara Magalhães, do Núcleo de Antropologia e Cidadania da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, quando afirma que a cultura do medo pode ser alimentada não só pelo alarme das pessoas pesquisadas que assistem ao espetáculo televisivo, mas também pelo próprio modo de alguns estudiosos analisarem este mesmo espetáculo. Magalhães completa ainda que a reflexão busca demonstrar que existem *“concepções reificadas de violência, imagem e realidade presentes no*

*debate, que retroalimentam a percepção de aumento da violência e o sentimento de insegurança.* (MAGALHÃES, 2007). Diante desta afirmação, é preciso levar em consideração a espetacularização da violência pelos meios de comunicação de massa e as contribuições que têm trazido para a mudança de comportamentos sociais, mediante a cultura do medo.

É bem verdade que a violência se converte numa linguagem compartilhada, conforme afirma Luiz Eduardo Soares, citado por Melo (UFSC, 2008), a partir da qual é preciso pensar os limites da sociabilidade, incluindo o medo e a insegurança como potenciais elementos de socialização presentes no convívio urbano. A pesquisadora atribui ao medo a mudança de comportamento e sua forma de se relacionar com o outro. Ela ainda cita Baierl, quando sugere que a cultura do medo *“vem alterando profundamente o território e o tecido urbano e, conseqüentemente, a vida cotidiana da população. Todos se sentem afetados, ameaçados e correndo perigo”*. (MELO, 2008). A estas alterações de comportamento, os meios de comunicação de massa entram como um disseminador da violência, transformando-a em espetáculo e em forte intensificador da cultura do medo.

Sendo o medo um fenômeno de paralisação ou detenção do curso vital, como afirma Mira y Lopez, este medo pode existir sem ter sido efetivamente sentido, Soares classifica a cultura do medo como um processo de homogeneização, quando se associam diferentes práticas sociais à violência.

Para entender a violência, é preciso compreender o seu real significado e seu contexto histórico. O termo é proveniente do latim – *vis*, que significa força. No século XIII, a violência ganhou outra conotação. O que antes era força se transformou em abuso da força. Foi somente no século XX, que o termo violência ganhou o significado atual de força brutal para submeter alguém. Ainda na etimologia das palavras, esta força brutal poderia ser classificada como agressão, *ad gradior*, que significa mover-se para adiante. Não, necessariamente, a agressão, em sua origem etimológica, pode ser compreendida como algo destrutivo, mas, segundo a pesquisadora da USP, Maria Aparecida Mareuse, seria apenas uma forma de crescer e dominar a vida, predispondo o indivíduo ao ataque.

De acordo com Yves Michaud, no livro *A Violência*, estudos desenvolvidos pela etologia, que focam o comportamento do animal em seu ambiente natural,

afirmam que a agressividade não é algo aprendido, mas natural do homem e dos animais.

*“A antropologia pré-histórica explica a agressão a partir da perspectiva evolucionista, referindo-se ao momento em que o macaco, em pé, com as mãos livres, cria instrumentos, parte para a caça, rompe com a natureza animal, torna-se carnívoro, um predador da caça e de seus semelhantes”. (MAREUSE, 2007, pág. 53)*

Para ilustrar a citação da pesquisadora, o filme *2001: uma odisseia no espaço*, de Stanley Kubrick, mostrou de forma sublime, em 1968, uma das mais primorosas cenas da história do cinema, quando um primata descobre que, por meio de sua inventividade, ele consegue transformar um pedaço de osso numa poderosa arma, que garantirá sua sobrevivência e o tornará predador de outros seres, inclusive, o humano. Seria este então, o início da história da violência humana aqui mencionada como força brutal para submeter alguém? Podemos classificar como ato violento a simples necessidade de sobrevivência? Há que se concordar com Michaud que a agressividade do homem é tão intrínseca e irracional quanto no animal. Sendo a agressividade irracional, o homem, a partir de sua racionalidade e para se diferenciar dos demais animais, constrói valores para minimizar o impacto desta agressividade, cria regras para, a partir de então, dar base para a sua sociabilidade. Desta forma, é certo afirmar que o conceito de violência e a forma como é entendida por um grupo sofre transformações culturais, de acordo com o tempo e o espaço.



(2001 Uma Odisseia no Espaço, de Stanley Kubrick, 1968)

*“A agressividade no homem, inicialmente, teve caráter adaptativo, porém, mais tarde, quando este começou a viver em grupo e se apoderar das técnicas, o instinto foi se tornando nocivo. No entanto, dentro da perspectiva antropológica, o homem não teve sua natureza animal ameaçada pela cultura, sendo um animal cuja desnaturação é a própria essência. A agressividade do homem tem a ver com a sua inventividade, que o tira da continuidade do mundo animal, a partir dos instrumentos que ele cria e que são destinados ao conhecimento. (...) a violência humana é fundadora da humanidade, representa uma transgressão à continuidade natural”.* (MAREUSE, 2007, pág. 54).

Essa transgressão humana, de acordo com a Psicologia, estaria relacionada à frustração que, segundo Mareuse, causaria irritação e agressividade, pelo fato do homem nutrir algum tipo de nostalgia por não pertencimento ao mundo animal. A isto se justificaria os atos violentos e todos os rituais de suplício relatados por Foucault, em *Vigiar e Punir: história da violência nas prisões*.

Apresentar e se aprofundar na violência em todas as suas instâncias não é o objetivo desta dissertação, mas é a partir do conceito de agressão (mover-se para adiante), que a violência (uso brutal da força) será aqui representada no que tange o conteúdo audiovisual, em especial, os desenhos animados.

Levando em consideração o conceito contemporâneo de agressão e violência, os desenhos animados, em todas as suas vertentes, estão “recheados” destes comportamentos. No entanto, estas cenas de uso de força brutal como forma de coerção, conforme age o polêmico personagem do Pica-Pau ou até mesmo a rainha má de Branca de Neve, não estariam representando algo que já existe na realidade? A dita violência, tão explícita nas animações, não seriam elas conhecidas pela massa desde seu nascimento, a partir do momento em que a insegurança social leva o indivíduo a se cercar de muros e grades e transformar, o que seria o seu lar, numa verdadeira prisão moral? Cabe somente aos desenhos animados e toda a programação audiovisual a culpa pela disseminação de uma violência nítida e existente desde os primórdios? Apresentar a realidade violenta é incitar o indivíduo a agir como tal? A criança, ao assistir desenhos animados ditos

violentos, é tão permeável, capaz de absorver tudo que vê e transformar assim o seu comportamento em algo agressivo?

É certo afirmar que os meios de comunicação de massa vivem da espetacularização da violência, uma vez que toda sua programação é pautada pelo caos e desestabilidade que a própria violência cotidiana pode oferecer. Na verdade, estes meios nada mais fazem do que atender a uma demanda dos indivíduos de interagirem de forma segura, ao possibilitarem o diálogo e a aproximação com os fatos da realidade. De acordo com Mareuse, ao reproduzirem o real ou apresentarem a violência através da ficção, os indivíduos não ficam imunes às discussões relativas ao tema. Desta forma, é possível participar de um sequestro e um assalto e viver o drama, sem os danos que este possa vir a causar.

*“No entanto, é preciso reconhecer que, através da mídia, violências são criadas e é com as violências criadas que nos relacionamos e elas são enganosas. Outro aspecto a ser considerado diz respeito à aproximação com os acontecimentos que a mídia possibilita, aproximando os indivíduos de violências, que de outra forma, não fariam parte de seu contexto”. (MAREUSE, 2007, pág. 84)*

Existe uma neutralização da sensação de insegurança, tendo em vista que o indivíduo sabe que a informação exibida por meio da imagem acaba por suavizar a forma como a violência é apresentada. Sendo assim, abre-se uma discussão se realmente os meios de comunicação causam algum tipo de transtorno social, ao espetacularizar e suavizar o caos. Retornando aos desenhos animados, com base nesta teoria, que mal poderia causar o Pica-Pau a seus admiradores mirins pelo simples fato de dar uma martelada em seu rival ou passar com o trem por cima dele?



(Pica-Pau, de Walter Lantz)

*J.S.R. Goodlad afirma que a violência, como explosão da ordem social, é rejeitada pelos telespectadores. Esta tese é confirmada por G. Gerbner: quando se apresenta a violência em situações familiares, as pessoas sentem-se confusas e agredidas. Quando a violência se refere a uma situação do país inteiro, só é digerida se neutralizada pelos esquemas convencionais da lei e da ordem: o distúrbio passa na medida em que no final ele é controlado pela polícia, pela lei, pela instituição. Por isso, a violência na TV é geralmente canalizada para filmes policiais, de faroeste, de aventuras, além dos desenhos animados. O mal-estar gerado pela violência, explica Goodlad, e os motivos da revolta podem ser tratados nesse tipo de filme sem que o telespectador se envolva emocionalmente na representação de situações violentas e socialmente disruptoras. (MARCONDES, 1985).*

Homer Simpson, num singular momento de esplendorosa sabedoria, afirma que os desenhos animados não têm qualquer sentido profundo e servem apenas para entreter. Estar diante de cenas de um personagem antropomorfizado, que passa com um trem por cima de outro personagem tão extraordinário quanto ele (no sentido real da palavra – fora da ordem comum) e esse não morrer não tem conotação de força brutal, o que não significa que não está disseminando ideologias acerca de um comportamento. Os desenhos animados possuem sim agressividade, uma vez que seus personagens se movem para adiante, em busca

de algo que venha satisfazer sua necessidade. Essa agressividade, no sentido real da palavra, está mais relacionada à dinâmica do roteiro do que à violência em si. Não se pode negar, aqui, que toda a narrativa vem carregada de ideologias de seus criadores. Por exemplo, o Pica-Pau, ao se apresentar trajado nas cores azul e vermelha da bandeira americana e, ao reagir quando sua rotina é perturbada, apresenta a mensagem de arrogância e supremacia dos Estados Unidos sobre qualquer um que venha desestabilizar a sua ordem. Não, necessariamente, ele passa a mensagem de que é preciso matar o perturbador da ordem, mas fica no inconsciente coletivo o individualismo com que a sociedade americana age diante de suas adversidades e conquista sua felicidade e riqueza tão somente por meio deste individualismo. Outro exemplo de uso da “suposta violência” é o desenho animado *Branca de Neve e os Sete Anões*, que traz consigo as lições de moral dos contos de fadas.

*“A divergência entre fantasia e realidade pode ser vista com bastante clareza, se examinarmos os mitos e os contos de fadas com os quais a maioria foi criada. Muitos desses contos contêm atos de violência que, se tomados literalmente, assustariam os mais robustos. Quanto mais segura a criança estiver em relação aos pais (reais), tanto mais ela é capaz de tolerar”.* (MAREUSE apud SANTOS, 2007, pág. 95).

A cena em que a princesa foge do caçador, que recebeu a ordem para arrancar-lhe o coração, ou da madrasta, na tentativa frustrada de matar Branca de Neve com uma maçã envenenada, jamais seria revista desde 1937, se não existisse uma grande lacuna entre a experiência real de violência e as ações em fantasia. O fato de ser considerado um ato violento ou não é subjetivo e individual e tem a ver com a representação que cada espectador constrói da narrativa.

Culpar os desenhos animados pela disseminação da violência ou ainda responsabilizá-los pela delinquência é fechar os olhos para o que, de fato, sempre esteve diante de todos. Os desenhos animados são disseminadores de ideologia, tão somente, mas não ditadores de comportamentos violentos. A violência existe muito antes da invenção da mídia audiovisual. Se o que é exibido na televisão tem caráter de agressividade (mover-se para adiante) e de violência (força brutal para obter algo) é porque a sociedade sempre viveu inserida neste contexto. Pica-pau, Scooby-Doo, Branca de Neve, Homer Simpson e tantos outros vão reproduzir

apenas aquilo que o homem vem fazendo desde sempre. É uma relação de espelho: a sociedade age e a animação reproduz. Sem este espelho, eles são apenas rabiscos numa folha de papel e nada mais.

### 3.3 *Branca de Neve e os Sete Anões* – a representação imagética do conto de fadas



(Branca de Neve e os Sete Anões, de Walt Disney)

*“Hoje em dia, muitas de nossas crianças são ainda mais cruelmente destituídas, porque são de todo privadas da oportunidade de conhecer os contos de fadas. A maioria das crianças de agora conhece os contos de fadas apenas em versões enfeitadas e simplificadas, que lhes abrandam o sentido e lhes roubam todo significado mais profundo – versões como as dos filmes e espetáculos de TV, nas quais os contos de fadas são transformados em diversão tola”.* (BETELHEIM, 2007, pág. 33)

É impossível pensar em *Branca de Neve* apenas como um conto de fadas, sem recorrer à imagem que Walt Disney, pai do entretenimento e do cinema de animação, formou no imaginário coletivo. O conto gótico datado do século XIX, baseado na versão dos Irmãos Grimm, seria apenas mais um, entre tantos outros já não mais lembrados, sem o longa-metragem animado que abriu as portas do estrelato para Disney. Nos quatro cantos do planeta, há mais de meio século, em

mais de 60 países e versado em dezenas de línguas, *Branca de Neve* e seus anões, desde então, acompanham gerações com a mesma hegemonia e representação imagética de sua estreia em 1937.

Falar de *Branca de Neve* é o mesmo que voltar ao início do século XX e reviver todo o movimento americanista da época. Não há que se estranhar se a “princesinha” de Walt Disney fosse apenas mais uma de suas criações e ficasse esquecida no anonimato ou condenada ao deleite de saudosistas e entusiastas de obras do gênero. *Branca de Neve*, ao contrário, foi uma produção ousada e arriscada para a época e pouco credibilizada no mundo do cinema. Esse longa-metragem animado, nunca antes pensado na história da animação, precisava de uma dose de atrevimento para se tornar realidade. Mas essa ousadia foi algo que nunca faltou a Walt Disney e era combustível para sua mente sonhadora e um tanto quanto conveniente para começar a se pensar na disseminação da cultura americana. Para isso, os Estados Unidos aproveitaram para abusar do poder da imagem e da tecnologia usada pela mídia como forte aliado na disseminação ideológica de grande impacto. É nesse contexto de revisão de valores estadunidenses que Walt Disney surge e consegue financiar a produção de *Branca de Neve*, que viria a se tornar o marco zero do cinema de animação e possibilitar tantas outras produções no gênero.

O sucesso que *Branca de Neve* carrega ainda hoje não se deve à história ou às lições de moral que o conto tem como pressuposto, mas à brilhante atuação de Walt Disney em transformar o enfadonho enredo num mundo onde os coadjuvantes têm nome, vida própria e movimento, são maiores e menores, sérios e cômicos. É bem verdade que Walt Disney modificou a versão original do conto para transformá-lo numa proposta comercial. Ele interferiu em cada passo da produção até que percebesse que o desenho estava conforme idealizara. Essa interferência acabou por descaracterizar a narrativa original e contribuiu para que Walt Disney, ao recontar *Branca de Neve* sob sua ótica, destruísse o valor do conto para a criança, por ter modificado completamente algumas passagens e, conseqüentemente, o seu real significado.

*“Ele dava luz verde para prosseguir apenas quando sentia que a essência do que queria havia sido capturada. Cada vez mais todo o time da área criativa era solicitado a assistir às comédias mudas de Chaplin,*

na velocidade normal e em câmera lenta, de modo que pudessem analisar detalhadamente a “mágica” de Chaplin e tentar, de algum modo, recriá-la em *Branca de Neve*”. (ELIOT,1993, pág. 43)

Foi essa apuração minuciosa da equipe de Disney, que deu à Branca de Neve tamanha suavidade e leveza a seus movimentos e gestos.



(Branca de Neve dançando - uma das cenas mais bem produzidas do longa animado)

O que chama atenção na produção de Walt Disney é que o desenho animado não tratou apenas da protagonista Branca de Neve, conforme regem as regras dos contos de fadas, mas dos sete anões que, curiosamente, ganharam nomes e características próprias; dos encantadores seres da floresta; da tartaruga atrasada, que passa uma vida inteira tentando subir um lance de escada; da pombinha, que divide uma canção com a princesa; da rainha em seu humor negro no subterrâneo de seu castelo na companhia de seu corvo preto, uma espécie de animal de estimação; ou até mesmo do fiel caçador, que tem no brilho dos olhos a ordem de vingança de sua majestade. Sendo assim, *Branca de Neve* se torna ainda mais que uma simples representação imagética do conto, é também o início do que se pode considerar ao cinema de animação como a “libertação” de um filme da armadilha do espaço e do tempo e da comprovação de que seria possível fazer algo de qualidade e com movimentos sincronizados, deixando de vez os míseros seis ou sete minutos de *gags* (efeito cômico que provoca o riso), envolvendo ratos ou gatos nas aberturas de diversos filmes com atores reais. A sala de cinema foi mais que um simples local para exibição, mas o templo de

encontro entre *Branca de Neve* e seu público deveras heterogêneo e não menos fiel.



(Madrasta malvada do longa Branca de Neve e os Sete Anões)

*“A finalidade de Disney ao aspecto liberal de seu material original permitiu que seu filme encontrasse um vasto público entre as crianças. Foi, no entanto, a ressonância clássica do filme que ajudou a projetar seus conflitos íntimos e tornou Branca de Neve igualmente, ou talvez ainda mais sedutor aos adultos. Do caos profissional de sua obra e das inseguranças emocionais de sua vida, Disney produziu uma obra unificada, de grande profundidade, ao mesmo tempo básica e sofisticada, sombria e luminosa, tangível e ilusória, única e ainda assim, universal”.* (ELIOT, 1993, Pág. 82)

Enfim, Walt Disney fez *Branca de Neve* se tornar uma obra amada, única e digna de eternidade.

Ao analisar *Branca de Neve e os Sete Anões* é preciso levar em consideração alguns elementos fílmicos e os atributos das personagens. Em relação à análise fílmica, por se tratar de uma animação, o foco é na montagem e no elemento de continuidade. Já aos atributos dos personagens, são utilizados os conceitos que o teórico Vladimir Propp, no livro *Morfologia do Conto Maravilhoso* atribui aos contos de fadas como aspectos fundamentais: a aparência e nomenclatura (trata-se do nome, dos aspectos físicos e do figurino das personagens), as particularidades de entrada em cena (a forma como cada

personagem aparece na história) e o habitat (cenário, a arquitetura onde a história é ambientada).

Para se tornar um longa-metragem agradável e não cansativo aos olhos e paciência do receptor, Walt Disney precisou usar como elemento de continuidade a dança e a música para dar leveza ao filme. Um fotograma não suportaria conter apenas um personagem por muito tempo, tampouco falas extensas. Foi por isso que dezenas de personagens auxiliares foram criadas, cada qual podendo expressar fisicamente as suas personalidades. O maior exemplo são os sete anões e suas características que deram origem a seus próprios nomes. Cerca de 50 nomes foram inicialmente propostos até se chegar aos escolhidos. Um recurso estratégico que Walt Disney utilizou na produção de *Branca de Neve* para criar a identificação com os personagens em qualquer parte do planeta foi a possibilidade de, nos filmes de língua não-inglesa, os nomes dos anões serem substituídos pelos nomes por eles recebidos em cada país na cena em que aparece as camas dos homenzinhos. Sendo assim, *Doc, Dopey, Grumpy, Happy, Sneezy, Bashful* e *Sleepy* foram substituídos e conhecidos no Brasil por Mestre, Dunga, Zangado, Feliz, Atchim, Dengoso e Soneca. No entanto, tudo isso passaria despercebido e não teria graça ou sentido, se cada movimento destes pequenos não fosse representado com exagerada linguagem corporal, em total sintonia com suas roupas deveras caricatas. Ainda na casa dos anões, Walt Disney ousou ao versar exatamente o contrário do conto original. Ele apresenta um local desordenado e sujo e coloca os bichos da floresta para auxiliar Branca de Neve na limpeza. Nesta cena fica explícita a visão um tanto quanto machista do criador, especialmente porque ele condiciona a permanência da princesa, por meio da prestação de serviços. Enfim, para ter direito ao básico, Branca de Neve precisaria “pegar no pesado”. Outro ponto de destaque na produção de Disney são os diferentes centros de gravidade dos personagens. A princesa Branca de Neve é alta e sempre aparece em pé, embora ela, no conto original, não passe de uma criança na fase de transição para a adolescência. Com isto, Walt Disney dá características de mulher adulta à personagem. No entanto, a movimentação dos personagens cômicos, os anões e os bichinhos, é proveniente do centro e parte do traseiro. Não raro ver estes seres rodopiarem, se chocarem de costas e caírem sentados. A estatura permitiu que cada personalidade fosse construída de baixo para cima. A antropomorfização dos personagens deu subsídios para a criação de histórias

paralelas: a arrumação da casa pelos animais, os esquilos correndo depressa e a tartaruga num laborioso passo.



(Branca de Neve e animais limpando a casa)

*“No pensamento animista, não só os animais sentem e pensam como nós, mas até as pedras estão vivas; de modo que ser transformado numa pedra quer dizer simplesmente ter que permanecer silencioso e imóvel por algum tempo. Pelo mesmo raciocínio, é absolutamente crível quando objetos até então silenciosos começam a falar, dão conselhos e juntam-se ao herói em suas andanças”.* (BETELHEIM, 2007, pág. 69)

Foi pautado pela teoria do fantástico, que Walt Disney construiu sua narrativa animista e mantém até os dias atuais como uma espécie de “marca registrada”.

Todo esse detalhamento e preciosismo deram vida à produção de *Branca de Neve e os Sete Anões* e rendeu a Walt Disney a sonhada estatueta do Oscar, prêmio entregue anualmente pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, em Los Angeles, EUA, com direito a sete outras miniaturas (os anões).

Assistir *Branca de Neve* e compreender o sucesso desta produção é, sobretudo, questionar as modificações feitas no conto original para atender às expectativas de um público envolto nos ideais americanos no início do século XX. É na maçã envenenada, na figura da rainha má e no desfecho heróico hollywoodiano, que *Branca de Neve* revela-se aos espectadores como uma grande disseminadora do esforço individual em busca da felicidade, que será recompensada tão somente pelo consumo de bens que tornam a vida mais amena

e prazerosa: as facilidades americanas / *the american facilities*. Em suma, partindo do pressuposto apresentado por Mikail Bakhtin, no livro '*Estética da Criação Verbal*', de que o indivíduo é formado a partir do discurso do outro, os meios de comunicação de massa, desta forma, tem o poder de formar o discurso de seu público, ao mostrar aquilo que se quer mostrar e não o que, necessariamente, se pretende ver. Sendo assim, o receptor não tem decisão própria sobre o que será exibido, tão pouco como será apresentado, dando a possibilidade apenas a estes meio em usar um discurso unilateral pautado na prepotência e superioridade, para condicionar o imaginário de seu espectador. *Branca de Neve* confirma esta máxima, a partir do momento que se torna impossível pensar na princesa sem remeter à imagem que Walt Disney deixou no imaginário coletivo. Não dá para pensar em Branca de Neve sem seu vestido amarelo e azul, sua capa vermelha e o laço de fita nos cabelos. É inviável, e até mesmo contraditório, imaginar uma Branca de Neve com cabelos longos e enrolados ou quem sabe com traços orientais. Como disse Marshall McLuhan, no livro *Os Meios de Comunicação como Extensão do Homem*, no escuro de uma sala de cinema, a sugestão da imagem encontrou na palavra e no som uma espécie de recriação, instrumento de ampliação e potenciação.

### 3.4 *Pica-Pau* e os ideais norte-americanos



(Pica-Pau, de Walter Lantz)

Diz a lenda que ele foi concebido para ser irritante e levar vantagem em cima de seus colegas de cena. Diz a lenda que a criação de *Pica-Pau* foi uma sugestão de Grace Stafford, esposa do desenhista Walter Lantz, após o episódio da noite de núpcias do casal, quando um passarinho passou a noite inteira bicando o telhado do chalé onde os dois se hospedavam e deixou diversos furos no local, possibilitando a criação de uma goteira no quarto. A história, então confirmada pela assessoria de Walter Lantz, porém não comprovada documentalmente, pelo fato de Lantz e sua esposa terem se casado apenas em 1941, depois de *Pica-Pau* ter sido criado, em 1940, serve para traduzir o perfil do implicante personagem, que é lembrado por sua risada inconfundível, além de ser admirado por milhares de pessoas em diversas partes do mundo.

Desde sua estreia na TV, em 1957, no *Show do Pica-Pau / The Woody Woodpecker show*, a animação ainda encabeça a lista dos desenhos mais vistos de todos os tempos. Essa hegemonia rendeu ao pássaro de cabeça vermelha e corpo azul uma estrela na *Calçada da Fama*, em Hollywood, EUA, ao lado de pouquíssimos outros personagens animados de grande representatividade na academia cinematográfica, como *Os Simpsons*, *Branca de Neve* e *Mickey Mouse*. Tanto prestígio também deu a *Pica-Pau* uma trilha sonora própria, com direito à indicação ao Oscar de melhor música original para *A canção do Pica-Pau/ The Woody Woodpecker song*, composta por Kay Kyser e cantada por Gloria Wood e Harry Babbit, em 1948, no episódio *Apólice Cobertor/Wet Blanket Policy*, quando Walter Lantz apresentou um outro personagem, Zeca Urubu, novo companheiro de cena de Pica-Pau e adversário na trama. Esta canção se mantém até hoje como a trilha sonora de abertura e encerramento da animação. Mas não foram as premiações (três indicações ao Oscar, sendo duas, de melhor curta animado), tampouco a trilha sonora, que têm levado *Pica-Pau* a atravessar gerações com tamanha hegemonia. O personagem politicamente incorreto, na visão dos mais conservadores, é polêmico e controverso, quando apresenta em seus episódios métodos pouco convencionais para conseguir o que quer. São esses métodos e essa forma de “viver a rotina”, apresentados sob o “pano de fundo” da violência, que serão destacados neste contexto.

A pesquisadora Elza Dias Pacheco, do Laboratório de Pesquisa sobre Infância, Imaginário e Comunicação, da Escola de Comunicação e Artes da USP estudou em detalhes tudo o que compõe o *Pica-Pau* para conseguir entender este

desenho animado. Ela precisou buscar explicações nos elementos míticos, simbólicos e metafóricos que compõem a animação e usar o conceito para mito de Roland Barthes, para se chegar ao universo que tanto fascina as crianças. Sendo assim, Elza iniciou o estudo, tratando o mito como uma narrativa, uma tentativa de explicar aquilo que não se conhece. Essa narrativa, obrigatoriamente, iria se referir ao homem, enquanto ser social, e ao homem, como sujeito individual.

Segundo a pesquisadora, o mito, por estar ligado diretamente ao indivíduo, vai estabelecer uma relação direta com a linguagem, porque ele vai ser disseminado na coletividade por meio desta linguagem; será um verdadeiro atuante no imaginário social. É nessa relação mito e linguagem que a pesquisadora usa a teoria de Barthes para confirmar a dupla funcionalidade do mito: a de caráter ideológico, que está embutido em toda linguagem, e a de função subjetiva, que está relacionada à satisfação do desejo, que deve ser visto como algo que está faltando ao homem. O mito vem explicar esta ausência e mascarar este desejo.

Sendo assim, partindo do pressuposto de Barthes, o mito, enquanto linguagem atua no imaginário social e a linguagem, por sua vez, possui símbolos que compõem conteúdos que são agentes atuantes presentes nas representações e na estruturação da narrativa. Da mesma forma, a metáfora pode ser vista como um recurso presente na narrativa, já que o cérebro humano produz conhecimentos metaforicamente. É tão somente por meio da metáfora que se produz a linguagem com a qual o indivíduo se comunica, porque essa linguagem nada mais é do que a representação de algo. Em suma, ao observar o mito, como produtor de ideologias, o símbolo, como representador desta ideologia, e a metáfora, como o produto final que a linguagem produz tem-se então os elementos necessários para analisar um desenho animado, neste caso, o *Pica-Pau*, como o mito do herói em estudo.

No desenho do *Pica-Pau*, o herói sempre será aquele que tem a menor estatura, mas que usa de sua inteligência e esperteza para vencer os maiores. É também por isso que o *Pica-Pau* encabeça a preferência entre as crianças, pois elas se identificam com ele, por ser um ser reprimido e frágil, que sofre todo tipo de opressão. O *Pica-Pau* torna-se assim um herói, pois através desta identificação, a criança tende a se satisfazer e acreditar ser ela também uma vencedora. Segundo Elza Pacheco, este é um dos grandes benefícios que o

desenho animado pode trazer ao indivíduo, ao permitir que a criança passe por essa representação do herói e se projete nele enquanto figura, contribuindo assim para seu desenvolvimento, ao vivenciar alguns desafios.

*“O desenho animado é um vácuo para qual a identidade e consciência são atraídas. É uma concha vazia que se habita para viajar a outro mundo. O indivíduo não só observa o cartum, mas passa a ser ele”.*  
(MCCLLOUD, 2005)

Ao analisar um desenho animado, é preciso observar como a história está sendo contada e que elementos estão sendo utilizados para contar esta história. Então, faz-se necessário considerar também alguns aspectos da linguagem cinematográfica, pois a narrativa é tão somente uma sequência de eventos. Foi a partir desta linguagem que a professora coordenou a pesquisa *O desenho animado na TV: mitos, símbolos e metáforas*, que levou em consideração o desenho do *Pica-Pau* em série e seus aspectos importantes: a história propriamente dita; a narração que se está fazendo do desenho; a narratividade, ou seja, a forma como o desenho está sendo contado; e a narração em sua forma: música, ruído, falas, movimentos, enquadramentos, iluminação etc. Além disso, foi preciso estudar os personagens e suas características físicas e psicológicas para obter, então, a análise da animação.

Na primeira análise, *Pica-Pau* apresentou-se como um desenho animado de macro-estrutura simples, porque partes do desenho, relacionadas ao desenho como um todo, não trazem complexidade para o entendimento. A pesquisa apresenta ainda a preferência de *Pica-Pau* entre as crianças, em função da consequência dos elementos culturais presente na animação, já que o desenho vem sendo disseminado desde a década de 40 como parte de um “pacote” para a imposição cultural americana.

*“Em toda sociedade, onde uma classe é dona dos meios de produzir a vida, também essa mesma classe é proprietária do modo de produzir idéias, os sentimentos, as intuições, numa palavra, o sentido do mundo”.*  
(DORFMAN; MARTELART, 1980, pág. 127)

A narrativa do desenho animado possui introdução, desenvolvimento e conclusão. É uma sequência óbvia, de fácil entendimento e bastante objetiva. É por isso que o *Pica-Pau* faz tanto sucesso entre o público infantil de 2 a 6 anos. É importante ressaltar que os desenhos animados também são respaldados por conteúdos que contêm aspectos significativos, como o cognitivo, que refere-se ao modo como o conteúdo é absorvido, acomodado e reelaborado pelo indivíduo (não é o objetivo desta dissertação entrar nesta discussão) e o imaginário, que refere-se à coletividade e como cada um elabora suas emoções diante deste imaginário coletivo formado por mitos e símbolos também presentes nos desenhos animados. Diante deste cenário, é preciso saber quais são as exigências dos conteúdos dos desenhos para sua interpretação.

É bem verdade que a interpretação feita pelo indivíduo diante de um conteúdo de desenho animado é diferente em cada faixa etária. Isto significa dizer que o desenho animado *Pica-Pau* é entendido por cada criança, de acordo com sua maturidade e este entendimento não é igual ao de um adulto. Se a criança rir do personagem que caiu no chão, é porque o personagem simplesmente escorregou e não porque ela entendeu a malícia que fez o personagem escorregar. A parte cognitiva, a forma como o conteúdo é recebido, é o grande diferenciador entre adultos e crianças. Também por isso, é possível afirmar que o *Pica-Pau* não é um desenho feito para crianças, tendo em vista a quantidade de ações e comportamentos maliciosos, que exigem uma grande capacidade de leitura e interpretação da narrativa, sem mencionar os aspectos morais, já que o *Pica-Pau* é um personagem politicamente incorreto. Mas isto não quer dizer que é um desenho inadequado a crianças, no sentido de não ser entendido por ela, pois as crianças são capazes de compreender a estrutura da narrativa, ou seja, elas acompanham e conectam a introdução, o desenvolvimento e a conclusão.

Umberto Eco descreveu no livro *Sobre a Literatura* o efeito *Double Coding*, no qual um discurso pode ser feito para dois públicos ao mesmo tempo, com códigos pensados para ambos. Um exemplo utilizado por ele foi Shakespeare, que produziu uma obra repleta de sutilezas e reutilizações de textos precedentes e conquistou o público popular. Eco afirma que o teatro shakespeariano sempre esteve lotado e seu público era bem diversificado.

Trazendo o conceito do *Double Coding* para o desenho animado é passível de afirmação que existe um direcionamento de códigos ao adulto e outro às

crianças. O adulto estaria em busca de códigos mais elaborados e a criança apta a decodificar mensagens mais simples, de acordo com seu nível e maturidade, de conhecimento e inserção na realidade. Os desenhos animados geralmente utilizam referências de outras obras que já estão no inconsciente coletivo, como é o caso da Branca de Neve e os Sete Anões, por se tratar de um conto de fadas.

Para exemplificar a introdução conceitual sobre o *Pica-Pau*, será utilizada a análise do episódio *Autoestrada Fracassada/Freeway Fracas* (1964), realizada por Elza Dias Pacheco e relatada no livro *Pica-Pau heroi ou vilão*. A pesquisadora usou como base a temática, o tratamento do tema, os valores envolvidos, a caracterização do personagem e os aspectos técnicos na construção das cenas.

Em relação à temática, Elza menciona que o episódio aborda o mito do lar norte-americano e sua característica fria e pessoal proveniente da colonização europeia. Este mito é retratado na cena em que aparece o *Pica-Pau* em sua casa, repousando numa poltrona, tendo acima da mesma um quadro com a legenda lar-doce-lar. “*Ele funciona como um refúgio dos seus habitantes, no sentido de resguardar não só a sua individualidade, como também os seus valores*”. (PACHECO, 1985, pág.108). O tema também sugere o mito do automóvel, no qual o lazer está diretamente relacionado ao transporte particular e também há a exaltação da mecanização e do progresso.



(Exaltação do progresso, em Autoestradas Fracassadas)

No que se refere ao tratamento do tema, o *Pica-Pau* não abdica de seus direitos e parte para a legítima defesa por meio da agressão ao operário, que é apenas um mensageiro ou um mero executor de ordens. Neste momento, pode-se observar uma luta de classes, que divide o episódio no dever de derrubar a árvore e na defesa isolada de posse. É justamente nesta parte que fica clara a ideologia

do mito do lar americano como indestrutível e intocável. Se por um lado, o progresso exige a destituição, por outro, a garantia do “teto” - tão preservada pela cultura norte-americana - possui validação social diante dos espectadores. Para completar a cena, os diálogos são, excepcionalmente, mais rebuscados e dirigidos a uma classe com maior nível de escolaridade. Estes diálogos também são sempre acompanhados de ruídos e fundo musical, para reforçar e maximizar as ações dos personagens.



(Pica-Pau lutando por seu direito de continuar em sua árvore)

Quando a pesquisadora analisa os valores envolvidos no episódio, ela apresenta a problemática bem e mal, onde o bem representa os valores da civilização, a lei e os bons costumes e o mal, o desejo criminoso de perturbar o curso das relações sociais vigentes. Desta forma, tem-se o conflito herói e vilão.

*Em Freeway Fracas, os valores são opostos: de uma lado temos o incentivo à automação, ao progresso e ao lazer; de outro, o direito de posse e da propriedade defendido pelo indivíduo Pica-Pau, evidenciando que na sociedade norte-americana, embora exista a autoridade, o poder, ao se chocar com o direito do indivíduo, pode e deve ser enfrentado e, no caso da historinha, com sucesso. A autoridade capitula frente ao indivíduo que luta, que enfrenta e defende o seu direito de propriedade e posse. No Brasil, a autoridade é mais autoritária. Em termos sociais, com relação ao problema do bem e do mal, em Freeway Fracas, há uma ambivalência: o bem seria o público, facilitando a vida dos usuários da estrada e, conseqüentemente, a derrubada da árvore que se tornava um obstáculo para tal fim. O mal seria o indivíduo isolado que, egoisticamente, defende o seu interesse em detrimento do interesse coletivo e social. No episódio, a situação se inverte, porque o mal se torna o poder, a autoridade. O bem se torna o herói que se defende sozinho do mal. (PACHECO, 1985, pág.109)*

Pode-se afirmar que existe uma ambivalência frente à questão bem e mal. O que seria o mal se transforma em bem e vice-versa. *Freeway Fracas* retrata bem o individualismo norte-americano, o direito à liberdade de expressão e à preservação da propriedade privada. O interessante do episódio, é que no final da história existe uma conciliação entre o particular e o público, com a construção da autoestrada sobre a moradia (árvore) do Pica-Pau.



(No final do episódio há uma conciliação entre Pica-Pau e seu rival)

*“Neste episódio há também uma margem de subversão dentro dos limites, que é uma interpretação pedagógica da constituição norte-americana, onde há o direito instituído de liberdade, de que a estrutura não seja subvertida. O sistema possibilita que, através da esperteza, os problemas individuais sejam resolvidos, desde que não haja mudança de quem detém o poder. É a ideia de legalismo. (PACHECO, 1985, pág. 109)*

Voltando-se para a caracterização dos personagens, Elza Pacheco afirma que o *Pica-Pau* é um dos personagens mais violentos já criados para desenhos animados e histórias em quadrinhos. Na série do personagem, *“a violência não é disfarçada, como ocorre com os desenhos de Walt Disney e outros produtores, onde a violência é, em geral, mais simbólica, com o objetivo de preservar os mitos burgueses”* (PACHECO, 1985, pág. 110). Se, de certa forma, os personagens de Disney possuem um espaço físico – eles moram em palácios, mundos distantes ou cidades fictícias, com o Pica-Pau isso não acontece, pois em cada história ele

se encontra em um lugar diferente ou até mesmo em países diferentes. Não existe uma identidade fixa do lar-doce-lar do Pica-Pau. Se não há uma casa, também não há família. Assim como Walt Disney, Walter Lantz deu ao personagem um casal de sobrinhos, mas que aparecem e desaparecem nos episódios, sem deixar questionamentos por parte do receptor. Ainda em relação à caracterização, o Pica-Pau utiliza de métodos pouco convencionais para impedir a destruição de sua moradia, é uma espécie de vale-tudo: bicadas, marteladas, canhões e até mesmo passar por cima do outro com um trem. Os objetos, que o auxiliam na defesa incondicional de seu bem-estar surgem do extraordinário.

*“A característica mais importante do Pica-Pau é a sua esperteza, que se choca com a burrice do personagem coadjuvante. Também atribui-se ao Pica-Pau a antropomorfização (ele é meio bicho e meio gente), o que talvez permita que a criança não só o identifique como tal, mas também se identifique com ele. O cabelo vermelho do personagem representa a sua sagacidade e esperteza. (PACHECO, 1985, pág. 109)*

Para a análise dos aspectos técnicos da construção do desenho, a pesquisadora levou em consideração fatores de criação como o corte, a duração dos planos, a funcionalidade dos ângulos, os movimentos de câmera, a disposição dos objetivos, a trilha sonora, a diégese e o problema do verossímil. Por ser um desenho simplificado, durante todo o desenrolar da história, percebe-se pouca importância dada ao fundo, que só passa a ser importante se servir para resolver alguma coisa dentro da narrativa. Caso contrário, o fundo torna-se desnecessário.

*“Isto pode ser notado nas cenas onde aparece a árvore do Pica-Pau inserida numa geografia espacial que não oferece referências para que o espectador saiba se é cidade ou campo. Simplesmente vêem-se algumas árvores e casas que não têm o menor movimento”. (PACHECO, 1985, pág.111)*

Por ser um filme de personagem, onde o próprio Pica-Pau é o personagem, ele acaba conduzindo a narrativa. Os outros personagens são meros coadjuvantes. A história é simples, em termos de imagem, e a geografia é muito bem construída, pois não permite identificar onde se passa. O local não é um lugar bem definido (campo ou cidade). Todas as ações resumem-se em um

pequeno espaço, constituído por um escritório e uma árvore, sendo estes dois elementos muito bem marcados. Outro recurso usado no episódio é o de cortinas, que divide as sequências, pegando duas imagens. Isto pode ser notado quando entra a imagem do Pica-Pau, enquanto vai desaparecendo a outra imagem. Para garantir a inteligibilidade da narrativa, o autor usa vários recursos técnicos, como cortes e fusões, estas sendo utilizadas na passagem de uma cena para outra, permitindo que o espectador perceba a sequência dos eventos e a forma como se relacionam. Quando termina uma sequência inicia a outra, sempre através de um plano geral, apresentando a geografia espacial. Tal plano é também chamado de plano de vinculação, por que garante a direcionalidade e inteligibilidade da narrativa.

Quanto ao tempo transcorrido e à mudança espacial, o autor usa o recurso da “cortina” exatamente para mostrar a passagem de um tempo maior. No final do desenho, a passagem do tempo é feita através de um corte, porque refere-se a um tempo conclusivo. É nesta fase, afirma Elza, que entra o dado do verossímil para o montador – a continuidade, que existe no corte de forma realística. *“Ela é a representação do real. O mesmo não aconteceria num filme realístico, porque a violência do corte seria grande. No desenho animado, o corte quase não é percebido e está sempre em movimento, para que o quadro não fique vazio”* (PACHECO, 1985, pág. 111). Outro ponto a destacar é que, neste episódio nota-se que o ruído só é usado quando necessário. Não se escuta o ruído do Pica-Pau andando e nem o barulho externo. Isto é intencional. Porém, quando há necessidade de que determinados ruídos desempenhem uma função dramática, eles são exageradamente acentuados. Os ruídos são importantes em termos de narrativa, para manter a atenção do espectador. Estes ruídos estão perfeitamente relacionados com a dimensão da imagem. O nível do som marca a presença do personagem. Há sempre um jingle, caracterizando as suas risadas e ruídos de batidas de pau, caracterizando a sua presença.

*“Outro aspecto é o inverossímil. De repente, os objetos aparecem em cena como decorrência da narrativa e são incorporados como um dado concreto. Não se vê de onde vêm. As coisas são dispostas para tornar a narrativa mais rápida, mais eficiente e com mais ritmo. Isso só ocorre em desenho animado. A trilha sonora é extremamente composta para ter determinado tipo de musicalidade que acompanhe a ação e não apenas*

*a comente. A música, além de comentar a ação, está ligada à imagem de forma proposital. Se o desenho fosse passado sem som, a criança não entenderia. Daí a importância dos ruídos. No desenho do Pica-Pau há uma simplicidade incrível: existe o problema e ele tem que ser resolvido. Para tal, são criadas inúmeras situações. Então, sempre existe o problema e a situação que vai adiando o problema até que seja solucionado. Esta técnica é uma inovação e, talvez por isso, Walter Lantz, em 1979, foi agraciado com um Oscar especial por sua contribuição à arte cinematográfica. Por outro lado, enquanto nos desenhos de Walt Disney nota-se uma obediência às leis de percepção e continuidade para garantir a noção do verossímil, isto não ocorre no desenho de Walter Lantz, onde a ideia de continuidade é absolutamente desnecessária, pois a direcionalidade é tão bem construída, que garante a inteligibilidade do desenho animado". (PACHECO, 1985, pág.112)*

Uma forte característica do *Pica-Pau*, segundo a pesquisadora, é a defesa dos interesses individuais e a relação ganho-perda. O personagem, ao perceber que sua rotina será atrapalhada, usa todos os artifícios para que isto não aconteça. Isso não significa dizer que o *Pica-Pau* é agressivo, pois a própria cultura americana, que preserva os direitos individuais acima de qualquer ordem social, vai concordar com o comportamento reativo do personagem. Este argumento acaba por isentar o passarinho de culpa pelas atrocidades cometidas por ele e ameniza a violência diante da percepção das crianças. Na verdade, o *Pica-Pau* reflete o imaginário coletivo, a partir do momento que ele vai de encontro apenas a quem está perturbando a sua paz e, para isso, ele conta com a validação social.

Outro fato a se destacar no desenho *Pica-Pau* é que o mal nunca é representado por figuras clássicas como bruxas, fantasmas, monstros ou outras identidades facilmente encontradas nos desenhos de Walt Disney. Os vilões são, na maioria das vezes, figuras que se renovam e nunca entidades fantásticas, segundo Elza Dias Pacheco. *"Assim, o problema do bem e do mal não fica evidente, pois as suas características são de herói-delinquente, já que, embora infringindo a lei, na maioria das vezes ele sempre acaba vencendo". (Elza Dias Pacheco, 1985, pág.111)*

Entender o *Pica-Pau* como anti-herói é, acima de tudo, assumir que o personagem, apesar de suas contradições morais, atua mais como herói do que vilão e que suas atitudes têm o respaldo e a aprovação de uma sociedade que

valoriza a individualidade acima de tudo. Também é preciso desmitificar o desenho como instigador da violência, tendo em vista que todo desenho animado atua no nível do extraordinário, ou seja, está fora do que é a ordem normal das coisas, o comum. Sendo assim, a criança não só entende que o desenho apresentado é algo fictício, como também sabe quais são os seus limites entre fantasia e realidade. Se fosse o contrário, não raro seria ver crianças se jogando das janelas dos edifícios, na busca por voar como o Super-Homem, apesar de casos isolados ocorrerem em diversas partes do mundo. Há que se levar em consideração que os indivíduos que adotaram este tipo de atitude não conseguiram diferenciar o que é real e fantasia e se entregaram a um delírio específico de algum distúrbio comportamental. Estas crianças precisariam de acompanhamento especializado e estudo aprofundado, no que tange à formação de sentido. Falar deste distúrbio não é o propósito desta dissertação, mas um desenho animado não pode ser responsabilizado por estas ocorrências pontuais.

Atribuir ao Pica-Pau e demais personagens de desenhos animados uma culpa por distúrbios sociais e psicológicos é, de fato, fechar olhos para o verdadeiro vilão e não perceber a característica central da animação, que é apenas a de servir como entretenimento.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A busca pela concepção do desenho animado como elemento responsável pela construção de valores na sociedade e a disseminação da ideologia da cultura dominante, por meio do entretenimento, fez com que fossem tomadas inúmeras decisões de ordem teórica e metodológica nesta pesquisa.

Ao realizar este estudo, foi necessário construir algo que envolvesse todos os contrapontos do tema que direcionasse a pesquisa, sem perder de vista a problemática e as respostas com que se comprometeu a análise.

No entanto, é preciso admitir que alguns desdobramentos precisariam ser abortados, para que a pesquisa não perdesse o seu rumo, assim como outros seriam extremamente necessários para o direcionamento correto do estudo.

Sendo assim, foi pertinente reunir os aspectos mais significativos nestas considerações finais, utilizando-se da mesma lógica do percurso usado na dissertação e levando-se em consideração que o mote central da pesquisa foi desenho animado, televisão, ideologia e indústria cultural.

### ***O desenho como linguagem e disseminador da ideologia***

Não há como negar que o desenho animado tem tamanha hegemonia na sociedade contemporânea e faz parte do cotidiano de milhões de pessoas. Este sucesso não é atribuído apenas à técnica, que dá a ilusão do movimento. É preciso levar em consideração o papel que o desenho exerceu na formação da sociedade, enquanto forma de linguagem e precursor da formação da cultura e das relações sociais, pois a primeira tentativa do homem em estabelecer a comunicação com seu semelhante foi por meio dos desenhos rupestres, que também foi a primeira linguagem para garantir a sobrevivência.

Neste sentido, é preciso colocar o desenho no patamar de necessidade vital, para que o homem tivesse consciência de si e do mundo e pudesse representar este mundo em forma de linguagem. Por este aspecto, pode-se concluir que, ao desenho, é atribuída a responsabilidade pela criação da primeira linguagem, que deu origem aos signos e códigos e, mais tarde, à língua e ao discurso.

Na filosofia idealista, a linguagem forma uma imagem do mundo, o que significa que ela contém uma visão de mundo que determina nossa maneira de perceber e conceber a realidade. É exatamente por causa desta maneira intrínseca

de cada ser humano perceber a realidade, que se pode afirmar que a linguagem é uma condutora de ideologia, uma vez que a percepção é individual e cada sujeito vai definir a sua, de acordo com o ambiente ao qual está inserido. Desta forma, sendo o desenho uma linguagem, logo, é também um condutor de ideologia de seu interlocutor.

Da simples necessidade de sobrevivência do indivíduo até a característica de entretenimento, que lhe é atribuída nos dias atuais, o desenho passou por transformações mediante o aprimoramento da técnica humana, ganhou movimento e, conseqüentemente vida e alma, e adentrou os meios de comunicação, atraiu milhares de pessoas no mundo inteiro e transformou-se em um produto da indústria cultural para a massa.

Entende-se por massa um grupo coletivo elementar e espontâneo representado por pessoas que participam de um comportamento padronizado. É elementar e espontâneo, porque passa a ter existência não como resultado de um desejo, mas enquanto resposta natural a um determinado tipo de situação. Estes participantes são originários de diversas categorias, podendo incluir pessoas com diferentes características, sejam elas sociais, econômicas e intelectuais. Outra característica atribuída à massa é o anonimato. Quase não existe interação ou troca de experiências entre seus membros e eles não dispõem de oportunidades para se misturar como fazem os participantes de uma multidão.

A massa se difere da multidão, na medida em que ela não é capaz de agir de forma integrada, por ter uma organização frágil.

Sendo a indústria cultural exclusivamente mercadológica, cujo objetivo é uma sistemática e programada exploração de bens culturais e proporcionar ao indivíduo necessidades do sistema vigente, por meio do consumo, fazendo com que o sujeito se torne eternamente insatisfeito, o desenho animado, por ser uma linguagem com conteúdos e significações, a partir do momento que se torna um produto para atender à satisfação da massa, se torna também transmissor de ideologia e um elemento que vai movimentar a economia, por meio, não apenas do entretenimento, mas de seus personagens licenciados em forma de chocolate, caderno, bonecos, biscoitos etc.

Neste contexto, onde tudo se torna negócio e seus fins são exclusivamente comerciais, ao desenho animado é atribuída a característica de algo controlado pela publicidade, que ganha forma e roupagem de “vendedor”, por meio da imagem de

seus personagens, e vai enriquecendo a indústria do consumo e da descartabilidade. Com isso, o campo se torna ainda maior e apropriado para a disseminação da ideologia da cultura dominante, por meio de objetos culturais, que ainda fazem uso dos meios de comunicação para alcançar estes objetivos.

A indústria cultural, através do desenho animado, cria demandas que promovem uma satisfação compensatória e efêmera, preenchendo moralmente os indivíduos e submetendo-os a seu monopólio, transformando-os em acríticos, uma vez que seus produtos são adquiridos espontaneamente.

É nessa vulnerabilidade da massa, já que a capacidade crítica se torna frágil, que a cultura dominante vai incutindo seus padrões comportamentais e moldando a forma de viver do sujeito.

### ***Indústria cultural e meios de comunicação de massa***

Quando se sugere que os meios de comunicação auxiliam a indústria cultural, é preciso pensar naquele que veio revolucionar as relações e determinar uma nova forma de viver socialmente: a televisão.

O surgimento da TV trouxe ao mundo uma nova forma vida, uma vez que este meio atende às exigências psíquicas do telespectador, provenientes do trabalho realizado fora de casa, já que ele precisa se distrair e se desligar do plano das obrigações quando chega em casa. A esse fato, agrega-se também o pouco recurso que o indivíduo possui para destinar ao lazer e ao descanso. Por isso, a televisão aparece como uma solução rápida, barata e compensatória, além de entrar no lar como uma apaziguadora de conflitos familiares, pois, ao mesmo tempo em que ela distrai os membros da família, ela consegue diminuir a distância entre as pessoas, quando as reúne em um local específico para apresentar sua programação: novelas, desenhos animados, noticiários, programas de auditório, filmes e séries.

Os desenhos animados, especialmente os feitos para a TV, pegaram carona neste *gap* social em relação à família, ocupado exclusivamente pela televisão, e se apresentam como forma de entretenimento, através de uma sequência de imagens com conteúdos e significações que vão gerar conforto e prazer.

Para manter a atenção do indivíduo e evitar o desinteresse diante das imagens apresentadas, as programações são dinâmicas e repletas de temas transformados em espetáculos, como por exemplo, a violência.

É por isso que *Pica-Pau* e sua turma fazem tanto sucesso desde sua estreia na telinha, em 1957, e ainda encabeçam a lista dos desenhos mais vistos de todos os tempos. Recheados de uma suposta violência pautada pelo extraordinário, conforme regem as regras dos desenhos animados, os episódios do pássaro de cabeça vermelha tornaram-se os preferidos do público infantil, movimentando economicamente a indústria do entretenimento e modificando os hábitos sociais em relação à criança, quando esta passa horas em frente à TV, vendo e revendo o mesmo episódio: uma espécie de hipnose.

Mas não é só o dinamismo do personagem que mantém a preferência entre os telespectadores. *Pica-Pau* traz embutido em seu caráter o mito do herói, porque possui menor estatura, mas usa de inteligência e esperteza para vencer os maiores. Esta característica é um dos fatores que fazem com que o personagem se torne o queridinho entre as crianças, especialmente as menores, pois elas se identificam com ele, por ser um ser reprimido e frágil, que sofre todo tipo de opressão. Ele as faz acreditar que elas também serão vencedoras. Acrescenta-se ainda uma estrutura fílmica simples e de pouca complexidade para o entendimento dos pequenos. Desta forma, *Pica-Pau*, com uma personalidade individualista e que usa de métodos pouco convencionais para se livrar do que está interrompendo a sua rotina vai disseminando ingenuamente a ideologia *The America Way of Life* – o modo de vida americano, a forma como eles se imaginam e se redimem diante das adversidades da vida em sociedade. Também não se pode ficar alheio ao fato de *Pica-Pau* ter em seus aspectos físicos a cor vermelha e azul, tais como as da bandeira norte-americana.

Se *Pica-Pau* é querido por sua esperteza, porque então *Branca de Neve*, a primeira princesa em apuros de Walt Disney - e nada esperta - ainda faz parte do imaginário de milhares de fãs desde seu lançamento? A resposta está no fato dela viver exclusivamente da televisão, único meio audiovisual que ainda apresenta as peripécias da princesinha por meio da reprodução em DVD, garantindo-lhe assim a sobrevivência até os dias atuais.

O sucesso que *Branca de Neve* carrega ainda hoje não se deve à história ou às lições de moral que o conto de fadas tem como pressuposto, mas à brilhante

atuação de Walt Disney em transformar o enfadonho enredo numa proposta comercial, onde os coadjuvantes têm nomes próprios, de acordo com sua nacionalidade, movimentos graciosos, são maiores e menores, sérios e cômicos. Walt Disney modificou a versão original do conto para atrair o interesse do público, afoito por ter em sua casa uma cópia do primeiro longa-metragem da história da animação.

*Branca de Neve*, curiosamente, foi uma produção feita para o Cinema, mas é na televisão, em forma de DVD, que ela adentra os lares e conquista seus fãs mundo afora, assim como todas as demais produções Disney, que sobrevivem no imaginário coletivo por meio da comercialização de seus longas e transformam-se na “babá quase perfeita”, disponível a qualquer momento, aos pais extremamente ocupados com seus trabalhos e com pouco tempo para se dedicar aos filhos. Neste aspecto, a televisão parece ser a alternativa para garantir a permanência das crianças em casa e garantir uma falsa segurança, em relação à violência nas ruas.

Em suma, seja na violência explícita por meio da esperteza nos episódios do *Pica-Pau* ou na encantadora história de *Branca de Neve*, os desenhos animados só sobreviveram, porque se transformaram num produto da indústria cultural, cujo objetivo é muito mais que o simples entretenimento, mas a disseminação da ideologia do consumo e da descartabilidade – tão valorizada na cultura americanista.

### ***A espetacularização da violência e a cultura do medo***

Que os desenhos animados são produtos da indústria cultural e, conseqüentemente, disseminadores da ideologia desta indústria, não resta dúvida. No entanto, seus conteúdos, com certo grau dito violento, ainda são motivos de polêmicas e controvérsias entre pais e educadores, quando se refere à forma como são apresentados às crianças. Para se falar de violência, é preciso, primeiramente, entender o sentimento que alimenta esta prática: o medo.

O medo é algo inerente ao ser humano, um fenômeno de paralisação ou detenção do curso vital e um veículo que permite compreender algumas relações sociais, por se tratar de uma forma de exteriorização cultural que, intencionalmente ou não, muda os valores de um grupo, aumentando ou diminuindo o grau de coesão entre os indivíduos. Isso acontece, porque o ser humano é o único capaz de

antecipar a sua morte, já que ele tem consciência de que um dia morrerá. Então, tudo o que possa antecipar esta morte será sempre motivo de medo.

Já que a violência está atrelada ao medo, que está atrelado à morte, e o fundamento do medo é o ato de morrer, isto justifica o motivo pelo qual o desenho animado não oferece este sentimento, tendo em vista que seu caráter extraordinário é visto por seus espectadores como algo que não existe, ainda que sua narrativa possa sugerir tal morte. Neste aspecto, a violência acaba sendo neutralizada. Por isso, os desenhos animados vêm carregados de cenas como marteladas na cabeça, trem passando por cima, empurrões no precipício. Os personagens, sejam eles principais ou coadjuvantes, nunca morrem na narrativa e ressurgem como algo fantástico, quando qualquer um desses artifícios que levaria um ser comum à morte é utilizado para dar dinâmica no roteiro. Mesmo nas produções mais tristes, como *Branca de Neve e os Sete Anões*, *Bambi* e *Rei Leão*, a morte é neutralizada, porque todo o contexto que envolve os demais personagens está pautado no extraordinário, como por exemplo, animais que cantam e arrumam casa, a madrasta que se transforma em velha senhora ao beber uma poção mágica e o príncipe encantado que faz ressurgir a bela do sono da morte apenas com um beijo.

A criança, ao contrário do que se pensa, tem discernimento o suficiente para entender que os desenhos animados não correspondem à realidade em si, é apenas uma caricatura desta realidade. Se fosse assim, seria muito mais corriqueiro ouvir falar que estes pequenos se atirariam das janelas dos edifícios, em busca da capacidade de voar como Super-Homem, Homem Aranha e quaisquer outros heróis com super-poderes.

Sendo assim, culpar o desenho animado pela violência em casa é não assumir a responsabilidade de que algo de errado se passa com a criança e que as causas são muito mais complexas e profundas do que uma simples programação exibida na televisão – que poderá ser interrompida num único clicar de botão, com um simples controle remoto.

Diante destas considerações, há que se concordar com Homer Simpson, quando diz que os desenhos animados são simples rabiscos, sem sentido profundo algum, cujo único objetivo é fazer seu telespectador rir feito bobo. É! Ele realmente tem razão.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ALMEIDA, J.C. Mendes de. **Cinema contra cinema**. São Paulo, Limitada, 1931.
- ANGOLOTI, Carlos. **Cómics, títeres y teatro de sombras: três formas plásticas de contar historias**. Madri, Espanha: Ediciones de la Torre, 1990.
- ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. São Paulo: Difel, 1964.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo, Hucitec, 1981.
- BARTHES, Roland. **O Discurso da História**. In: O Rumor da Língua. São Paulo, Brasiliense, 1988.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. In: ADORNO et al. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BETTELHEIM, Bruno. **Na terra das fadas**. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- \_\_\_\_\_. **A psicanálise dos contos de fadas**. 21 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2007.
- BRAGANÇA, J. B. Nippes. **O gênero do horror no cinema e nas histórias em quadrinhos brasileiras**. In: XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro, RJ.
- BRAGHIROLI, Elaine M. **Psicologia geral**. Porto Alegre: Vozes, 1990.
- CARDOSO, Sérgio. **Os sentidos da paixão**. São Paulo: Cia das Letras, 1987.
- CARROL, Noel. **A filosofia do horror ou paradoxos do coração**. Campinas, SP: Papyrus, 1999.
- CAVALCANTI, Ionaldo. **O Mundo dos Quadrinhos**. Símbolo, 1977.
- CIRNE, Moacy. **Quadrinhos, sedução e paixão**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Nacional, 1971.
- COSTA, Antonio. **Compreender o cinema**. Tradução de Nilson Moulin Louzada. São Paulo: Globo, 2003.
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para ler o Pato Donald: comunicação de massa e colonialismo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- EAGLETON, Terry. **Ideologia, uma introdução**. São Paulo: UNESP/Bomtempo, 1997.
- ECO, Umberto. **Sobre a literatura**. Rio de Janeiro: Record, 2ª edição, 2003.

- EISNER, Will. **Quadrinhos e Arte Seqüencial**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- ELIOT, Marc. **Walt Disney o príncipe sombrio de Hollywood**. São Paulo: Marco Zero, 1995.
- FEDER, Angelo. **Os iconográficos: teorias, colecionismo e quadrinhos**. São Paulo: LCTE Editora, 2007.
- FERREIRA, Evaldo. **O primeiro desenho animado colorido do Brasil**. Revista Cinemin da Ebal, Rio de Janeiro, v.18, p. 10-11, set. 1985.
- FOCAULT, Michel. **Vigiar e punir: história da violência nas prisões**. 9ª ed. Petrópolis, 1991.
- FOSSATTI, Carolina L. **Cinema de animação: um diálogo ético no mundo encantado das histórias infantis**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- GABLER, Neal. **Walt Disney o triunfo da imaginação americana**. Osasco, SP: Novo Século, 2009.
- GONÇALVES, Maurício R. **Cinema e identidade nacional no Brasil 1898-1969**. São Paulo: LCTE Editora, 2011.
- GRIMM, Jacob; GRIMM, Wilhelm. **Contos de fadas**. 2. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 5 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- HORKHEIMER, M., e ADORNO, T. W. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos**. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- IRVIN, William; ONARD, Mark T.; KOBLE, Aeon J. **Os Simpsons e a filosofia**. São Paulo: Madras, 2004.
- JUNIOR, Gonçalo. **A guerra dos gibis: a formação do mercado editorial brasileiro e a censura aos quadrinhos, 1933-64**. São Paulo: Cia das Letras, 2004.
- LEBEL, Jean-Patrick. **Cinema e ideologia**. São Paulo: Mandacaru, 1989.
- LEFEBVRE, Henri. **A Vida Cotidiana no Mundo Moderno**. São Paulo, Ática, 1991.
- LUYTEN, Sonia M. Bibe. **Histórias em Quadrinhos**, São Paulo: Paulinas, 1984.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. 15. ed. São Paulo: Moderna, 2000.
- \_\_\_\_\_. **A linguagem da sedução**. 2 ed. Sao Paulo : Perspectiva, 1988.
- \_\_\_\_\_. **O espelho e a máscara**. Rio Grande do Sul: Unijuí, 2002.

MAREUSE, Márcia A.G. **A Representação Infantil da Violência na Mídia: uma perspectiva da Educação.** Tese de Doutorado. São Paulo: ECA/USP, 2007.

MARTÍN-BARBERO. J. **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social,** in SOUZA, M. W. (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 39-68.

MCCLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos: história, criação, desenho, animação, roteiro.** São Paulo: M. Books do Brasil, 2005.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 11 ed. São Paulo, Cultrix, 2001.

MELO, E.M.D. Vaz. **Reflexões sobre a cultura do medo: um retrato do desenvolvimento da violência urbana na atualidade.** Revista científica do Instituto Metodista Izabela Hendrix, Belo Horizonte, MG, dez. 2008.

MICHAUD, Yves. **A violência.** São Paulo: Ática, 1989.

MIRA Y LÓPEZ, Emilio. **Quatro gigantes da alma: o medo, a ira, o amor, o dever.** 5. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1957.

MIRANDA, Orlando. **Tio Patinhas e os mitos da comunicação.** 2ª ed. São Paulo: Summus, 1978.

MORAES, D. (org.) **Sociedade Midiatizada.** Mauad Editora, Rio de Janeiro, 2006.

MOYA, Álvaro. **História da História em Quadrinhos.** São Paulo: Brasiliense, 1996.

NOGUEIRA, Luís. **Manuais de cinema II - gêneros cinematográficos.** Portugal: LabCom, 2010.

PACHECO, Elza Dias. **O Pica-Pau: herói ou vilão. Representação social da criança e reprodução da ideologia dominante.** São Paulo: Loyolas, 1985.

PLATÃO. **A República.** São Paulo: DIFEL, 1965.

**Revista Tese e Cultura.** Rio de Janeiro: INC/MEC, ano IV, número 18, jan/fev1971.

**Revista Líbero.** São Paulo. Ano VI, número 11, abril/2004.

SANTOS, Roberto E. **Para reler os quadrinhos Disney.** São Paulo: Paulinas, 2002.

SCHAFF, Adam. **A Objetividade do Conhecimento à Luz da Sociologia do Conhecimento e da Análise da Linguagem.** In: KRISTEVA, J. et al. (Orgs) **Ensaio de Semiologia.** Rio de Janeiro, Eldorado, s/d.

SARTRE, Jean-Paul. **A imaginação.** Tradução de Paulo Neves. Porto Alegre, RS: L&PM, 2010.

SCHETTINO, Paulo B. C. **O NovoCinema Brasileiro**. Tese de doutoramento. São Paulo: ECA / USP, 2002.

\_\_\_\_\_. **Da Pedra ao Nada** – a viagem da Imagem. São Paulo: LCTE, 2010.

\_\_\_\_\_. **Dos HQs ao CINEMA**: uma questão de ALMA. Ensaio produzido para capítulo de livro. São Paulo/Sorocaba, 2010.

SAUSSURE *apud* KRISTEVA, Julia. **História da Linguagem**. Lisboa-Portugal, Edições 70, 1969.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de lingüística geral**. São Paulo: Cultrix, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Televisão e Psicanálise**. São Paulo: Ática, 1987.

\_\_\_\_\_. **A comunicação do grotesco**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1992.

THOMAS, Bob. **Walt Disney: an american original**. Estados Unidos: Disney Editions, 1994.

\_\_\_\_\_. **Walt Disney o mago da tela**. São Paulo: Melhoramentos, 1969.

VALVERDE, Monclar. **A transformação midiática dos modos de significação**. Texto de cultura e comunicação. Salvador: Facom – UFBA, 992.

VANNOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. 5 ed. São Paulo: Papirus, 2008.

VYGOTSKY, Lev Semenovich. **A Formação Social da Mente**. São Paulo, Martins Fontes, 1984.

\_\_\_\_\_. **Pensamento e Linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

WARNER, Marina. **Da fera à loira**: sobre contos de fadas e seus narradores. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

WERTHAM, Frederic. **Seduction of the innocent**. Estados Unidos: Main Roads Books, revised edition, 2004.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

### **Sites**

PUC SP. Disponível em <http://www.pucsp.br/pos/cos/cultura/desenho.htm>. Acesso em 26/05/2011 (Erasmus Borges de Souza Filho)

CARTOON RESEARCH. Disponível em <<http://www.cartoonresearch.com>>. Acesso em 20/08/2010.

MUNDO ESTRANHO. Disponível em <<http://www.mundoestranho.abril.com.br>>.

Acesso em 20/08/2010.

MÍDIA E ARTE. Disponível em <<http://www.eba.ufmg.br/midiaarte>>. Acesso em [20/08/2010](#)

HISTÓRIA EM QUADRINHOS Disponível em <http://lacomunidad.elpais.com/jecalorena/2009/7/24/es-importante-desde-pequeno-aprenda-bien-como-es-todo>. Acesso em [27/05/2011](#)

ANIMANIA. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=Rm-BtYHLivw>. Acesso em 08/08/2011.

ANIMANIA. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=0gK0nhMk8P8&feature=related>. Acesso em 08/08/2011.

ANIMANIA. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=IDUoMiishqE&feature=related>. Acesso em 08/08/2011

ANIMANIA. Disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=OnA7N\\_bHX60&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=OnA7N_bHX60&feature=related). Acesso em 08/08/2011

WIKIPEDIA. Disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Woody\\_Woodpecker#A\\_cria.C3.A7.C3.A3o\\_do\\_personagem](http://pt.wikipedia.org/wiki/Woody_Woodpecker#A_cria.C3.A7.C3.A3o_do_personagem). Acesso em 25/09/2011

HANNA BARBERA – disponível em <http://www.hannabarbera.com.br/hb.php>. Acesso em [10/04/2012](#)

MUNDO ESTRANHO. Disponível em <http://mundoestranho.abril.com.br/materia/qual-o-desenho-animado-mais-importante-da-historia>. Acesso em [12/04/2012](#)

UFMG. Disponível em <http://www.eba.ufmg.br/midiaarte/quadroquadro/genese/cohl.htm>. Acesso em 05/07/2012

Jornal Livre. Disponível em <http://www.jornallivre.com.br/199293/o-cinema-de-animacao.html>. Acesso em 05/07/2012

Walter Lantz. <http://lantz.goldenagecartoons.com/>. Acesso em 05/07/2012.

## **Produções Audiovisuais**

Branca de Neve e os Sete Anões (EUA, 1937). Título original: (Snow White and the Seven Dwarfs), direção: David Hand, atores: Adriana Caselotti, Harry Stockwell, Lucille La Verne, Moroni Olsen, Billy Gilbert. Produção: Walt Disney.

O Diabo disse não (EUA, 1943). Título original: (Heaven can wait), direção: Ernst Lubistch, atores: Don Ameche, Gene Tierney, Charles Coburn, Allyn Joslyn. Produção: Ernst Lubistch.

O homem que matou o Facínora (EUA, 1962). Título original: (The man Who shot Liberty Valance), direção: John Ford, atores: John Wayne, James Stewart. Vera Miles, Lee Marvin, Edmond O'Brien. Produção: John Ford.

2001: uma odisséia no espaço (EUA, 1968). Título original: (2001: A Space Odyssey), direção: Stanley Kubric, atores: Keir Dullea, Gary Lockwood, William Sylvester, Leonard Rossiter. Produção: Stanley Kubric

Auto-estrada fracassada (EUA, 1964). Título original: (Freeway Fracas), direção: Don Patterson e Paul J. Smith, produção: Walter Lantz.

Baader Meninof Blues. Legião Urbana. Faixa 8, n. xxxx EMI, 1985.

## **Imagens**

(Todos os acessos foram em 06/07/2012)

**Coluna Trajano** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&sa=N&biw=1024&bih=667&tbn=isch&tbnid=ysObksQSYkv2CM:&imgrefurl=http://terceiraoartes.blogspot.com/2011/04/coluna-de-trajano.html&docid=6tm2Ds0cMuaiLM&imgurl=http://4.bp.blogspot.com/-wEN\\_yiAa2I4/TaiMKxaGvRI/AAAAAAAAAZY/KNWrYkX96uo/s1600/s320x240%252B%252525282%25252529.jpg&w=320&h=218&ei=X8\\_2T5\\_gDOHu0gH-hPXYBq&zoom=1&iact=hc&vpx=118&vpy=83&dur=1777&hovh=174&hovw=256&tx=181&ty=87&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=148&tbnw=212&start=0&ndsp=16&ved=1t:429,r:11,s:0,i:107](http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&sa=N&biw=1024&bih=667&tbn=isch&tbnid=ysObksQSYkv2CM:&imgrefurl=http://terceiraoartes.blogspot.com/2011/04/coluna-de-trajano.html&docid=6tm2Ds0cMuaiLM&imgurl=http://4.bp.blogspot.com/-wEN_yiAa2I4/TaiMKxaGvRI/AAAAAAAAAZY/KNWrYkX96uo/s1600/s320x240%252B%252525282%25252529.jpg&w=320&h=218&ei=X8_2T5_gDOHu0gH-hPXYBq&zoom=1&iact=hc&vpx=118&vpy=83&dur=1777&hovh=174&hovw=256&tx=181&ty=87&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=148&tbnw=212&start=0&ndsp=16&ved=1t:429,r:11,s:0,i:107)

**Desenho Rupestre** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?num=10&um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=6UlvCvL-ka7kEM:&imgrefurl=http://versaomarchimelow.blogspot.com/2010/03/desenho-rupestre.html&docid=eiG8XWAX2dJ-nM&imgurl=http://2.bp.blogspot.com/iSr52z08M0/S67XQGW91II/AAAAAAAAABQ/OVmdAarKRac/s1600/rupestre\\_blog.jpg&w=1098&h=779&ei=rM\\_2T\\_TtGMPg0gGD\\_o\\_DdBg&zoom=1&iact=hc&vpx=591&vpy=182&dur=866&hovh=189&hovw=267&tx=103&ty=63&sig=108894759145582462478&sqi=2&page=1&tbnh=119&tbnw=168&start=0&ndsp=15&ved=1t:429,r:3,s:0,i:105](http://www.google.com.br/imgres?num=10&um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=6UlvCvL-ka7kEM:&imgrefurl=http://versaomarchimelow.blogspot.com/2010/03/desenho-rupestre.html&docid=eiG8XWAX2dJ-nM&imgurl=http://2.bp.blogspot.com/iSr52z08M0/S67XQGW91II/AAAAAAAAABQ/OVmdAarKRac/s1600/rupestre_blog.jpg&w=1098&h=779&ei=rM_2T_TtGMPg0gGD_o_DdBg&zoom=1&iact=hc&vpx=591&vpy=182&dur=866&hovh=189&hovw=267&tx=103&ty=63&sig=108894759145582462478&sqi=2&page=1&tbnh=119&tbnw=168&start=0&ndsp=15&ved=1t:429,r:3,s:0,i:105)

**Fantasmagorie** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?num=10&um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=0jLEaxEsfoZ48M:&imgrefurl=http://animaton-evolution.e-monsite.com/pages/b-une-premiere-evolution.html&docid=VGx-TpT7OveFLM&imgurl=http://s1.e-monsite.com/2008/12/25/43598237arton3841-6541b-jpg.jpg&w=450&h=335&ei=0dD2T9H\\_CcHv0gHxy73HBg&zoom=1&iact=hc&vpx=430&vpy=147&dur=1267&hovh=194&hovw=260&tx=113&ty=92&sig=108894759145582462478&sqi=2&page=1&tbnh=129&tbnw=169&start=0&ndsp=15&ved=1t:429,r:2,s:0,i:75](http://www.google.com.br/imgres?num=10&um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=0jLEaxEsfoZ48M:&imgrefurl=http://animaton-evolution.e-monsite.com/pages/b-une-premiere-evolution.html&docid=VGx-TpT7OveFLM&imgurl=http://s1.e-monsite.com/2008/12/25/43598237arton3841-6541b-jpg.jpg&w=450&h=335&ei=0dD2T9H_CcHv0gHxy73HBg&zoom=1&iact=hc&vpx=430&vpy=147&dur=1267&hovh=194&hovw=260&tx=113&ty=92&sig=108894759145582462478&sqi=2&page=1&tbnh=129&tbnw=169&start=0&ndsp=15&ved=1t:429,r:2,s:0,i:75)

**Gato Felix** disponível em

<http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=AyhPElQpDSkUOM:&imgrefurl=http://euvi.vonomundodalu.blogspot.com/2012/04/minha-fascinacao-por-gatos.html&docid=LIT3CzkQwFwhEM&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/-QmGziuFfhck/T43GRzvfmlQI/AAAAAAAAEVI/xGvD2-cnzkg/s1600/felix.jpg&w=148&h=178&ei=b9H2T7K1KorE0AH71KXIBg&zoom=1&iact=hc&vpx=387&vpy=362&dur=431&hovh=142&hovw=118&tx=91&ty=79&sig=108894759145582462478&page=2&tbnh=141&tbnw=117&start=18&ndsp=23&ved=1t:429,r:2,s:18,i:161>

**Hanna Barbera Personagens** disponível em

<http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=RnhucuBe91E-BM:&imgrefurl=http://papersdreamm.wordpress.com/tag/hanna-barbera/&docid=tU5eYDbAZze72M&imgurl=http://papersdreamm.files.wordpress.com/2010/03/hannabarbera.jpg&w=400&h=437&ei=JtP2T7eqC-Pz0gGacj1Bg&zoom=1&iact=hc&vpx=89&vpy=158&dur=777&hovh=235&hovw=215&tx=72&ty=142&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=120&tbnw=112&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:0,s:0,i:96>

**Pica-Pau** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=Z9dEjSOuokejsM:&imgrefurl=http://multigoib.wordpress.com/2009/12/18/especial-conheca-a-evolucao-do-personagem-pica-pau/&docid=VDDnjb\\_CosGvvM&imgurl=http://multigoib.files.wordpress.com/2009/12/pica-pau-](http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=Z9dEjSOuokejsM:&imgrefurl=http://multigoib.wordpress.com/2009/12/18/especial-conheca-a-evolucao-do-personagem-pica-pau/&docid=VDDnjb_CosGvvM&imgurl=http://multigoib.files.wordpress.com/2009/12/pica-pau-)

[8.jpg%253Fw%253D600&w=240&h=320&ei=8dP2T\\_CqNcXI0QG9iJXPBg&zoom=1&iact=hc&vpx=239&vpy=33&dur=1872&hovh=256&hovw=192&tx=128&ty=116&sig=108894759145582462478&page=2&tbnh=141&tbnw=106&start=18&ndsp=21&ved=1t:429,r:16,s:18,i:245](http://www.google.com.br/imgres?num=10&um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=9lq16hpSimTQVM:&imgrefurl=http://www.chuckgoetschel.com/%3Fp%3D1407&docid=Kv3hl3RKUI_uGM&imgurl=http://chuckgoetschel.com/wp-content/uploads/2010/09/oswald_1204927744.jpg&w=213&h=255&ei=WtT2T8vDDYTG0AHZwq3SBg&zoom=1&iact=hc&vpx=213&vpy=145&dur=39&hovh=204&hovw=170&tx=117&ty=104&sig=108894759145582462478&sqi=2&page=1&tbnh=135&tbnw=93&start=0&ndsp=16&ved=1t:429,r:1,s:0,i:72)

**Oswald Lucky Rabitt** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?num=10&um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=9lq16hpSimTQVM:&imgrefurl=http://www.chuckgoetschel.com/%3Fp%3D1407&docid=Kv3hl3RKUI\\_uGM&imgurl=http://chuckgoetschel.com/wp-content/uploads/2010/09/oswald\\_1204927744.jpg&w=213&h=255&ei=WtT2T8vDDYTG0AHZwq3SBg&zoom=1&iact=hc&vpx=213&vpy=145&dur=39&hovh=204&hovw=170&tx=117&ty=104&sig=108894759145582462478&sqi=2&page=1&tbnh=135&tbnw=93&start=0&ndsp=16&ved=1t:429,r:1,s:0,i:72](http://www.google.com.br/imgres?num=10&um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=9lq16hpSimTQVM:&imgrefurl=http://www.chuckgoetschel.com/%3Fp%3D1407&docid=Kv3hl3RKUI_uGM&imgurl=http://chuckgoetschel.com/wp-content/uploads/2010/09/oswald_1204927744.jpg&w=213&h=255&ei=WtT2T8vDDYTG0AHZwq3SBg&zoom=1&iact=hc&vpx=213&vpy=145&dur=39&hovh=204&hovw=170&tx=117&ty=104&sig=108894759145582462478&sqi=2&page=1&tbnh=135&tbnw=93&start=0&ndsp=16&ved=1t:429,r:1,s:0,i:72)

**Mickey Mouse Book** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=xccvLQB9XNu3TM:&imgrefurl=http://vintagedisneymemorabilia.blogspot.com/2007/12/mickey-mouse-book.html&docid=fAp\\_jAl5R9tHZM&imgurl=http://2.bp.blogspot.com/\\_X\\_E2NMuAa8k/R3YMb1jC-gl/AAAAAAAAAS8/70-1X66EQ0M/s320/mmbfrontcoveredit.jpg&w=232&h=320&ei=ktX2T-jTCOr50gG7w4nrBg&zoom=1&iact=hc&vpx=77&vpy=124&dur=4118&hovh=256&hovw=185&tx=121&ty=134&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=145&tbnw=105&start=0&ndsp=19&ved=1t:429,r:0,s:0,i:69](http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=xccvLQB9XNu3TM:&imgrefurl=http://vintagedisneymemorabilia.blogspot.com/2007/12/mickey-mouse-book.html&docid=fAp_jAl5R9tHZM&imgurl=http://2.bp.blogspot.com/_X_E2NMuAa8k/R3YMb1jC-gl/AAAAAAAAAS8/70-1X66EQ0M/s320/mmbfrontcoveredit.jpg&w=232&h=320&ei=ktX2T-jTCOr50gG7w4nrBg&zoom=1&iact=hc&vpx=77&vpy=124&dur=4118&hovh=256&hovw=185&tx=121&ty=134&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=145&tbnw=105&start=0&ndsp=19&ved=1t:429,r:0,s:0,i:69)

**Branca de Neve** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?num=10&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=06n4D0wTqsPMdM:&imgrefurl=http://mariaaeduardahyalgo.sonhosdemenina.zip.net/arch2010-11-07\\_2010-11-13.html&docid=WwnHKKkRPhkKkM&imgurl=http://mariaaeduardahyalgo.sonhosdemenina.zip.net/images/Branca\\_de\\_Neve\\_119.png&w=400&h=398&ei=cdb2T9uSMaj\\_o0QGvRlyDBw&zoom=1&iact=rc&dur=437&sig=108894759145582462478&page=2&tbnh=141&tbnw=142&start=18&ndsp=22&ved=1t:429,r:14,s:18,i:241&tx=42&ty=48](http://www.google.com.br/imgres?num=10&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=06n4D0wTqsPMdM:&imgrefurl=http://mariaaeduardahyalgo.sonhosdemenina.zip.net/arch2010-11-07_2010-11-13.html&docid=WwnHKKkRPhkKkM&imgurl=http://mariaaeduardahyalgo.sonhosdemenina.zip.net/images/Branca_de_Neve_119.png&w=400&h=398&ei=cdb2T9uSMaj_o0QGvRlyDBw&zoom=1&iact=rc&dur=437&sig=108894759145582462478&page=2&tbnh=141&tbnw=142&start=18&ndsp=22&ved=1t:429,r:14,s:18,i:241&tx=42&ty=48)

**Personagens Disney** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=QU\\_q1flfnFfPkM:&imgrefurl=http://www.nu mismatas.com/phpBB3/viewtopic.php%3Ff%3D95%26t%3D8183&docid=Qb1O2ikkG7k8-M&imgurl=http://img267.imageshack.us/img267/8122/disneys.jpg&w=800&h=533&ei=A9f2T9rDlujh0QHUtfn5Bq&zoom=1&iact=rc&dur=590&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=95&tbnw=142&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:5,s:0,i:87&tx=56&ty=40](http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=QU_q1flfnFfPkM:&imgrefurl=http://www.nu mismatas.com/phpBB3/viewtopic.php%3Ff%3D95%26t%3D8183&docid=Qb1O2ikkG7k8-M&imgurl=http://img267.imageshack.us/img267/8122/disneys.jpg&w=800&h=533&ei=A9f2T9rDlujh0QHUtfn5Bq&zoom=1&iact=rc&dur=590&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=95&tbnw=142&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:5,s:0,i:87&tx=56&ty=40)

**Pato Donald e sobrinhos** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=GzMXGNjYdcagNM:&imgrefurl=http://canti nhodisney.blogspot.com/2012/02/pato-donald.html&docid=M5\\_bBlbR\\_WtCIM&imgurl=http://4.bp.blogspot.com/-nZyGfg-](http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnid=GzMXGNjYdcagNM:&imgrefurl=http://canti nhodisney.blogspot.com/2012/02/pato-donald.html&docid=M5_bBlbR_WtCIM&imgurl=http://4.bp.blogspot.com/-nZyGfg-)

[7Wgg/TWWi0Qsk4Cl/AAAAAAAAA4Y/upFpx86l8vM/s1600/6533donald.jpg&w=1024&h=768&ei=1tf2T8WqMMni0QGki53FBg&zoom=1&iact=hc&vpx=97&vpy=148&dur=1167&hovh=194&hovw=259&tx=188&ty=86&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=129&tbnw=172&start=0&ved=1t:429,r:0,s:0,i:69](http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnh=129&tbnw=172&start=0&ved=1t:429,r:0,s:0,i:69)

**Sinfonia Amazônica** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnh=290&ei=QNj2T82IN-Pz0gGa\\_cj1Bg&zoom=1&iact=hc&vpx=599&vpy=150&dur=921&hovh=191&hovw=264&tx=160&ty=75&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=132&tbnw=176&start=0&ved=1t:429,r:4,s:0,i:81](http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnh=290&ei=QNj2T82IN-Pz0gGa_cj1Bg&zoom=1&iact=hc&vpx=599&vpy=150&dur=921&hovh=191&hovw=264&tx=160&ty=75&sig=108894759145582462478&page=1&tbnh=132&tbnw=176&start=0&ved=1t:429,r:4,s:0,i:81)

**Scooby-Doo** disponível em

<http://www.google.com.br/imgres?start=16&num=10&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnh=8128720-1280-1024.jpg&w=1280&h=1024&ei=tdn2T4PYO6ry0gH4pLi3Bg&zoom=1&iact=hc&vpx=684&vpy=310&dur=1235&hovh=201&hovw=251&tx=115&ty=121&sig=108894759145582462478&page=2&tbnh=128&tbnw=160&ved=1t:429,r:11,s:16,i:40>

**Monstros Desenhos Animados** disponível em

<http://www.google.com.br/imgres?start=77&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnh=147&tbnw=184&ndsp=23&ved=1t:429,r:6,s:77,i:25>

**2001 Uma Odisseia no Espaço** disponível em

<http://www.google.com.br/imgres?num=10&hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbnh=147&tbnw=184&ndsp=23&ved=1t:429,r:6,s:77,i:25>

**Branca de Neve dançando** disponível em

<http://www.jogospuzzle.com/puzzles-de-branca-de-neve-e-os-sete-an-es.html>

**Bruxa da Branca de Neve** disponível em

<http://www.jogospuzzle.com/puzzles-de-branca-de-neve-e-os-sete-an-es.html>

**Branca de Neve arrumando a casa** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbn=isch&tbnid=jsNKxBs\\_nYRDvM:&imgrefurl=http://maebi.volt.blogspot.com/2012/04/dona-de-casa-mae-mulher-e-lindae-facil.html&docid=lpFnKOts9EXvkM&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/-56goPtUKQxU/T0kQg9K67UI/AAAAAAAAABD0/rPcHsZ64WAY/s1600/branca%252Bde%252Bneve%252Bvarrer.jpg&w=851&h=642&ei=MN\\_2T-b\\_GluC0QGuw8W-Bg&zoom=1](http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-BR&biw=1024&bih=624&tbn=isch&tbnid=jsNKxBs_nYRDvM:&imgrefurl=http://maebi.volt.blogspot.com/2012/04/dona-de-casa-mae-mulher-e-lindae-facil.html&docid=lpFnKOts9EXvkM&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/-56goPtUKQxU/T0kQg9K67UI/AAAAAAAAABD0/rPcHsZ64WAY/s1600/branca%252Bde%252Bneve%252Bvarrer.jpg&w=851&h=642&ei=MN_2T-b_GluC0QGuw8W-Bg&zoom=1)

**Pica-Pau estrada por cima da árvore** disponível em

[https://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=pica+pau+autoestradas+fracassadas&bav=on.2.or.r\\_gc.r\\_pw.r\\_qf..cf.osb&biw=1024&bih=624&um=1&ie=UTF-8&tbn=isch&source=og&sa=N&tab=wi&ei=s9\\_2T8fRFuq90QH5yMTdBg](https://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&q=pica+pau+autoestradas+fracassadas&bav=on.2.or.r_gc.r_pw.r_qf..cf.osb&biw=1024&bih=624&um=1&ie=UTF-8&tbn=isch&source=og&sa=N&tab=wi&ei=s9_2T8fRFuq90QH5yMTdBg)

**Pica-Pau usa brigando com rival** disponível em

<http://viagemmarrocos.lemultiblog.com/138-Pica-Pau-Auto-Estrada-Fracassada- -2YBBm5QV7EU.html>

**Autoestrada exaltação do progresso** disponível em

[http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&sa=N&biw=1024&bih=624&tbn=isch&tbnid=cqo3knKjIMoWUM:&imgrefurl=http://www.4shared.com/dir/4227994/9bf3809d/Pica\\_Pau.html&docid=2qwkOXgSn5gYHM&imgurl=http://dc95.4shared.com/img/xNa0nNdZ/11PicaPau-AutoEstradaFracassad.avi%253Fasync&w=200&h=150&ei=tt\\_2T4amMMr20gGg7PTRBg&zoom=1](http://www.google.com.br/imgres?um=1&hl=pt-BR&sa=N&biw=1024&bih=624&tbn=isch&tbnid=cqo3knKjIMoWUM:&imgrefurl=http://www.4shared.com/dir/4227994/9bf3809d/Pica_Pau.html&docid=2qwkOXgSn5gYHM&imgurl=http://dc95.4shared.com/img/xNa0nNdZ/11PicaPau-AutoEstradaFracassad.avi%253Fasync&w=200&h=150&ei=tt_2T4amMMr20gGg7PTRBg&zoom=1)