

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

**CATARINA NAE YEN KUO**

ENSINANDO A SER MENINA: as princesas da Disney e o processo de socialização  
infantil

RIO DE JANEIRO

2015

Catarina Nae Yen Kuo

**ENSINANDO A SER MENINA:**  
As princesas da Disney e o processo de socialização infantil

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
à Escola de Comunicação da Universidade  
Federal do Rio de Janeiro, como parte dos  
requisitos necessários à obtenção de grau de  
bacharel em Comunicação Social/Publicidade e  
Propaganda

Orientador(a): Maria Elisabeth Goidanich

RIO DE JANEIRO

2015

## FICHA CATALOGRÁFICA

K96

Kuo, Catarina Nae Yen

Ensinando a ser menina: as princesas da Disney e o processo de socialização infantil / Catarina Nae Yen Kuo. 2015.  
62 f.: il.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Maria Elisabeth Goidanich

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Habilitação Publicidade e Propaganda, 2015.

1. Crianças e mídia. 2. Comportamento infantil. 3. Representação. I. Goidanich, Maria Elisabeth. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação.

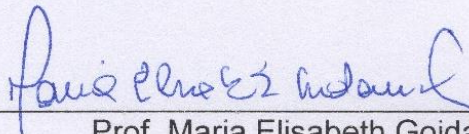
CDD: 302.23

**ENSINANDO A SER MENINA: AS PRINCESAS DA DISNEY E O PROCESSO DE  
SOCIALIZAÇÃO INFANTIL**

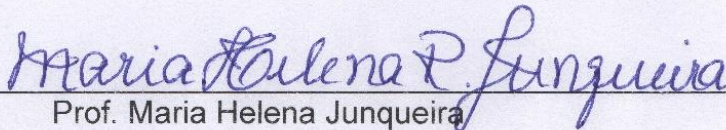
Catarina Nae Yen Kuo

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda.

Aprovado por



Prof. Maria Elisabeth Goidanich – orientador



Prof. Maria Helena Junqueira



Prof. Milton Campos

Aprovada em: 7/7/2015  
Grau: 8,0

Rio de Janeiro/RJ  
2015

Aos meus pais, que são os maiores exemplos de fé, amor e  
persistência que já conheci.

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais por terem me incentivado a acreditar e buscar o sucesso acadêmico e me apoiarem em todas as escolhas que fiz. Eu jamais seria capaz de chegar até aqui se não fosse o nosso esforço conjunto. Obrigada por fazerem da nossa família um lugar seguro, onde eu e os meus irmãos podemos encontrar conforto e compreensão. Vocês são a extensão do meu coração!

Aos meus irmãos por me ajudarem a lidar com todos os desafios que já enfrentei até aqui e serem os melhores amigos que eu poderia desejar. Agradeço por todos os bons e maus momentos, por me mostrarem o significado de companheirismo e me ensinarem que compartilhar é a melhor coisa que podemos fazer na vida.

À minha avó Cleusa por me lembrar sempre que a não importa onde eu estiver ou onde eu consiga chegar, o melhor lugar do mundo será sempre o seu abraço.

Ao meu avô, meus tios e primos por criarem comigo uma relação de admiração e carinho mútuos e por torcerem sempre pelo meu sucesso. Saibam que é recíproco.

Às minhas amigas por estarem ao meu lado acompanhando meu crescimento e permitirem que eu acompanhe o seu. Obrigada por tornarem minha vida mais alegre!

Aos meus amigos Luiz Fernando, Mariana e Marilise por estarem comigo desde a primeira semana da faculdade e por terem me ensinado tantas coisas durante esses quatro anos. Agradeço principalmente por acreditarem tanto em mim.

À minha orientadora Beth por toda a dedicação, paciência, compreensão e por todos os livros emprestados. Apreendi muito com você em tão pouco tempo! Seu auxílio foi essencial para a concretização desse trabalho.

A esta universidade e todos os professores que tive por terem me acolhido tão bem e me proporcionado momentos de provação e de superação, auxiliando no meu crescimento profissional e pessoal.

A Deus por me abençoar tanto e permitir que meu caminho se encha de pessoas maravilhosas.

KUO, Catarina Nae Yen. **Ensinando a ser menina**: as princesas da Disney e o processo de socialização infantil. Rio de Janeiro, 2015. Monografia (Graduação em Comunicação Social/Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação, ECO.

## RESUMO

O trabalho aqui proposto analisa as modificações na representação feminina em animações produzidas pelo *Walt Disney Animations Studios*, adaptadas de clássicos contos de fadas. Fazendo referência a teses que abordam a relação da criança com a mídia e a dicotomização dos gêneros, reflito sobre a mudança do papel da mulher em três longas-metragens: “Cinderela” (1950), “A Pequena Sereia” (1989) e “Frozen” (2013), através das letras das músicas interpretadas pelas protagonistas – que expressam os sentimentos mais íntimos destas. Para isto, realizo uma revisão teórica sobre a força do discurso midiático no imaginário infantil e como ele produz e reproduz o cenário social. Esse TCC busca compreender como a construção das protagonistas femininas calcada na distinção de gênero exerce influência sobre as atividades socializadoras da criança, instruindo-a sobre seu papel como agente social.

**Palavras-chave:** Infância, comportamento, animação, princesas, Disney

## **SUMÁRIO**

### **1 INTRODUÇÃO**

### **2 DISNEY E OS CONTOS DE FADAS**

2.1 Disney e o capitalismo “lobo em pele de cordeiro”

2.2 Uma breve história e análise dos contos de fadas

### **3 SOBRE A INFÂNCIA E A MÍDIA**

3.1 Gerando valor: um estímulo para o consumo

### **4 PRINCESAS, REPRESENTAÇÕES E O FEMINISMO**

4.1 Um breve comentário sobre a dicotomia dos gêneros no discurso midiático

4.2 De menina a mulher: a necessidade do feminismo na emancipação da mulher e da criança

### **5 ANÁLISE COMPORTAMENTAL DAS PRINCESAS**

5.1 Cinderela – o retrato da submissão

5.2 A Pequena Sereia – o desejo de liberdade

5.3 Frozen – a conquista da liberdade

### **6 CONCLUSÃO**

### **BIBLIOGRAFIA**

### **FILMOGRAFIA**

### **MUSICOGRAFIA**



## 1 INTRODUÇÃO

Em uma sexta-feira chuvosa surgiu a ideia. Eu e minha prima de 3 anos assistíamos ao filme “Frozen - Uma aventura congelante” (2013) da *Walt Disney Animation Studios*. Uma cena em particular me alertou que havia algo diferente na narrativa daquela história, algo sutil, mas para mim era revolucionário. Anna, uma das personagens principais do filme, procurara sua irmã Elsa para comunicar sua intenção de casar com o príncipe Hans, um príncipe que acabara de conhecer. Prontamente, Elsa se posiciona contrária à decisão de sua irmã por considerar inapropriado que ela considere selar a união matrimonial com um estranho que sequer conhecia. Ah, Elsa de Arandelle! Estivesse você presente na vida da Branca de Neve, Cinderela e Aurora há alguns anos atrás para amenizar os efeitos que o comportamento das princesas e as narrativas de amor-romântico tiveram e ainda têm em geração atrás de geração de meninas, normatizando o conceito de feminilidade.

Setenta e oito anos depois da estreia do primeiro filme de princesa, as personagens continuam fazendo um enorme sucesso. “Frozen” (2013) é a prova disto: quebrou recordes de bilheteria, ganhou Oscar e auxiliou no aumento a rentabilidade da empresa em 33%, segundo Bob Iger, CEO e Presidente da Disney<sup>1</sup>.

A força comercial dessas personagens acaba por tonificar a forma como elas se tornam “referências identitárias produzidas ‘de acordo com cada órbita do mercado para serem consumidos pelas subjetividades’” (ROLNIK, apud GOMES, 2000, p. 7). Ou seja, produzem modelos comportamentais e físicos que serão englobados nas práticas de socialização. Mesmo que tenham esse poder de produzir, não deixam também de representar. Sua prática atua como um simulacro do mundo fora da tela da tevê<sup>2</sup>. Essas animações são criadas de forma que a proximidade com o público gere identificação e familiaridade. As figuras por elas lançadas passam a fazer parte cada vez mais do cotidiano dos espectadores, não somente através dos filmes, mas começam a estampar objetos, roupas, comidas e participarem da vida íntima dos consumidores<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Em entrevista para a CNBC, disponível em <http://www.cnbc.com/id/102394548> Acesso em 14 jun. 2015.

<sup>2</sup> Fonte: Baudrillard, 1970;1983; apud Castro, 1998, p.65.

<sup>3</sup> Ver Odino, 2009.

**O que me proponho a analisar nesse estudo são as modificações na representação da mulher no papel de princesas produzidas pela Disney e de que forma essas imagens se relacionam com o processo de socialização infantil.**

Para isso é preciso, primeiramente, entender a Disney como uma empresa. Por conta da relação com o universo lúdico que é acionada quando falamos dela, muitas pessoas acabam esquecendo que, assim como qualquer outro negócio, a Disney produz objetos comerciais e busca lucrar em cima deles. Os filmes, as trilhas sonoras, canecas estampadas, roupas, parques temáticos: tudo isso faz parte da rede de produtos oferecidos por ela. Antes de serem entretenimento para o público, são receita para essa empresa.

Assim, o capítulo 2 é dedicado ao estudo da empresa Disney, abordando seus pontos positivos e negativos e tratando de seu capitalismo “lobo em pele cordeiro” – ou seja, disfarçado. Em seguida, falo um pouco sobre o nascimento dos contos de fadas e como as antigas histórias populares foram se transformando gradualmente em literatura infantil, tornando-se objeto-base para as algumas das narrativas de maior sucesso da empresa.

Em seguida, apresento o principal público (mas não o único) dos desenhos animados: as crianças. Utilizando argumentações de Buckingham (2000), Castro (1998) e Odinino (2009;2014); e me apoiando no estudo de obras inspiradas nas análises de Phillipe Ariès em seu livro “A História Social da Criança e da Família” (1975), estruturei um capítulo que aborda desde a construção social do conceito de infância até a o enfraquecimento do mesmo; e sua relação com a mídia e o consumo, que resultaram num deslocamento da criança dentro da dinâmica social.

No quarto capítulo abordo a evidente dicotomização de gêneros dentro do discurso da mídia e importância do feminismo para a desconstrução dela. Para isso, é traçada uma contextualização das mudanças ocorridas no ambiente social que transformaram a estrutura familiar e econômica numa sociedade que começava a estruturar conceitos que posteriormente viriam a ser conhecidos como pós-modernos (MARTÍN-BARBERO, 2003 apud BAETA, 2006); além de, finalmente, introduzir o objeto de estudo: os filmes de princesa da Disney. Neste capítulo, busco apoio majoritariamente nas obras de Odinino (2009;2014).

O capítulo seguinte é a concretização da análise que foi preparada até então. Três filmes de diferentes gerações<sup>4</sup> foram escolhidos para exemplificar as mudanças graduais ocorridas na representação feminina dentro da mídia, mais especificamente pela Disney. A análise será baseada nas letras das músicas interpretadas pelas personagens principais das animações, que são mensagens diretas utilizadas por elas para revelar suas personalidades e seus sentimentos.

“Cinderela” (1950), representando a primeira geração, carrega o papel da submissão feminina. Como um conto de Charles Perrault, a história da serviçal camponesa que conquista o coração do príncipe, é permeada da chamada “Moral Vitoriana” – um período altamente repressivo quanto à sexualidade e que também estigmatizou o papel da mulher na sociedade ao limitá-la ao exercício das tarefas domésticas. Além disto, nota-se a conformidade da princesa frente a sua situação dentro do lar, seu *habitat* natural no período pré-industrial.

“A Pequena Sereia” (1989), representando a segunda geração, esboça a nova configuração social que se instaurava em sua época de lançamento. Em meados do século XX, inúmeras reformas aconteceram na Europa e se prolongaram para as Américas. A soma delas acabou resultando na instauração de novos valores e em novas funções sociais para as classes que viviam subjugadas pelo androcentrismo.

“Frozen” (2013), representando a terceira e, até então, última geração de princesas, exhibe, através dos personagens, uma estrutura que pode ser relacionada em alguns aspectos aos conceitos pós-modernos. Apesar de ainda trazer características femininas consideradas “clássicas”, deixa o caminho aberto para a libertação das minorias sociais reprimidas durante muito tempo.

As análises são acompanhadas por argumentos da maioria dos autores citados durante o estudo a fim de provar pontos de vista.

O último capítulo busca recuperar, de forma sucinta, algumas reflexões levantadas durante o estudo e deixar aberta a possibilidade de continuidade dessa pesquisa.

---

<sup>4</sup> Segundo England, Descartes e Collin-Meek, 2011.

## 2 DISNEY E OS CONTOS DE FADAS

### 2.1 Sobre a Disney e o capitalismo “lobo em pele de cordeiro”

Quando pequena, “Aladdin” (1992) era meu desenho favorito: algo sobre tapetes mágicos e gênio da lâmpada que me encantavam. Também fã de “A Bela Adormecida” (1959), todos os meus vestidos tinham de ser cor-de-rosa como o dela. Minha festa de um ano de idade foi temática da Pocahontas, por exemplo, e nem fui eu quem escolhi. Desenhos animados, principalmente os produzidos pela Disney, estiveram presentes assiduamente na minha vida durante a infância e, por isso, posso garantir que auxiliaram na construção de quem sou hoje e da minha visão de mundo.

A história de Walt Disney, pai de uma das maiores empresas mundiais, teve início com sua paixão pela ilustração. Inicialmente intitulada de *The Disney Brothers Studio*<sup>5</sup>, numa parceria entre Walt e seu irmão Roy Disney, a empresa foi fundada no ano de 1923 nos Estados Unidos da América.

Hoje, 92 anos posteriores a sua criação, ainda é considerada uma das companhias com melhor reputação do mundo<sup>6</sup>, dividindo o pódio com a empresa *Google*. Este dado não deve ser considerado apenas uma curiosidade, mas uma prova da força e influência exercidas pela empresa após quase um centenário de existência. Neste momento, devemos analisar a Disney como uma companhia que produz entretenimento e cultura, além de levarmos em consideração o tamanho de seu público. A empresa criou inúmeros segmentos corporativos para satisfazer os mais variados *targets* e é também proprietária de canais de televisão como o *Disney Channel*, *ABC* e *ESPN*<sup>7</sup>. Além disso, dispõe de lojas físicas e parques temáticos distribuídos por todo o mundo.

O primeiro longa-metragem da *Walt Disney Animation Studios* foi “Branca de Neve e os Sete Anões” (1937), uma adaptação do conto de fadas escrito pelos irmãos Jacob e Wilhelm Grimm. Surgiu com ele a primogênita da linhagem de princesas que a Disney produz de tempos em tempos e que, no ano 2000, vieram a

---

<sup>5</sup> Informações disponíveis em <http://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history> Acesso em 6 mai. 2015.

<sup>6</sup> Segundo o relatório Global RepTrak 100 divulgado pelo Reputation Institute em 9 de abril de 2014. Disponível em <http://www.reputationinstitute.com/thought-leadership/global-reprtrak-100> Acesso em 27 abr. 2015.

<sup>7</sup> Informações disponíveis em <http://thewaltdisneycompany.com/disney-companies/media-networks> Acesso em 27 abr. 2015.

compor a marca *Disney Princesas*<sup>8</sup> (originalmente *Disney Princess*). O estrondoso sucesso do filme é explicado pelo fato de ter sido o primeiro inteiramente produzido em animação, levando Walt Disney a ganhar um Oscar honorário por seu trabalho como produtor do filme – o prêmio veio em uma estatueta normal e sete miniaturas, representando os personagens principais da película. Entretanto, este não foi o primeiro *Academy Award* recebido por Disney.

A criação do icônico Mickey Mouse, que se tornou responsável por caracterizar a empresa e já fora dublado pelo próprio criador<sup>9</sup>, lhe havia resultado um Oscar honorário no ano 1932. Inicialmente, o personagem tinha a forma de um coelho e se chamava “Oswald, o coelho sortudo” (Figura 1). Era a criação de maior sucesso de Walt Disney na época que trabalhava como animador contratado da *Universal Studios*. Entretanto, quando suspendeu o contrato, a empresa permaneceu com o direito de imagem do personagem, obrigando Walt Disney a criar outro personagem que pudesse dar continuidade às suas animações<sup>10</sup>.



Figura 1: Mickey Mouse e Oswald, *The Lucky Rabbit*

<sup>8</sup> Informação disponível em <http://thewaltdisneycompany.com/disney-news/press-releases/2005/06/disney-princess-proves-shes-still-fairest-land-girls-lifestyle> Acesso em 27 de abr. 2015.

<sup>9</sup> Informação disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/11/1377300-curta-de-mickey-mouse-dublado-por-walt-disney-retrata-evolucao-da-tecnologia.shtml> Acesso em 27 de abr. 2015.

<sup>10</sup> Informações disponíveis em <http://www.ew.com/article/2012/06/19/walt-disney-oswald-animation> Acesso em 29 jun. 2015.

Após o grande sucesso de Branca de Neve, a empresa continuou a investir em novas tecnologias na produção de seus filmes. Enfrentou algumas dificuldades durante o período da Segunda Guerra<sup>11</sup>, devido ao preço exorbitante dos materiais, mas isso não foi o suficiente para desacelerar o seu progresso. A produção de longas-metragens se tornou cada vez mais frequente, variando entre animações e *live action*. Atualmente, a Disney apresenta uma contagem superior a trezentas obras cinematográficas.

Além disto, a empresa investiu na criação de parques temáticos detalhadamente elaborados para proporcionar ao cliente uma experiência única de fuga da realidade cotidiana e imersão nas narrativas por ela criadas<sup>12</sup>. O primeiro deles foi inaugurado na cidade de Anaheim, na Califórnia, no ano 1955. Devido ao sucesso, Walt Disney apresentou planos de abrir outra filial em um local que apresentasse um clima bom e estável durante todo o ano, tornando a visita agradável em qualquer estação. Com esse propósito, adquiriu um terreno em Orlando que praticamente alcançava o tamanho da cidade de São Francisco.

Em 1971, ano de inauguração do *Walt Disney World Resort*, o complexo era formado por um parque – o *Magic Kingdom* – e dois hotéis. Atualmente, soma um total de sete parques de diversão, sendo três aquáticos; três áreas de lazer alternativas e vários hotéis. Além dos parques nos Estados Unidos, a empresa conta com serviços como cruzeiros e pacotes de viagens temáticos e mais quatro parques espalhados pelo mundo localizados em Paris, Tóquio, Hong Kong e Shanghai.

É importante destacar que o sucesso da empresa não se limita ao seu crescimento vertiginoso e à alta taxa de retorno financeiro. A Disney é considerada a *Top of Mind*<sup>13</sup>.

“Os ativos da Disney produzem um invejável retorno sobre o investimento. O crescimento da receita corporativa atingiu uma média de 16% anuais desde 1945 e, ao longo dos últimos 15 anos, as ações da Disney tiveram um retorno anual composto de 24%. No ano contábil de 1999, o faturamento fechou em US\$ 24 bilhões, dos quais mais de US\$ 6,1 bilhões foram gerados pelos parques temáticos.” (DISNEY INSTITUTE, 2011, p. 16)

---

<sup>11</sup> Informação disponível em <https://culturaemcasa.catracalivre.com.br/online/animacao-da-disney-conta-a-historia-da-menstruacao/> Acesso em 27 de abr. 2015.

<sup>12</sup> Segundo o Disney Institute, 2011.

<sup>13</sup> O índice de Top of Mind de uma marca revela a força que a marca possui. Fonte: <http://www.ipeso.com.br/multiclientes-topofmind.php>

Outro elemento que comprova o sucesso da companhia é o fato de suas produções terem penetrado de forma tão efetiva na cultura mundial, sendo incorporadas no cotidiano social das mais diversas nações, de forma que é remoto o não conhecimento da Disney pelas mais diversas camadas sociais. Ariel Dorfman e Armand Mattelart expressam esse entendimento na seguinte passagem de sua obra “Para Ler o Pato Donald”:

“Além da cotização da bolsa, suas criações e símbolos se transformaram numa reserva inquestionável do acervo cultural do homem contemporâneo: os personagens têm sido incorporados em cada lugar, colados nas paredes, acolhidos em plásticos e almofadas, e por sua vez têm retribuído convidando os seres humanos a pertencer à grande família universal Disney, além das fronteiras e das ideologias, aquém dos ódios e das diferenças e dos dialetos. Omitem-se com este passaporte as nacionalidades, e os personagens passam a constituir ponte supranacional por meio da qual se comunicam entre si os seres humanos. E entre tanto entusiasmo e doçura, escondem-nos sua marca de fábrica registrada.”  
(DORFMAN e MATTELART, 1977, p. 12)

Mas, afinal, o que existe de tão especial nessa companhia? Segundo o Disney Institute (2011), ela trabalha com um elemento que poucas empresas donas de negócios tomam como essencial: a magia. Este é um termo amplo, pode ter diversos significados, mas neste caso é explicado da seguinte forma:

“Só porque não é possível atribuir um valor quantificável à magia não quer dizer que ela não exerça um papel poderoso na Disney e em outras empresas ao redor do mundo. Na verdade, é fácil ver os efeitos da magia nos negócios, particularmente em um lugar como o Walt Disney World. Basta observar os convidados. A criança que vê o Mickey pela primeira vez, em tamanho natural e pessoalmente [...] cada um desses é um momento mágico no qual o vínculo entre o cliente e a empresa é forjado e fortalecido.”  
(DISNEY INSTITUTE, 2011, p.17)

Baseada no novo conceito de economia denominada “economia de experiência”, esquematizado por B. Joseph Pine II e James Gilmore em seu livro “O Espetáculo dos Negócios” (1999), a empresa busca trazer novas sensações e elevar a qualidade da experiência no consumo de seus produtos. “No entanto, apesar de o trabalho do encenador de experiências se encerrar após o espetáculo, o valor da

experiência permanece na memória de qualquer pessoa envolvida no evento”, afirmam os autores. O impacto que esse esforço da empresa, de entregar tudo de “mãos beijadas” para seu consumidor, embaça a percepção da Disney como uma empresa que, como qualquer outra, está interessada no lucro.

Klein (2000) qualifica Walt Disney como um completo visionário, pois identificou “o desejo de seus telespectadores de mergulhar na tela quando imaginou a construção de uma cidade Disney fechada e afirmou que todo produto ou brinquedo Mickey Mouse representava dupla publicidade para seus desenhos”. Baseado nesse pensamento, ele expandiu a empresa através da criação de parques e da comercialização de produtos e brinquedos, deixando de ser somente uma produtora cinematográfica.

Ainda segundo a autora, Walt Disney seria o avô da sinergia moderna. Segundo Branson (apud KLEIN, 2000, p. 169) “muito mais que interpromoção ao estilo antigo; é usar redes de extensões de marca em eterna expansão para tecer uma teia de estilo de vida autossustentável”. As empresas de entretenimento começaram a penetrar outras indústrias e explorar seu mercado, fabricando produtos que dialogam com os conteúdos que ela, em sua função primária, produz.

Giroux (1993; apud SILVA, 1998, p. 136) assegura que os “esforços para promover a imagem feliz, bondosa e paternal de seu fundador, Walt Disney, e um interminável conjunto de mercadorias que evocam uma visão nostálgica dos Estados Unidos como um ‘reino mágico’”, atribuiu à empresa uma face de inocência que esconde “o poder institucional e ideológico de um conglomerado multinacional que exerce uma enorme influência social e política”.

Por trás da “política de inocência” (*Ibidem*, p. 137) adotada pela empresa, um lado obscuro que coexiste. O documentário “Mickey Mouse vai ao Haiti: Walt Disney e a Ciência da Exploração”<sup>14</sup> (1996) revela a situação dos prestadores de serviço da empresa no Haiti – aproximadamente 2.000 pessoas – e suas precárias condições de trabalho naquela época. Ganhando no máximo 65 centavos de dólar por hora, o salário que esses empregados da Disney ganham corresponde apenas à metade de 0,5% dos preços de venda das roupas da empresa nos Estados Unidos. Muitos deles têm uma família para sustentar e quase nenhum dinheiro para comprar comida e garantir uma educação ou um lar confortável para os filhos. Por meio de

---

<sup>14</sup> Disponível nos links [https://www.youtube.com/watch?v=6\\_OXhtgHBxk](https://www.youtube.com/watch?v=6_OXhtgHBxk) e <https://www.youtube.com/watch?v=R8zcwniS3Es>



entrevistas, esses trabalhadores admitem estarem fartos da situação, mas temem confrontar a empresa, pois qualquer manifestação de insatisfação pode custar sua permanência no emprego.

“—Quando chego a casa, eu entro em colapso. Por que nós trabalhamos muito e não temos comida, isso mostra quão desolada é nossa vida. Nós somos como mortos-vivos. O patrão tem benefícios e nós não temos nada, o patrão pode nos dizer qualquer coisa e não podemos dizer nada em troca e até mesmo o estado haitiano não diz uma palavra.” (Empregado da Disney no documentário “Mickey Mouse vai ao Haiti: Walt Disney e a ciência da exploração”, 1996)

A Disney declara<sup>15</sup> ser uma de suas responsabilidades o ambiente de trabalho respeitoso, “promovendo locais de trabalho seguros, respeitosos e inclusivos onde quer que façamos negócios”. As condições de trabalho dos funcionários haitianos da Disney se choca com as propostas de responsabilidade social da empresa e seu discurso conota um valor puramente comercial.

Em complemento a esta situação, existem algumas teorias que defendem que a Disney preserva a cultura hegemônica e engloba conflitos políticos em suas produções. Casos bastante conhecidos são “Donald Duck: Der Fuehrer’s Face”<sup>16</sup> (1943), “Education for Death: The Making of the Nazi” (1943) e “Commando Duck” (1944), desenhos que ironizam ou menosprezam os combatentes dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial.

Os fatos aqui apresentados visam distanciar a empresa da imagem inofensiva e encantada que ela constrói perante seus clientes. O primeiro acusa sua falta de preocupação com as condições de seus trabalhadores. Já o segundo desmonta a face da inocência que reveste a companhia. São indícios de que esse discurso é construído para manter certa dominância política e comercial. Seus produtos não são produzidos apenas para entreter, mas para educar, instruir.

“Quando a política se veste com o manto da inocência, existe algo mais em jogo que a simples mentira. Entra em jogo a questão do poder cultural e da forma como ele influencia compreensões públicas sobre o passado, sobre a

---

<sup>15</sup> Informação disponível no link <http://thewaltdisneycompany.com/citizenship/act-responsibly> Acesso em 27 abr. 2015.

<sup>16</sup> Disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=PL8FxHhsfhs>

coerência nacional e sobre a memória popular como um local de injustiça, crítica e renovação. [...] A Disney não ignora a história; ela a reinventa como um instrumento pedagógico e político para assegurar seus próprios interesses e sua autoridade e poder.” (GIROUX, 1993; apud SILVA, 1998, p. 137)

As adaptações de contos de fada resultaram em alguns dos produtos mais bem sucedidos desta marca. Através da magia, de príncipes e princesas, carruagens e castelos, falam com as crianças e ensinam muito sobre relações humanas. Todavia, a função educativa exercida pelas animações não foi inteiramente construída pela empresa. No próximo tópico explico como surgiu esse tipo de narrativa e como eles se transformaram em objetos que auxiliam na educação infantil.

## **2.2 “ERA UMA VEZ...”: UMA BREVE HISTÓRIA E ANÁLISE DOS CONTOS DE FADAS**

Os contos de fadas não possuem uma data e nem local de nascimento exato, embora a literatura indique sua origem como céltica (SCHNEIDER e TOROSSIAN, 2009, p.134). São histórias conhecidas por serem transmitidas oralmente de geração em geração. Eles apresentam uma realidade bem distante da realidade atual, características da Europa medieval (PESSOLATO e BRONZATTO, 2014, p.3), o que explica a frequente aparição de reis, rainhas, príncipes e princesas. Sua incessante reprodução faz com que as histórias reflitam e carreguem consigo conflitos e características dos diversos períodos históricos pelas quais passam, incluindo nisto a cultura, os trajes, as categoriais sociais, traços comportamentais e estéticos, dentre outros aspectos típicos.

Inicialmente, os contos não eram direcionados ao público infantil, pois o conceito de infância e educação que conhecemos hoje sequer existia. Eles eram reproduzidos por narradores profissionais (SCHNEIDER e TOROSSIAN, 2009, p. 134) que relatavam experiências passadas pelos ancestrais e refletiam os problemas vividos pela humanidade. A educação na época se dava desta forma, através de transmissão oral dos mais experientes para os aprendizes.

“Os contos, em sua essência, não eram destinados ao universo das crianças, uma vez que as histórias eram recheadas de cenas de adultério,

canibalismo, incesto, mortes hediondas e outros componentes do imaginário dos adultos. Souza (2005) faz menção aos contos, descrevendo-os como histórias que narravam o destino dos homens, suas dificuldades, seus sentimentos, suas inter-relações e suas crenças no sobrenatural. Eram relatados por narradores profissionais, os quais herdavam essa função dos antepassados, ou como uma simples tradição transmitida de pessoa para pessoa. Geralmente, as narrações ocorriam em campos de lavouras, reuniões sociais, nas salas de fiar, casas de chá, nas aldeias ou nos demais espaços em que os adultos se reuniam (RADINO, 2001, 2003).” (SCHNEIDER e TOROSSIAN, 2009, p. 134)

Quando submetidos a uma análise pedagógica, os contos se mostram uma forma muito eficaz de educar e transmitir valores morais para crianças. Essa função foi aperfeiçoada por Charles Perrault, que no século XVII começou a registrar as histórias de origem popular, adaptando-as conforme o ambiente social instaurado na França durante aquela época. Para os contos, a consequência do somatório da Contrarreforma, no século XVI, e da Revolução Industrial, no século XIX, na Europa, especificamente na Inglaterra, foi a eliminação das partes que se referiam à sexualidade. Segundo Schneider e Torossian (2009), “os contos daquele período eram permeados pela ‘Moral Vitoriana’, de uma sociedade repressiva quanto às questões sexuais [...]”. A “Moral Vitoriana” refere-se ao período de reinado (1837-1901) da rainha Vitória no Reino Unido, que passava por um momento de enorme relevância devido à recente revolução industrial e religiosa, o que fez com que esses valores morais se espalhassem e se insturassem com tanta força em diversas partes do mundo. Segundo Ariès (2012, p.125): “Sob a influência desse novo clima moral, surgiu uma literatura pedagógica infantil distinta dos livros para adultos”.

Assim, Perrault deu início à tradição de terminar os contos com a famosa “moral da história”, expondo sempre uma lição de moral. Vale destacar também que suas histórias são marcadas por personagens comuns e humildes, como cavaleiros, serviçais etc. (SCHNEIDER E TOROSSIAN, 2009, p. 5). Além de Charles Perrault, também ficaram conhecidos como criadores dos contos de fadas Jacob e Wilhelm Grimm, nascidos na Alemanha, e Hans Christian Andersen, dinamarquês.

Os irmãos Grimm não adaptavam os contos, tampouco acrescentavam lições de moral ao final e retratavam as histórias exatamente como a eles chegavam: nuas e cruas, como eram difundidas nos períodos históricos anteriores. Atuam em suas

histórias personagens incomuns e distantes do mundo real, como bruxas e madrastas maldosas, príncipes encantados, entre outros (*Ibidem*).

Ainda que Perrault tivesse feito algumas adaptações em seus contos, foi com Hans Christian Andersen que eles se tornaram um gênero definitivamente destinado ao público infantil. Percebendo conflitos e desejos deste segmento, criou histórias inspiradas nas contadas pelo seu pai quando pequeno. A famosa história do *Patinho Feio*, por exemplo, é de sua autoria (*Ibidem*).

Em seu livro “A psicanálise dos contos de fadas” (2014), Bruno Bettelheim afirma que as crianças de pouca idade ainda não conseguem distinguir fantasia e realidade. Para eles, tudo que existe possui vida, desde uma pedra a um cachorro. Assim, os elementos fantasiosos apresentados pelos contos não interferem na forma como eles interpretam as situações, uma vez que, em suas cabeças, é tudo real.

“As explicações realistas são normalmente incompreensíveis para as crianças, porque lhes falta o entendimento abstrato requerido para lhes extrair sentido. Enquanto que o dar uma resposta cientificamente correta leva os adultos a pensar que tornaram as coisas claras para a criança, tais explicações a deixam confusa, subjugada e intelectualmente derrotada.” (*Ibidem*, p. 70)

Os contos se mostram mais eficientes que os mitos e fábulas na função educadora por apresentarem situações e soluções aplicáveis na vida real e com caráter evolutivo. Um dos pontos principais que diferencia o mito dos contos é a inaplicabilidade das situações e soluções na realidade humana. Os heróis míticos apresentam características geralmente sobre-humanas. Quanto às fábulas, as situações são semelhantes aos contos. Entretanto os finais não apresentam caráter reflexivo, apresentando uma verdade moral. Em sua maioria, os desfechos dos contos carregam a ideia de que a solução chega junto com o amadurecimento do indivíduo (*Ibidem*, p. 52).

Ainda, Bettelheim (*Ibidem*, p. 58) destaca o fato de que na narração dos contos, os personagens apresentam sempre uma identidade genérica. As coisas e pessoas são adjetivadas de forma muito ampla como “menina que gostava de ler” ou “um grande castelo”. Até mesmo os personagens que possuem algum tipo de relacionamento com os protagonistas são sempre caracterizados de forma pouco

detalhada, limitando-se aos títulos de mãe, pai, irmão, madrasta etc., facilitando a identificação com elementos do “mundo externo”.

Os contos desempenham também a funcionalidade de esclarecer certas tensões que, implicitamente, são percebidas pelas crianças, mas não necessariamente externadas.

“[...] contam às crianças o que elas inconscientemente sabem – que a natureza humana não é inatamente boa, que o conflito é real, que a vida é severa antes de ser feliz -, e com isso as tranquilizam com relação a seus próprios medos e seu próprio senso de individualidade” (SCHLESINGER JR apud TATAR, 2002, p. 7)

Bettelheim (2014) dá um bom exemplo desta situação quando analisa, por exemplo, o conto da Cinderela. Esta história apresenta conflitos com os pais, com as irmãs, e todo sofrimento passado pela protagonista acaba por resultar na recompensa: o amor do príncipe, com quem se casa, e torna-se princesa. O autor explica que esta narrativa é formulada de forma a gerar uma espécie de alívio e esperança para aquela criança que, por algum motivo, se sente menos favorecida em seu ambiente familiar ou escolar. Os contos têm esse poder de esclarecer situações cotidianas através do lúdico.

Fica, assim, claro que o caminho tomado pelos contos no decorrer da História é essencialmente direcionado à literatura infantil. Não somente através de livros, os contos tornaram-se objetos-base de grandes produtoras de entretenimento e deram origem a filmes, séries e desenhos animados. Neste contexto, torna-se imprescindível estudar a infância e como as crianças recebem informações dos mais diversificados meios de comunicação, as processam e refletem sobre elas – ou seja, estabelecem relações.

### 3 SOBRE A INFÂNCIA E A MÍDIA

Devemos tomar bastante cuidado ao analisar questões que envolvam o público infantil e a forma pela qual recebem e processam informações. Como mencionado no tópico anterior, o conceito de infância que predomina hoje não existia na Idade Média. Este tipo de questionamento e construção veio com o tempo, conforme afirmam Pessolato e Bronzatto (2014, p.4):

“Como nos mostra Ariès (1981), até o século XI, as crianças viviam sem serem percebidas, num completo “anonimato”. Assim que deixavam os cueiros, viviam no meio de adultos e eram tratadas como tais. Somente após o século XIII, fato que pôde ser observado por Ariès por meio da análise de obras de arte e registros em diários de famílias, a infância passou a ser concebida de forma diferente. Naquela época, as famílias tinham muitos filhos na esperança de que pelo menos um sobrevivesse até a vida adulta, assim os pais não se apegavam aos pequenos, pois eles representavam apenas uma “perda eventual”. O conceito de família na elite medieval existia meramente como forma de conservação de bens; os filhos eram considerados apenas um meio de dar continuidade à honra da família e ao trono.”

A “infantilização” dos contos de fada introduz a forma pela qual os adultos passaram a tratar as crianças. Utilizando a narração de histórias com propósitos pedagógicos (através das “lições de moral”), explicavam como uma criança deveria se comportar e com o que deveria se preocupar.

Buckingham (2000) reflete sobre o conceito de infância, questionando sua consistência, coerência e validade. A definição de infância foi socialmente construída e controlada por indivíduos adultos – ou seja, externos ao grupo – e isso faz o conceito perder um pouco de força, já que coloca as crianças numa posição passiva. A infância as define mais do que elas a definem.

Além disto, alerta para a desconsideração das crianças como seres capazes de discernir e fazer escolhas. São consideradas pessoas em formação, que caminham em direção a um objetivo comum: se tornarem adultos, assumindo o papel de cidadãos capazes e ativos. “Se a infância é assim definida como um processo de transformar-se em adulto, a fase adulta é implicitamente vista como um

estado final, no qual o desenvolvimento efetivamente se completou” (em tradução livre; BUCKINGHAM, 2000, p.14).

Seguindo este pensamento, o autor afirma que as crianças são mais definidas pelo que não são e não podem fazer – num quadro comparativo com os adultos – do que pelo que são e fazem. Este tipo de classificação se mostra falha, uma vez que diversas são as contradições que a permeiam. O autor exemplifica da seguinte forma:

“[...] as expectativas dessas instituições (escola, Estado, família) são constantemente contraditórias. De um lado, por exemplo, pais e professores irão rotineiramente estimular as crianças a ‘crescerem’, e a se comportarem da forma que eles consideram como madura e responsável; por outro lado, eles negarão privilégios às crianças por ainda não terem idade para merecer ou apreciá-los.” (em tradução livre, BUCKINGHAM, 2000, pág. 7)

Dando continuidade, Buckingham (2000) inicia a reflexão sobre a representação da criança na mídia, dividindo-a em dois polos: aquela construída por adultos e direcionada para adultos, presente em textos acadêmicos, científicos ou até mesmo em romances; e aquela construída por adultos e direcionada para crianças “na forma de literatura infantil, televisão e outras mídias – as quais, apesar do rótulo, raramente são produzidas pelas próprias crianças” (p. 8). Essas afirmações permitem observar que as crianças aprendem o que é infância através do olhar dos adultos, que estabelecem limites para suas ações com certa dose de conveniência. Do grupo dos adultos fazem parte os pais, os professores e também os veículos de informação. O autor completa:

“Esses escritores<sup>17</sup> argumentam que a função de tais representações é também um canal onde os adultos organizam seus próprios conflitos mal resolvidos sobre a infância. Desse modo, tais imagens e textos são, não somente personificação de ideia sobre infância, mas também um veículo para os sentimentos ambivalentes dos adultos sobre crianças e sobre suas próprias infâncias – sentimentos de medo, ansiedade, pena, nostalgia, prazer e desejo. Como tal, eles nos dizem muito mais sobre os adultos do que sobre as crianças.” (em tradução livre, p.35)

---

<sup>17</sup> Buckingham se refere aos estudos de infância realizados por Carolyn Steedman, Hugh Cunningham, Valerie Walkerdine e Patricia Holland.

O advento da mídia eletrônica enfraqueceu o controle exercido pelos adultos sobre a infância. Dificultou a filtragem de conteúdo ao passo que facilitou o livre acesso da criança a conteúdos considerados culturalmente direcionados para adultos. Os meios de comunicação anteriores aos eletrônicos eram basicamente os impressos e exigiam uma alfabetização e entendimento mais complexos de linguagem para serem compreendidos. Já o código utilizado pelos meios eletrônicos é descomplicado e de fácil recepção, não é preciso ter nenhuma sofisticação linguística para compreender as imagens e sons emitidos por eles. Buckingham (2000), apoiado em ideias de Postman (1982; apud BUCKINGHAM, 2000) e outros autores<sup>18</sup>, afirma que esta nova forma de transmitir informações dificulta que os segredos da vida adulta sejam mantidos longe do público infantil e, conseqüentemente, a autoridade, que antes pertencia aos adultos, ficou ameaçada.

A televisão, por exemplo, é utilizada como uma espécie de babá, mantendo as crianças entretidas enquanto seus pais estão ocupados com trabalho e outras atribuições da vida adulta. Hoje em dia é comum ver uma criança entretida com aparelhos móveis enquanto seus pais fazem compras, fazem uma refeição etc. Sobre isso, Castro (1998, p.65) argumenta:

“[...] a tevê [as tecnologias de imagem em geral] passa a ser o canal de contato com o mundo externo, através da presença virtual dos adultos no espaço doméstico, de onde eles estão frequentemente ausentes. As crianças, hoje, estão muito mais solitárias no lar, tomando conta de si mesmas e absorvidas nos pedacinhos de informação que lhes é passado pela mídia. Assoma-se, assim, uma nova realidade, a neo-realidade (Eco, 1984), onde a construção da realidade material e social é não somente aquela que passa na tevê, mas onde esta assume o valor de protótipo, de critério de verdade sobre outras formas de inteligibilidade do mundo.”

Nesta nova dinâmica familiar está uma grande oportunidade para as empresas em seus negócios: DVDs, displays de imagem, aparelhos móveis que carregam conteúdos específicos. No silêncio do ambiente familiar se instaura o discurso midiático. A Disney, por exemplo, investiu na produção de *tablets* temáticos

---

<sup>18</sup> “Como Postman e outros, esses autores [Sanders e Meyrowitz] alegam que as ‘noções tradicionais de infância como um período de inocência e dependência dos adultos foi abalada’, não muito pela mudanças na estrutura familiar e criação das crianças, mas pela ‘acesso infantil à cultura popular nos últimos anos do século XX’ (em tradução livre, BUCKINGHAM, 2000, p.31)



das princesas (Figura 2), no relançamento de seus filmes clássicos remasterizados em Blu-ray etc.



Figura 2: Modelos de tablets lançados pela Disney

A internet veio apenas complementando a acessibilidade, pois a habilidade do manuseio das máquinas conectadas à rede é aprendida cada vez mais cedo e supera a habilidade dos responsáveis, facilitando a quebra de qualquer barreira de conteúdo – o famoso *Parental Control* – que possa ter sido instalada.

Além da ausência familiar, Castro (1998) aponta para a perda da rua, antes “o lugar onde a expressão coletiva do lúdico encontrava acolhimento” (p.14), como um dos motivos para a dedicação das crianças às mídias eletrônicas, como um ambiente reservado ao lúdico.

Esta nova relação da criança com a mídia enfraquece o conceito de infância exposto até então neste capítulo. Diferente do tratamento recebido em casa e na escola, as crianças encontram na mídia um espaço de empoderamento. Castro (*Ibidem*, p. 15) reflete:

“Assim, concorrendo com a ‘autoridade’ e a ‘experiência’ paterna e materna, a ‘nova’ pedagogia dos meios de comunicação em massa entra no lar. No entanto, a relação entre a criança e os *mass-media* distancia-se do modelo pedagógico

da educação familiar, o qual 'lembra' sempre à criança e ao jovem da sua posição, estruturalmente, de subordinação. Os *mass-media* pedagogizam, mas diferentemente do apelo à autoridade e à tradição, utilizam-se do apelo ao consumo e do apelo ao arrebatamento pelo olhar [...]. Esta condição sócio histórica e cultural recente, a crescente ocupação da criança pela televisão, não somente concorre e questiona os modelos pedagógicos vigentes da família e da escola: ela instaura novas percepções e reconhecimentos que a criança pode fazer a respeito de si mesma, dos outros e do mundo que a rodeia.”

Buckingham (2000, p. 22) se apoia nos argumentos de Winn (1984) e Elckind (1981)<sup>19</sup> para introduzir o modelo da criança contemporânea, denominado “criança apressada” (originalmente *hurried child*). Este fenômeno é baseado na predominância de acontecimentos como o divórcio, gravidez precoce, visibilidade do homossexualismo etc. que afetam as crianças e as pressiona a crescerem antes do tempo.

Os dois autores apontam para o movimento de Direitos Civis e o renascimento do feminismo como grandes atores deste processo, uma vez que, na tentativa de incluir as crianças na busca pela igualdade social e dar a elas voz, acabaram por enfraquecer a divisão entre elas e os adultos.

“A figura da criança dentro do feminismo, ou na história do movimento trabalhista, é igual e altamente carregada. A criança é frequentemente vista como a vítima mais indefesa das políticas sociais que são primariamente direcionadas contra as mulheres, ou contra a classe trabalhadora; e novamente, o chamado para proteger as crianças atua como um poderoso meio de mobilizar apoio. Para aqueles com uma grande variedade de motivações, as políticas adultas são frequentemente realizadas em nome da infância.” (em tradução livre, BUCKINGHAM, 2000, p.12)

Para esses autores (apud BUCKINGHAM, 2000), o modelo da “criança apressada” estimulou políticas preparatórias que começaram a tomar o lugar das políticas protecionistas, apressando o desenvolvimento de maturação e racionalização da criança. De acordo com Buckingham (2000), esta visão expressa

---

<sup>19</sup> Elckind (1981; apud BUCKINGHAM, 2000) argumenta que as crianças são expostas a experiências antigamente reservadas aos adultos antes de estarem emocionalmente preparadas. Já Winn (1984; apud BUCKINGHAM, 2000)) aborda a perda de controle dos responsáveis e do declínio na supervisão das crianças, além do excesso de televisão que é assistido por elas hoje em dia.

um caráter negativo sobre a mídia eletrônica e quanto ao futuro das crianças. Para eles (Winn e Elkind; apud BUCKINGHAM, 2000), assim como para Postman e Sanders (1982; 1994; apud BUCKINGHAM, 2000, p. 46), os pais deveriam tentar retomar o controle da situação visando proteger e controlar suas crianças diante da influência exercida pela mídia, visando restaurar a noção tradicional de infância como um período de inocência e dependência.

Entretanto, ainda que constatem que essas novas mídias tendem a induzir as pessoas a se tornarem antissociais, porque reduzem a oralidade e a interação, concordam que as mídias contemporâneas (ex.: computador) “são vistas como democráticas em vez de autoritárias; diversificada em vez de homogênea; participativa em vez de passiva” (em tradução livre, BUCKINGHAM, 2000). Ainda, afirmam que as crianças são as que mais respondem a esses estímulos: “o computador, de alguma maneira, libera sua criatividade natural e o desejo de aprender, que aparentemente são bloqueados e frustrados pelos métodos antiquados” (*Ibidem*).

A facilidade que os meios eletrônicos proporcionam não se resume ao formato e linguagem de fácil entendimento. O conteúdo que elas consomem durante a interação com a mídia causa impacto e instauram ideias, através de imagens, em seus pensamentos. A publicidade participa de forma abrangente deste processo: ensina e produz desejos na criança de ser ou ter aquilo que ela anuncia. O próximo tópico traz uma análise da relação da mídia com a cultura do consumo.

### **3.1 GERANDO VALOR: UM ESTÍMULO PARA O CONSUMO**

Odinino (2009) traz um olhar complementar aos argumentos de Buckingham expostos na matéria anterior. Além de reforçar os argumentos quanto à passividade da criança na construção do conceito de infância e a nova autonomia adquirida por esta categoria, trabalha também com a atividade infantil sobre a recepção de informações, principalmente em relação à mídia.

A autora explica que, quando as crianças e adolescentes começaram a ser enxergadas como consumidoras, passaram a ganhar um papel de destaque na mídia, ganharam voz.

“[...] desde quando conquistou o posto de consumidora, a criança ganhou maior visibilidade pública, desenvolvendo novas experiências de participação: como atores, apresentadores, atuando em comerciais, entrevistas, etc., de forma a alterar seu status social.” (ODININO, 2009, página 22)

Em adição a isto, Lucia Rabello Castro (1998) alerta que:

“Na cultura contemporânea do consumo a criança se tornou apenas uma consumidora em potencial. [...] Assim, mesmo não consumindo de fato, do ponto de vista da representação social da criança ela é considerada como capaz de contribuir efetivamente na dinâmica social. Como consumidoras, as crianças adquirem um tipo de cidadania que as faz iguais aos demais, que também são apenas consumidores em potencial.” (p.60)

Dentro do discurso midiático, um dos produtos que atinge o público infantil (mas não somente) de forma direta é o desenho animado – são produções que trabalham diretamente com o universo lúdico e auxiliam no desenvolvimento criativo das crianças. Odininio (2009, p. 22) explica que “os desenhos animados simbolizam a própria imagem da criança, historicamente tecida sob os moldes do consumo, condição pela qual ganhou visibilidade no domínio público”.

Dentro dessas narrativas, são alocados personagens que conseguem se comunicar facilmente com públicos pertencentes a diversas culturas de forma quase homogênea. Odininio (2009) explica que isso é viável por conta da globalização:

“Referimo-nos ao processo responsável pelo intensivo fluxo dos signos de uma cultura que não enxerga limites espaço-temporais e que contém em si visões de mundo hegemônicas. Devido ao fato de esse processo aparecer amparado pela ordem racional e técnica, os ideais da modernidade encontram na maioria das vezes entrada facilitada para se embrenhar entre as diferentes culturas [...]. Munida do poder avassalador de transformar tudo em mercadoria, a expansão dos mercados globais dissimula e impõe uma nova forma de relação sujeito-objeto numa escala sem precedentes históricos.” (p.10)

Mesmo assim, as mensagens são recepcionadas de formas distintas em cada pessoa, conectando-se com todo o contexto em que esta já se encontra inserida (gênero, classe e conhecimentos prévios) (GOIDANICH, 2002). Ainda que com suas particularidades, essa cultura mundial gera um imaginário comum e, por isso, é apta a receber a mesma mensagem e absorvê-la de forma mais ou menos previsível.

Segundo Odínino (2009), o contato frequente com essas animações de cultura de massa acaba criando uma sensação de identidade e pertencimento ao seu universo e, por conta desse imaginário social comum, a apropriação do seu discurso sobre os modelos de homem e mulher, a forma como ambos os sexos se relacionam entre si e com o outro, como se comportam em ambiente privado e público, tudo isso acaba sendo englobado na interação social das crianças.

Dentro da lógica capitalista que vivemos hoje, essa apropriação se manifesta principalmente através do consumo. Os objetos passaram a ser consumidos primordialmente pelo significado cultural que carregam em vez da utilidade. Castro (1998, p. 56) argumenta:

“Assim, de meros objetos, as coisas se tornam porta-vozes dos gostos, dos interesses e dos valores subjetivos, de modo que se estabelece uma economia de bens simbólicos onde a demanda, a oferta, a monopolização e a distribuição desses bens determina estilos de vida e a posição estrutural dos sujeitos e dos grupos nas interações sociais.”

Produtos portam estampas de desenhos animados e outros símbolos atrativos para o público infantil e são frequentemente adquiridos como uma forma de trazer para a realidade algo que vive nesse universo imaginário (ODININO, 2009).

“antes mesmo de pertencerem às crianças, são das personagens fictícias, a exemplo dos infindáveis produtos hoje disponíveis para esse nicho, como a mochila da Barbie, o salgadinho do Ben 10, o tênis do Homem Aranha, a jaqueta da Hello Kitty. O sentido dessas imagens, sua personalidade, seu reconhecimento, justificam-se em geral no contexto das narrativas exibidas nos desenhos animados, seja na televisão, no cinema ou na reiteração do filme publicitário. Só depois eles migram para os produtos” (ODININO, 2009, p. 19)

No caso da Disney, existem lojas físicas e também online<sup>20</sup> que vendem artigos temáticos dos seus filmes, seriados e desenhos. Elas podem ser encontradas em abundância dentro dos Resorts da Disney e em pontos turísticos em diversos países. Essa atividade econômica tornou-se tão primordial quanto as próprias produções.

Além de ser fundamental na construção da identidade dos indivíduos (não só das crianças) contemporâneos, o consumo é também essencial no desmembramento das barreiras entre crianças e adultos. Buckingham (2000) e Castro (1998), conforme dito anteriormente, afirmam que a infância foi historicamente construída como um período de maturação e racionalização do indivíduo que atinge o “nível máximo” na fase adulta – onde terão todos os seus direitos plenos, o poder de decisão e voz. No entanto, “enquanto consumidora, a criança foi alçada ao mesmo status do adulto” (CASTRO, 1998) instantaneamente: antes mesmo de completar o ciclo de amadurecimento para a vida adulta.

Odinino (2009) atenta para a grande participação da publicidade na consolidação dos valores difundidos pela mídia ao apontá-la “como importante codifusora dos sentidos agregados às narrativas dos programas televisivos, destacamos o modo com que ela atua ao inscrever significados inerentes à sua forma característica de expressão” (p. 17). Isto não significa que as crianças não reflitam sobre a mensagem veiculada por ela. Kapferer (1985; apud, GOIDANICH, 2002, p. 70) argumenta que indivíduos na faixa de sete/oito anos já reconhecem o tom persuasivo das propagandas, captando sua intenção de influenciar as tendências de consumo. Entretanto, este reconhecimento não garante que elas se defendam disto, tudo depende da identificação com a mensagem passada pela propaganda, sua imagem e sua narrativa. O que as agrada, pode, por exemplo, fazê-las desejar um objeto ou apenas guardar imagens de um comercial na memória. A recepção depende principalmente do ambiente da criança: sua relação com os pais, os conhecimentos prévios, sua condição social e econômica, dentre outros inúmeros aspectos.

Reforçando o que foi dito neste capítulo, o advento dos eletrônicos e a evolução da sociedade transformou a educação, que deixou de pertencer somente à escola e à família. A televisão, segundo Buckingham (2000) foi “inicialmente

---

<sup>20</sup> Para maiores informações, acessar <http://www.disneystore.com/>.

promovida para os pais como um meio educacional”. A inserção dela no cotidiano familiar acabou por também alterar a forma como as pessoas estabelecem suas relações. Com os responsáveis cada dia mais ocupados no trabalho, os meios de comunicação de massa passam a serem objetos de suma importância nessa “terceirização educacional”.

A mídia fornece à criança diversão e entretenimento. Torna-se uma espécie de companhia para ela, exercendo alto grau de influência na construção de sua identidade. A combinação da cultura de massa com o consumismo resulta na geração de valores e modelos que a criança passa a desejar: imitam os personagens de desenhos que assistem, querendo vestir-se como tais, falar e agir como eles e, assim, consumir produtos que a eles fazem referência.

“O personagem é essencial e constitui um elemento motor na compra de uma marca. Ele seduz as crianças pelo imaginário que induz e no qual as crianças se projetam. O processo de identificação funciona sobre os personagens heróis ou carismáticos.” (MONTIGNEAUX, 2005, p. 114).

Muito além de um mero passatempo, essas narrativas produzem valor e significados para as crianças, preenchendo lacunas, ensinando, separando o “certo” e o “errado”, sugerindo a forma como as relações sociais devem ser construídas, produzem e reproduzem os modelos sociais que povoam o imaginário social comum. Todas representações ultrapassam as telas de cinema e televisão, se faz presente no dia-a-dia através de outdoors, materiais que utilizamos para estudar, nas roupas que vestimos e até nas comidas consumidas. A globalização permitiu que a linguagem, predominantemente imagética, utilizada pela mídia se neutralizasse perante as diferenças internacionais. Essas imagens ganham significados e transmitem valores que são assimilados de forma quase automática.

Pela compreensão de Odinino (2009, p. 28), a socialização é o “processo em que se dá a afirmação do indivíduo frente ao grupo, através da aceitação, do sentimento de inclusão, do reconhecimento e até mesmo da busca pela diferenciação social”. A incorporação do conteúdo expresso pelos desenhos animados auxilia nesse processo. As mensagens visuais e auditivas emitidas pelas mídias eletrônicas são decodificadas e processadas pelas crianças, gerando algum efeito que pode refletir em seu comportamento ou apenas residir em seus pensamentos. A brincadeira, por exemplo, é um dos métodos mais utilizados pelas

crianças para sintetizar a mensagem recepcionada e colocar seu olhar sobre o que é assistido, podendo rebelar-se ou apropriar-se do discurso. Ainda segundo Odínino (2009):

“[...] a brincadeira permite à criança incorporar imaginariamente outro papel, num contexto inventado, junto a outras crianças ou mesmo sozinha. Muitas vezes esses papéis relacionam-se intimamente com sua subjetividade, respondendo a anseios, desejos e medos que a criança pode experimentar e elaborar na brincadeira. Em certa medida, de pertencimento, é o pilar da construção/afirmação de identidade.” (p. 26)

Essa prática permite que elas incorporem novas identidades, compostas por características dessas personagens (ODININO, 2014). A prática ocasional desse tipo de brincadeira pode não interferir diretamente na realidade cotidiana da criança, mas, para Dawsey (2005; apud ODININO, 2014), “a contínua e frequente realização dessa prática não deixa de ter seus impactos nas subjetividades infantis, a partir do momento em que nutre seus imaginários, seus desejos e fantasias, inspirando e influenciando suas ações cotidianas mesmo após o tempo da brincadeira”. A brincadeira, para ele, ocorre num momento de “suspensão de papéis” que retira a criança de sua “realidade convencional”.

Desta forma, é razoável deduzir que a mudança comportamental das personagens femininas das animações da Disney produza e reproduza efeitos em longo prazo na realidade infantil e, por consequência, altere a forma como a menina constrói sua subjetividade – dentro dos padrões de gênero – e estabelece suas relações interpessoais. Por isso, é necessário compreender de que forma essa oposição entre feminino e masculino foi retratada pela mídia e o papel do feminismo na sua amenização.



#### 4 PRINCESAS, REPRESENTAÇÕES E O FEMINISMO

Mais ou menos três séculos após os primeiros registros escritos dos contos realizados por Charles Perrault, a Disney produziu a primeira adaptação em forma de filme: “Branca de Neve e os Sete Anões” (1937). A forma de transmitir informação havia deixado de ser baseada somente na oralidade (PESSOLATO e BRONZATTO, 2014), no boca a boca entre humanos, e na leitura. Nos anos seguintes, recursos como rádio e televisão se tornavam cada vez mais comuns entre as famílias de classe média na Europa e nos Estados Unidos.

Originalmente escrita pelos Irmãos Grimm, a obra cinematográfica chegou às telas de cinema levando ao espectador uma versão mais leve, cortando partes de extrema violência da Rainha Má com Branca de Neve. Além de ser o primeiro filme completamente em animação, utilizou a técnica *Technicolor* – extremamente inovadora na época – que coloria a imagem (Figura 3). Devido ao sucesso, a empresa não parou mais de produzir adaptações de contos de fadas e histórias populares/folclóricas.

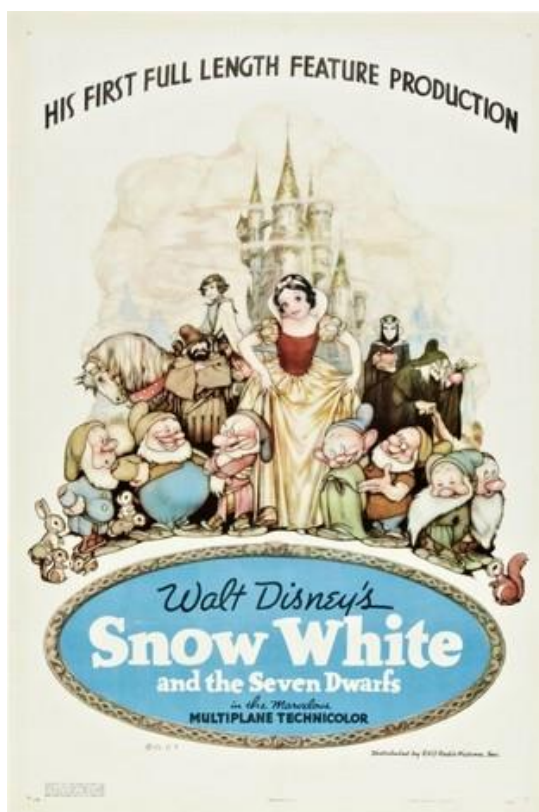


Figura 3: Pôster original do filme "A Branca de Neve e os Sete Anões"

O time de princesas, formado de 1937 a 2015, acumula treze protagonistas dos 12 filmes temáticos produzidos pela empresa até hoje. Tornou-se uma marca registrada definida pela própria empresa como “uma marca de *lifestyle* de jovens meninas”<sup>21</sup>. Atualmente, Disney Princesas® “possui mais de 25.000 produtos e contribuiu bastante para o crescimento de vendas de marketing da Disney de 300 milhões de dólares em 2001 para 4 bilhões em 2008” (ENGLAND, DESCARTES e COLLIN-MEEK, 2011).

Sua promoção está principalmente vinculada à representação imagética das princesas, estampando seus rostos em diversos tipos de objetos e, assim, estreitando os laços do consumidor com as personagens e todo conteúdo que está ligado a elas. Odinino (2009) cita Heloísa Almeida (2003) ao concordar que “ele [objeto] e seus sentidos tornam-se uma só entidade” e completa:

“Pela relação estreita entre desenho animado comercial e publicidade, incorporaremos seu significativo vínculo com a própria narrativa, constantemente referida nos anúncios, a exemplo das sandálias da Moranguinho, da mochila do Dragon Ball ou dos próprios brinquedos das personagens que devem muito de seu sucesso às referências contextualizadas nas narrativas dos desenhos. Há uma profunda associação entre mercadoria e sentido que aí se enraíza, como pontua Almeida, na qual se faz necessário criar uma forte identificação com seu público.” (ODININO, 2009)

Os filmes, como produtos da mídia, carregam ideologias, modelos sociais, estruturas de relacionamentos, padrões de beleza e mais uma infinidade de ideias subjetivas que auxiliam no processo de socialização, principalmente das crianças, e que ocupariam muitas páginas deste trabalho.

“A cultura da mídia e a de consumo atuam de mãos dadas no sentido de gerar pensamentos e comportamentos ajustados aos valores, às instituições, as crenças e às práticas vigentes” (KELLNER apud RIBEIRO, 2004).

---

<sup>21</sup> Informação disponível no link <http://thewaltdisneycompany.com/disney-news/press-releases/2005/06/disney-princess-proves-shes-still-fairest-land-girls-lifestyle> Acesso em 14 jun. 2015.

Dentre essas ideias está a representação de gêneros e a construção de suas relações intrapessoais, interpessoais e com o ambiente (ODININO, 2014). Sobre este assunto será dedicado o próximo tópico.

#### **4.1 UM BREVE COMENTÁRIO SOBRE A DICOTOMIA DOS GÊNEROS NO DISCURSO MIDIÁTICO**

Quando se trata de desenhos animados, podemos observar a existência de uma forte divisão quanto aos destinados para o público feminino e os que são para o público masculino, seja pelo enredo ou pelo/a personagem principal. Odininio (2009) cita Morin (1972) ao afirmar que certos assuntos são culturalmente associados como pertencentes ao universo feminino ou masculino, possibilitando essa divisão tão marcada de público-alvo por gêneros.

“Morin afirma que uma grande produção fílmica, por exemplo, incorpora sentimentalismos, estes associados ao universo feminino, aventura e ação, para o público masculino, e humor, para atrair o público infantil.”

Gênero não é um conceito sempre fácil de discutir. A carga de subjetividade que está incorporada nele o impossibilita de ser limitante, são infinitas as possibilidades de gênero que podem ser assumidas e existe até mesmo a opção de não se limitar a um gênero pré-estabelecido. Essa é uma discussão que acalora cada vez mais paralelamente ao fortalecimento das lutas de grupos sociais, como o LGBT (lésbicas, gays, bissexuais e travestis) e o movimento feminista.

Para esclarecer de forma simples e objetiva: o gênero é um conceito que é “definido” pela personalidade e gostos pessoais do indivíduo. Por exemplo, alguém que nasce no sexo biológico feminino não necessariamente se identifica com assuntos, objetos, sentimentos, roupas, interesses e muitas outras coisas que são culturalmente designadas como coisas “de menina”. A partir disto, foram construídas ao longo do tempo associações que são acionadas quase automaticamente e que assumem que um indivíduo naturalmente age e pensa conforme o padrão enraizado dentro de seu sexo de nascimento. Sobre o assunto, Bourdieu (2002) afirma:

“As divisões constituídas da ordem social e, mais precisamente, as relações sociais de dominação e de exploração que estão instituídas entre os gêneros se inscrevem, assim, progressivamente em duas classes de

*habitus*<sup>22</sup> diferentes, sob a forma de *hexis*<sup>23</sup> corporais opostos e complementares e de princípios de visão e de divisão, que levam a classificar todas as coisas do mundo e todas as práticas segundo distinções redutíveis à oposição entre o masculino e o feminino.” (BOURDIEU, 2002)

Para Beauvoir (1967), essa oposição entre feminino e masculino tem também ligação com a influência que a religião<sup>24</sup> exerce sobre cada um dos sexos: na figura masculina encontram-se as imagens de maior importância no mundo religioso e, para as mulheres, cabe o papel de servas e adoradoras, que clamam pelo amor e piedade de Deus. A Revolução Industrial, no século XVIII, também tem participação nessa cisão quando divide as tarefas e atribui as domésticas à mulher. Doravante, a sociedade foi se remodelando em torno da religiosidade e das práticas da sociedade industrializada. A parcela participativa de cada gênero no ambiente social foi se dividindo e definindo, atribuindo certos assuntos para os homens e outros para as mulheres.

Enquanto as meninas geralmente são induzidas a brincar de “casinha”, fingindo serem donas-de-casa que cuidam de seus lares e família; os meninos são ensinados a brincar de coisas que geralmente utilizam algum tipo de força ou habilidade física (ODININO, 2014).

Trazendo esse pensamento para a lógica capitalista, a distinção de gêneros é favorável às empresas pois a divisão da massa em várias categorias diversifica seus gostos, ampliando o leque de consumidores. Os produtos são desenvolvidos para atender demandas do público feminino e do masculino separadamente: a cor rosa ou azul, a estampa de super-herói ou princesa, tudo isso define o gênero ao qual o objeto é destinado<sup>25</sup>.

---

<sup>22</sup> “Habitue é uma noção que me auxilia a pensar as características de uma identidade social, de uma experiência biográfica, um sistema de orientação ora consciente ora inconsciente. Habitus como uma matriz cultural que predispõe os indivíduos a fazerem suas escolhas. Embora controversa, creio que a teoria do habitus me habilita a pensar o processo de constituição das identidades sociais no mundo contemporâneo.” (SETTON, 2002)

<sup>23</sup> “Essa *hexis* é composta de um capital físico ou corporal, correspondente a uma disposição e a uma trajetória individual, mas também de uma dimensão coletivizada, de grupo. Esse poder de retenção é um poder basicamente corporal, ainda que não se conheçam os mecanismos dessa capacidade de memorização física. Essa lógica está profundamente ligada a uma sociologia do corpo.” (MONTAGNER, 2006)

<sup>24</sup> Principalmente após as reformas da vertente cristã iniciadas na Europa no século XVI.

<sup>25</sup> “Outro ponto que merece toda a nossa atenção, além da valorização de determinadas características de estética e valores urbano, jovial e consumista, encontra-se no fato de que no interior das narrativas e dos discursos dos conteúdos remetidos às crianças há um reforço das diferenciações de gênero entre meninos e meninas. Cada vez mais cedo, toda uma cadeia de

A mídia auxilia essa segregação entre os dois grupos. Kellner, ao analisar ideias pós-modernas e sua cultura imagética (1991; apud SILVA, 1998, p. 112), reforça o papel pedagógico da publicidade “que ensina os indivíduos o que eles precisam e devem desejar, pensar e fazer para serem felizes, bem-sucedidos [...] ensina uma visão de mundo, valores e quais comportamentos são socialmente aceitos e quais são inaceitáveis”. Ou seja, ao produzir desenhos que fortalecem a divisão do público feminino e masculino, a mídia instrui as crianças sobre o que é “ser mulher” e o que é “ser homem”. Castro (1998, p. 63) define como “pedagogização pela mídia” o caráter educativo desta, que se apresenta de maneira mais sedutora que as formas convencionais de educação principalmente para as crianças.

Colin Stokes, palestrante do *TED x Beacon Street* em 2012<sup>26</sup>, reflete sobre como os filmes ensinam a masculinidade. Ele faz um comparativo entre as personagens femininas dos filmes “O Mágico de Oz” (1939) e “Guerra nas Estrelas” (1977). Conclui que o primeiro filme passa uma imagem feminina positiva e proativa. O segundo filme, argumenta, é drasticamente diferente do primeiro, pois contém apenas duas personagens femininas e com papéis passivos, sendo que a principal delas passa o filme aguardando que o personagem principal masculino a salve do aprisionamento.

Stokes medita sobre como a representação<sup>27</sup> da mulher como um ser passivo ensina também aos meninos sobre os papéis de cada gênero. Ele percebe uma atual mudança no papel feminino nos filmes destinados às meninas, mas acredita que os filmes para meninos não acompanham essa atualização. Segundo ele, as novas narrativas estão “ensinando as meninas como se defenderem da patriarquia, mas não estão necessariamente mostrando aos meninos como eles devem se defender contra a patriarquia”. Ainda completa: “Temos ferramentas a nosso favor como o ‘poder feminino’, e esperamos que isso ajude, mas eu me pergunto se o poder feminino vai protegê-las [as meninas] se, ao mesmo tempo, ativa ou passivamente, estamos treinando nossos filhos para manterem o poder masculino?”

---

produtos é movimentada a fim de atender aos ditos interesses dos públicos masculinos e femininos mirins” (ODININO, 2014, p.6)

<sup>26</sup> Disponível no link:

[http://www.ted.com/talks/colin\\_stokes\\_how\\_movies\\_teach\\_manhood?language=pt-br#t-552705](http://www.ted.com/talks/colin_stokes_how_movies_teach_manhood?language=pt-br#t-552705)

<sup>27</sup> Como “representação”, compreender a reprodução por meio de imagem e som que constroem um posicionamento da mulher no contexto que está inserida.

Em relação a esse questionamento, Odínino (2014) também percebeu a afirmação desses valores para o público masculino:

“[...] os referentes masculinos em suas trajetórias costumam lidar com grandes feitos e responsabilidades sociais, ou seja, insurgem preocupados com a vida pública, de modo que os super-heróis masculinos, por exemplo, devem salvar o planeta e lutar pela manutenção da ordem, a saber, a defesa da propriedade e a manutenção do status quo. Não há elementos de transgressão nem de inovação na representação dessas personagens, inclusive as personagens femininas ocupam papéis secundários e coadjuvantes dessas histórias de ação e aventura.” (p.7)

Já em relação aos valores atribuídos ao público feminino, ela argumenta:

“Para as meninas vigora ainda um universo cuja maior realização aparece na tônica do matrimônio, por mais que se tenham avançado bastante da imagem associada à restrita passividade, a exemplo das histórias de princesas. Ainda que constatem algumas pequenas variações, a marca da maior realização feminina aparece nesses enredos relegada à atmosfera da vida privada e doméstica simbolizada na máxima da realização no matrimônio.” (Ibidem, p. 6)

Os filmes de princesa da Disney já evidenciaram bastante essa separação de temas ligada ao gênero. Ao longo do tempo, esse tipo de divisão foi se atenuando. Nesta categoria, a empresa apresenta uma lista contendo 12 filmes, sendo possível separar as 13 protagonistas em três categorias com base na proximidade da época de lançamento dos filmes: os primeiros filmes, os filmes intermediários e os mais recentes (ENGLAND; DESCARTES; COLLIER-MEEK, 2011).

Esses autores comentam que essa separação pode ser aplicada também às protagonistas e se constrói através do estudo comportamental de cada uma delas. Os primeiros filmes apresentam personagens que transmitem submissão e passividade. Os desfechos são todos em torno da realização amorosa. Os títulos que preenchem essa categoria são: “Branca de Neve e os Sete Anões” (1937), “Cinderela” (1950) e “A Bela Adormecida” (1959); Os filmes intermediários são caracterizados por personagens rebeldes que falam sobre liberdade como um ideal de vida e lutam contra a hierarquia, mas mantêm o matrimônio no papel de “salvas-vidas”. Deste grupo fazem parte “A Pequena Sereia” (1989), “A Bela e a Fera” (1991), “Aladdin” (1992), “Pocahontas” (1995) e “Mulan” (1998); Os filmes mais

recentes mostram a consolidação no enredo-base que regia a maioria dos filmes congêneres anteriores: o “desejo de ouro” das protagonistas não envolve mais a concretização de um romance. Compõe este quadro, as seguintes animações: “A Princesa e o Sapo” (2009), “Enrolados” (2011), “Valente” (2012) e “Frozen – Uma Aventura Congelante” (2013).

## **4.2 DE MENINA A MULHER: A NECESSIDADE DO FEMINISMO DA EMANCIPAÇÃO DA MULHER E DA CRIANÇA**

A questão da dicotomia dos gêneros na mídia, abordada no tópico anterior, de certo é resultado do ambiente social que foi construído por muito tempo baseado em valores patriarcais e religiosos. Eles foram colocados em questão pelos movimentos sociais que lutam contra a discriminação de diversas categorias. Fraser (1999; apud MATOS, 2010, p. 70) denominou de “subaltern publics” os grupos sociais que, “devido à concepção de uma esfera pública nacional e homogênea, estariam excluídos dos processos de deliberação pública, como as mulheres e as minorias étnicas”. O movimento mais importante para esse estudo é aquele que, essencialmente, busca pela igualdade dos gêneros: o feminismo. Esse movimento apresenta diversos fatores motivadores e, por isso, possui diversas vertentes e um público variado. As mais conhecidas são: a individualista, a liberal e a radical. Por isso, deve-se referir a ele como “os feminismos”<sup>28</sup>.

A Revolução Industrial e a migração das famílias do campo, onde trabalhavam em conjunto, para os centros urbanos ocasionaram na divisão das tarefas e redefiniram o papel de cada membro da família, resultando numa cisão e no desenvolvimento de estereótipos dos gêneros na sociedade (BAETA, 2006, p. 4).

O privilégio que acreditava estar sendo concedido para as mulheres e crianças era a oportunidade de permanecer no lar, protegidas e confortáveis, enquanto os homens saíam para trabalhar e conquistar o ganha-pão em nome de toda a família. De forma geral, isto acabou por castrar o poder decisório feminino, uma vez que se encontravam sem recursos e dependentes dos homens adultos da família. Segundo Toffler (1980:57; apud BAETA, p. 4):

---

<sup>28</sup> Para maiores informações, acessar o link <<http://webjornalunesp.com/2015/04/23/a-desmitificacao-do-feminismo-e-suas-vertentes/>> Acesso em 06 jun. 2015.

“As mulheres preparadas desde o berço para as tarefas da reprodução, da criação dos filhos, da labuta doméstica, realizada até um grau considerável em isolamento social, eram ensinadas a serem ‘subjéctivas’ – e eram frequentemente consideradas incapazes para a espécie de pensamento racional, analítico, que supostamente acompanhava a objectividade.”

No início do século XX, as mulheres começavam a penetrar o ambiente de trabalho. Entretanto, o período da Depressão<sup>29</sup> as retirou novamente em prol de realocação dos membros masculinos da família como provedores. Ainda que tenham sido estigmatizadas, “a Depressão modificou a auto-imagem e as atitudes femininas” (KESSLER-HARRIS apud MUNDY, 2013, p.43), pois ainda que obtivessem cargos menos valorizados que os homens, conseguiram manter suas famílias neste período. Assim, este período acabou “solidificando sua posição como trabalhadoras” (*Ibidem*) e ocasionando sua posterior convocação para desempenhar papéis essenciais na Segunda Guerra Mundial.

Neste mesmo século, a Revolução da Informação – que alterou o entendimento de espaço e tempo com o advento de meios eletrônicos de circulação de informação – inseriu novos valores, chamados de pós-modernos. Martín-Barbero (2003; apud BAETA, 2006, p.3) define a pós-modernidade como “uma nova maneira de estar no mundo, ‘dela falam as profundas mudanças produzidas no mundo da vida: no trabalho, no casal, na roupa, na comida, no lazer’”. O núcleo familiar moderno aos poucos se desintegrou e, como parte dessa nova esfera, se dividiu nos mais variados arranjos (KUMAR apud BAETA, 2006, p. 3).

Segundo Cardoso (2008, p.313), “durante os anos 60, dois temas marcaram a sua presença no contexto intelectual internacional: a marginalidade e a dependência”. O feminismo viveu nesta época sua segunda onda: a época mais marcante que é lembrada pela icônica queima de sutiãs em praça pública.

“[...] o que foi verdadeiramente novo sobre a segunda onda foi o modo pelo qual ela entrelaçou, em uma crítica ao capitalismo androcêntrico organizado pelo Estado, três dimensões analiticamente distintas de injustiça de gênero: econômica, cultural e política.” (FRASER, 2009, p.12; p.14)

---

<sup>29</sup> Crise de 29, ocorrida principalmente pela superestimação da prosperidade vivida nos anos 20, causando futuramente a quebra da Bolsa de Nova Iorque. É considerada a pior crise capitalista da história. Fonte: <http://www.ie.ufrj.br/datacenter/ie/pdfs/seminarios/pesquisa/texto1509.pdf>



Segundo Baeta (2006), “a mulher pós-moderna foi à luta pela conquista do mercado de trabalho. Adequada à sociedade de informação, conquistou aos poucos a oportunidade de exercer todo e qualquer tipo de atividade que, até então, só eram atribuídas aos homens”.

As mudanças ocorridas nestes anos também afetaram as crianças que eram desfavorecidas em prol do androcentrismo tanto quanto as mulheres (MARCHI, 2009, p. 390). A criança passou a ser vista como ator social e a alteração no seu processo de socialização revela como as visões passadas de infância apresentavam um caráter “essencialmente político”, porque são “relacionadas às questões do poder e da constituição e manutenção da ordem social” (*Ibidem*, p. 392). Gradualmente, a esse novo momento social e cultural foi realocando a mulher e a criança no ambiente público que fora dominado exclusivamente pelo homem por muito tempo.

Logo, podemos enxergar que o feminismo é uma luta que, além de defender a liberação moral e política da mulher, procura abolir o modelo patriarcal instaurado na sociedade e, por consequente, libertar as outras classes sociais que também sofrem a mesma opressão.

No próximo capítulo a análise que foi desenhada até aqui se concretiza. Os filmes escolhidos para representar cada fase, citadas no tópico 4.2, foram: Cinderela (1ª fase), A Pequena Sereia (2ª fase) e Frozen (3ª fase). Os filmes serão analisados através das letras de música interpretadas pelas personagens principais femininas, que revelam seus sentimentos mais profundos perante as situações vividas, sobre a vida, relacionamentos e sobre si.

## 5 ANÁLISE COMPORTAMENTAL DAS PRINCESAS

“A representação das personagens presentes nas mídias voltadas para o público infantil acompanhou de perto essa transformação, principalmente no tocante à entrada em cena das super-heroínas, como versão feminina daqueles heróis já consagrados na literatura dos meninos. Aqui emerge um forte indicativo de mudança nas possibilidades de agência (ORTNER, 1996) das meninas e nas formas com que são representadas, com destaque às transformações sociais alavancadas por diferentes fatores, entre eles os movimentos feministas, a especialização do consumo e o lançamento de novas formas de olhar das mídias, configurando alterações na dinâmica de projeção-identificação do público.” (ODININO, 2009, p.57)

Vimos até aqui como a publicidade e a mídia promovem grandes transformações na concepção tradicional de infância e atuam sobre os processos educativos e socializadores deste grupo. Além disso, refletimos sobre como as animações de princesa da Disney regularizam o papel dos gêneros e como essa dicotomia marca presença na maioria dos filmes lançados pela empresa. No entanto, a tendência à despolarização progressiva dos conceitos de “feminino” e “masculino” é notável.

O principal objetivo desse estudo centra-se em compreender as transformações por que passaram as protagonistas dos filmes de animação de princesas da Disney e em que medida elas estão em consonância com as transformações provocadas pelos movimentos feministas tanto no significado de ser mulher quanto no de infância. Com esse intuito, proponho uma análise direcionada à identificação da “evolução” comportamental das protagonistas de 3 películas, produzidas pelo *Walt Disney Animation Studios*: “Cinderela” (1950), “A Pequena Sereia” (1989) e “Frozen” (2013). Por “evolução” compreendo o abandono gradual do discurso que favorece o sistema de dominação masculina e a incorporação de ideias sugeridas pela luta feminista, como a emancipação da mulher e o reconhecimento de sua capacidade social e intelectual.

O método utilizado nesta análise foi o Estudo de Caso, que “enquadra-se como uma abordagem qualitativa” (CESAR, 2010), através de uma documentação sobre os filmes, documento do filme e, por fim, observações sobre o conteúdo, realizando uma leitura fílmica. Esses instrumentos serão detalhados nos próximos parágrafos.

A escolha dos três filmes deu-se com base na divisão trifásica das princesas, estruturada por England, Descartes e Collin-Meek (2011): “os três grupos cronologicamente distintos oferecem uma oportunidade de explorar as mudanças na linhagem de princesas da Disney ao longo do tempo” (p. 2), pois cada uma representa uma época determinada do século XX e suas características econômicas, sociais e culturais. Assim, a apresentação de cada um dos filmes é um conjunto formado pelo resumo da história e da contextualização histórico-social da época correspondente.

Os objetos que se disporão à análise serão as músicas interpretadas pelas protagonistas em momentos de conflito na trama – são os documentos do filme. Destacando estrofes e versos, atribuirei significados para as letras que se dialoguem com as características da sociedade contemporânea ao lançamento do filme.

A técnica de amostragem utilizada foi por critério temporal. A cronologia é um elemento de extrema importância nessa análise, pois é através dessa organização que se torna possível identificar o caráter “evolutivo” na representação do comportamento feminino, opondo, principalmente, características provenientes da androcentrismo e do feminismo. A progressividade do tempo histórico possibilita o entendimento dos deslocamentos sofridos pela criança e pela mulher no ambiente social. Sem ela, os fatos se tornariam elementos soltos sem coerência entre si. A noção de continuidade do tempo será o fio condutor e o nó que entrelaça todas essas narrativas. Por isso, o início de cada um dos subcapítulos supervenientes consistirá num resumo da história do filme e uma breve contextualização da época vivida por cada uma das personagens.

Como esses filmes são adaptações de contos, é importante também atentar para o momento de estreia deles. Elementos contemporâneos são inseridos na história para permitir que o público crie conexões com os personagens e, assim, os torne objetos com potencial comercial.

A exposição das letras das músicas antecederá sua análise: que consiste na interpretação que dialoga com a situação da mulher naquele determinado período de estreia da película. As músicas escolhidas foram: “A Dream is a Wish Your Heart Makes”, “Part of Your World” e “Let It Go”, respectivamente atuadas por Cinderela, Ariel e Elsa.

## **5.1 CINDERELA, A GATA BORRALHEIRA – O RETRATO DA SUBMISSÃO**

O filme Cinderela (Figura 4), lançado em 15 de fevereiro de 1950, é um dos primeiros clássicos e o segundo filme de princesa produzido pela Walt Disney Pictures. Sua história é originária do conto de Charles Perrault, lançado pela primeira vez em 1697, apresentando também uma versão redigida pelos Irmãos Grimm, em 1812. Contudo, a primeira versão desta história que se tem conhecimento, conforme conta Tatar (2002), “foi registrada por Tuan Ch’engshih por volta de 850 d.C.”. Ainda hoje, inúmeros roteiros de produções fílmicas se baseiam neste conto.

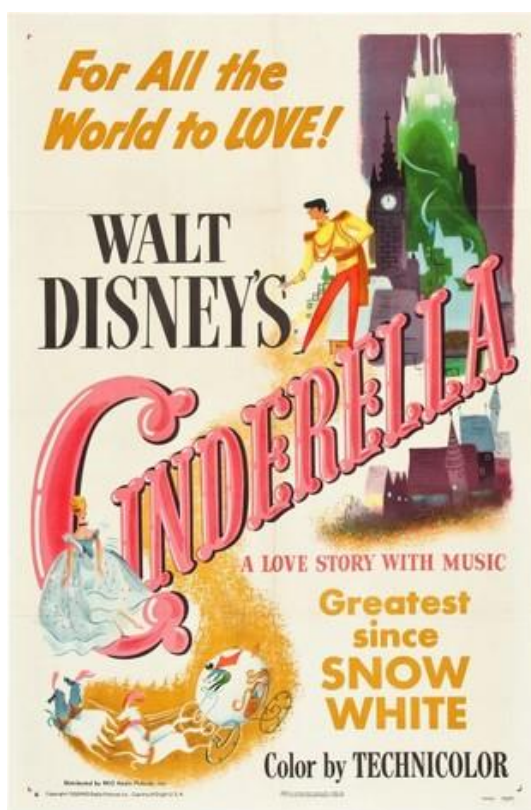


Figura 4: Pôster original do filme "Cinderela"

A história desta princesa se resume à vida miserável que leva morando com sua madrasta e duas irmãs postças, Anastasia e Drizella. Órfã de mãe desde muito jovem, seu pai se casou novamente no intuito de suprir a carência da figura feminina na vida de sua filha. Pouco a pouco, a má índole de sua esposa foi se revelando e se consolidou após sua morte. Cinderela virara agora órfã de pai e mãe, dependente dos cuidados da madrasta. Esta, que buscava sempre o melhor para suas duas filhas, transformou a enteada em servente e atribuiu a ela todas as tarefas domésticas e tirou-lhe todo o conforto. Ainda que fosse tratada como estranha

dentro de sua própria casa, Cinderela mantinha toda sua bondade e gentileza, cumprindo suas tarefas com primor e cuidado.

Certo dia, as quatro moças receberam um convite para o baile Real. O príncipe convidou todas as moças do reino com intuito de conhecer alguma que lhe despertasse paixão para que, então, pudesse casar. Esperançosa, Cinderela acordou com sua madrasta que, caso terminasse a faxina da casa e conseguisse um vestido conforme o evento, ela poderia ir à festa. Cumpridos todos os requisitos, Anastasia e Drizella sabotaram o vestido de Cinderela, inviabilizando sua ida. Pouco depois da saída de sua família, a fada madrinha apareceu para tornar o desejo da princesa em realidade. Através de magia, fez aparecer uma carruagem, cocheiros, um belo vestido e seu icônico sapatinho de cristal. Apesar de toda alegria que sentira, Cinderela deveria ficar atenta, pois o encanto cessava à meia noite.

No baile, Cinderela conheceu o príncipe encantado e, logo de primeira, se encantaram um pelo outro. Dançaram por todo tempo que ela esteve presente na festa, até que o relógio anunciou a meia noite e, de imediato, Cinderela teve de partir, deixando para trás um pé do sapato de cristal. O príncipe, determinado a encontrar sua amada e cumprir a promessa de casar, ordenou que os guardas da família Real procurassem em todo reino a menina que calçaria o sapato esquecido. Felizmente, Cinderela conseguiu superar os obstáculos impostos por sua madrasta que a impediriam de experimentar o sapato e, por fim, casou-se com o príncipe e viveram o “felizes para sempre”.

O filme estreou num período em que a sociedade, principalmente europeia e norte-americana, começava a despertar novos costumes e valores denominados pós-modernos (MARTÍN-BARBERO, 2003; apud BAETA, 2006). Os meios de comunicação eletrônicos – mais especificamente a televisão – começavam a se difundir nas famílias de classe média. Entretanto, sua história apresenta alguns resquícios da Idade Moderna, onde as relações hierárquicas eram basicamente definidas pela posse de terras e o sistema político era baseado no Absolutismo.

Segundo Ariès (2012, p. 4), no período pré-industrial, o costume da família era de trabalhar em conjunto pelo sustento e pela proteção dos bens, mas “não tinha função afetiva” necessariamente. Ainda segundo ele, as relações afetivas eram mais prováveis de acontecer fora do ambiente familiar. Assim como acontece com

Cinderela e seus amigos, que são animais habitantes da casa de sua família, e também sua fada madrinha.

Neste contexto, o conceito de criança que hoje conhecemos (exposto no capítulo 3) ainda não era conhecido. Assim como os adultos, as crianças participavam das atividades sociais e econômicas, trabalhavam para auxiliar seus pais com o sustento da casa. Não havia o protecionismo que posteriormente fora constituído, eram enxergados como seres preparados para tais atividades assim que passavam de seus primeiros anos de vida (ARIÈS, 2012).

Cinderela, tal como descrito acima, apesar de jovem, não era poupada dos serviços domésticos. Suas irmãs, entretanto, não participavam das atividades por pertencerem à classe mais alta no nível hierárquico social. Durante o filme, a protagonista aparece na maioria das vezes trabalhando.

Este quadro todo é refletido na narrativa do filme. A partir da exposição da música interpretada pela protagonista, analisaremos vestígios dessa sociedade na letra, em tradução livre.

“Um sonho é um desejo feito pelo coração/  
Quando você dorme/  
Nos sonhos, você perde suas preocupações/  
O que você desejar, você terá/

Tenha fé nos seus sonhos e, algum dia/  
Seu arco-íris virá sorrindo/

Não importa como seu coração está sofrendo/  
Se você continuar acreditando/  
O sonho que você deseja se tornará realidade/”

(A Dream is a Wish Your Heart Makes; DAVID, Mack; HOFFMAN, Al;  
LIVINGSTONE, Jerry; 1950)

Cinderela interpreta a música num dos primeiros momentos do filme, quando acorda para mais um dia de trabalho. A letra transparece a insatisfação da personagem com sua condição. Entretanto, esse descontentamento não se expressa de forma agressiva ou rebelde. Ao invés de questionar o porquê sofre exploração pela madrasta, a protagonista cultiva a esperança em dias melhores.

As palavras “preocupações” e “sofrendo”, permitem que o espectador compreenda que, apesar de não aparentar, Cinderela está descontente com sua situação dentro de casa.

O ato de sonhar enquanto dorme significa para ela uma fuga dessa realidade: é um lugar onde ela não é obrigada a exercer tarefa alguma e tampouco servir sua madrasta e irmãs. Conforme afirma Odínino (2014), “Brougère (1995) sugere que a brincadeira ocasiona uma ‘mutação do sentido, da realidade: as coisas aí tornam-se outras’”. Seguindo essa lógica, podemos conferir ao sonho na vida de Cinderela o mesmo papel que a brincadeira sustenta na vida da criança: ambos são espaços onde o lúdico se manifesta e, para a personagem, onde sua realidade se desconecta da veracidade.

Buckingham (2000) comenta sobre a “época dourada” (originalmente *The Golden Age*) da infância: um período antecedente ao advento das mídias eletrônicas quando crianças cultivavam pureza e inocência. A princesa se encaixa nesta classificação, conforme podemos conferir na seguinte passagem:

“Nesta era, Winn argumenta, as crianças ostentavam uma aceitação relativamente dócil de seus papéis como seres dependentes que não dispunham de muitas escolhas sobre suas vidas ou mesmo sobre seu comportamento diário – e, como resultado, lhes restava se comportarem em formas que acabaram sendo vistas como, caracteristicamente, infantis.” (em tradução livre, BUCKINGHAM, 2000)

Cinderela além de benevolente é muito bela, diferente das vilãs (madrasta e irmãs) que são descritas como maldosas e feias. Sua suposta superioridade fica marcada nesse aspecto e é daí que surge a rivalidade com os componentes femininos da família.

“Aí se encontra uma das fontes principais de todas as discussões familiares e domésticas que envenenam a vida do lar: a mulher exige tanto mais asperamente ser a soberana quanto não tem nenhum meio de fazer com que lhe reconheçam os méritos pessoais. Mas é principalmente no terreno do coquetismo e do amor que cada uma vê na outra uma inimiga; assinalei essa rivalidade nas moças; pois perpetua-se muitas vezes durante a vida toda.” (BEAUVOIR, 1967)

Para Cinderela, a única chance de mudar de vida veio através do casamento. Logo, essa realização pode ser o objeto do “sonho” que ela tanto cultiva na letra da música. O trecho “Se você continuar acreditando/O sonho que você deseja se tornará realidade” prega que crença no sonho o torna real. Por tanto acreditar, Cinderela é recompensada com a aparição da fada madrinha, que viabilizou sua ida ao baile e encontro com o príncipe.

Apesar de ser a personagem que lida com toda maldade vinda da madrasta e de suas irmãs, o papel heroico é atribuído ao príncipe, uma vez que ele a “resgata” de sua vida miserável a transforma em princesa. Sobre isso, Beauvoir (1967) reflete:

“Ela [a menina] aprende que para ser feliz é preciso ser amada; para ser amada é preciso aguardar o amor. A mulher é a Bela Adormecida no bosque, Cinderela, Branca de Neve, a que recebe e suporta. Nas canções, nos contos, vê-se o jovem partir aventurosamente em busca da mulher; ele mata dragões, luta contra gigantes; ela acha-se encerrada em uma torre, um palácio, um jardim, uma caverna, acorrentada a um rochedo, cativa, adormecida: ela espera.” (BEAUVOIR, 1967).

Esse fato se relaciona com a situação da classe feminina naquela época. Fora do mercado de trabalho, deveriam exercer o papel de “anjos do lar” (WOOLF apud MUNDY, 2012).

“Woolf usou o mesmo argumento que os economistas apresentariam depois: as mulheres, excluídas do mundo dos negócios, viam o casamento como a única forma racional de emprego que poderiam obter o melhor acordo que poderiam conseguir.” (MUNDY, 2012)

Casando-se com o príncipe do reino onde vivia, Cinderela pôde deixar para trás sua vida de empregada doméstica e tornou-se princesa (Figura 5), sendo assim, teve a recompensa que mereceu por aguentar as maldades alheias por tanto tempo.





Figura 5: *Cinderela e o príncipe encantado*

A história da Cinderela foi antecedida por A Branca de Neve e os Sete Anões (1937) e sucedida por A Bela Adormecida (1959) e, juntos, esses três filmes compõem a primeira classe de filmes de princesa: os clássicos. O roteiro dos três filmes segue a mesma linha: a mocinha que é vítima de alguma maldade e é salva pelo amor verdadeiro, um príncipe com o qual se casa no final do filme.

O próximo filme a ser analisado integra a segunda geração de princesas. Segundo Bueno (2012), a virada do tempo está marcada na “rebeldia” das protagonistas.

## **5.2 A PEQUENA SEREIA – O DESEJO DE LIBERDADE**

Lançado em 1989, A Pequena Sereia (Figura 6) é uma adaptação inspirada no conto de Hans Christian Andersen que foi publicado em 1837. A versão da Disney retira as partes mais violentas do conto, que no original é um pouco sanguinário.

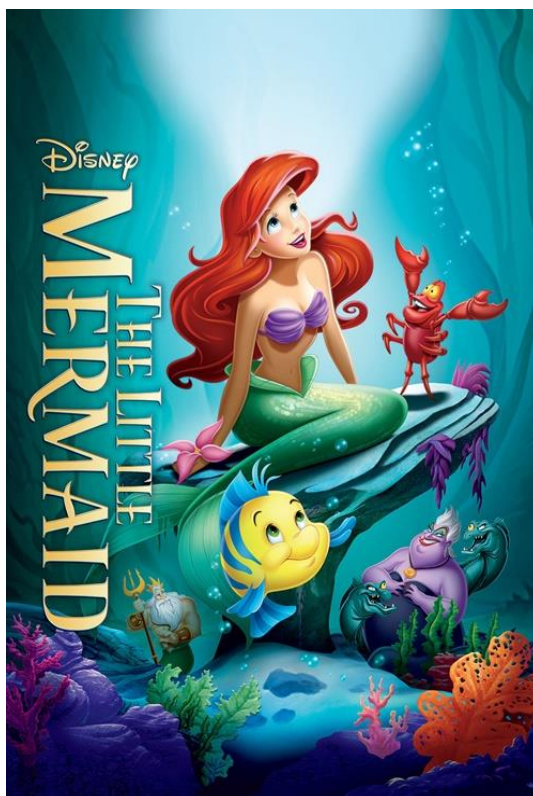


Figura 6: Pôster original do filme "A Pequena Sereia

O filme conta a história de Ariel, filha caçula de Tritão – o rei do mar. A princesa e suas irmãs são sereias admiradas por todos no reino devido às suas belezas e vozes angelicais. Entretanto, Ariel não é completamente feliz morando no fundo do mar. Demonstra muita curiosidade pelo mundo humano e até coleciona artefatos terrestres que encontra dentro de restos de navios naufragados. Em consequência dessa paixão pelos humanos, a personagem visita constantemente a superfície e enfurece seu pai, que teme que a vida das sereias seja descoberta e perturbada.

O destino de Ariel muda completamente quando se apaixona pelo príncipe Eric (Figura 7), a quem salvou de um naufrágio. Então, procura Úrsula – a bruxa do mar – para auxiliá-la a se transformar em humana e conseguir conquistar o príncipe. Maldosa, Úrsula fornece uma poção que transformará as barbatanas de Ariel em pernas, mas avisa: ela terá de conquistar o príncipe em 3 dias, caso contrário sua alma pertencerá eternamente à bruxa. Além disto, retira a voz da princesa, deixando-a muda e dificultando ainda mais sua missão. Para convencer Úrsula do amor do príncipe, a pequena sereia deverá conseguir um beijo de amor verdadeiro e, assim, poderá se tornar humana para sempre. Entretanto, a vilã bola um plano

para atrapalhar Ariel, que consegue escapar e termina o filme se casando com o amado.



Figura 7: Ariel e o príncipe Eric

O conto de Andersen foi lançado no século XIX, durante a transição do campo para os centros urbanos. Como mencionado anteriormente neste estudo, esta mudança teve grande influência (mas não exclusiva) nas metamorfoses no modelo familiar. O trabalho não era mais conjunto, o homem ganhou papel de destaque como provedor e protetor da família e as tarefas domésticas ficaram como encargo feminino. As crianças foram retiradas da convivência direta e constante com os adultos e colocadas em escolas. Ariès (2012, p. 5) afirma que neste período, o ambiente familiar passa a ter função afetiva. Os pais se interessam pelos estudos dos filhos e dedicam tempo a eles.

Além disto, diversas reformas religiosas ocorreram durante este período. Sobre isso, Ariès (2012) comenta que “essa separação e essa chamada à razão das crianças deve ser interpretada como uma das faces do grande movimento de moralização dos homens promovido pelos reformadores católicos ou protestantes ligados à Igreja, às leis ou ao Estado”.

Como resultado de todos esses fatores, ocorreu a cisão com o mundo adulto e se iniciou a confecção do conceito de infância.

Na época de lançamento da película, a sociedade havia passado por um período de fortes mudanças, incluindo a consolidação dos meios de comunicação eletrônicos e eclosão de movimentos sociais (conforme visto no tópico 4.2). Aqui, ao invés de serem “protegidas” dos segredos da vida adulta, as crianças já começavam a ter acesso à informação de forma mais livre e, por consequência, conheciam os assuntos destinados exclusivamente aos adultos, como sexo e violência. As mulheres retornam ao mercado de trabalho e o ambiente familiar fica cada vez mais defasado. Para Buckingham (2000, p. 65), a potencialização da criança e do adolescente como personagem central da família e da sociedade inclui também o fato de a maior parte dos consumos serem direcionados a eles nesta nova fase. Isso acontece porque os pais se sentem culpados pela ausência emocional e suprem essa carência dando aos filhos o que eles desejam.

“A Pequena Sereia” apresenta diversos aspectos da sociedade que emergiu no período industrial no século XVIII e que são questionadas pelas características do conceito de pós-moderno que já efervesciam na esfera social no século XX, quando o filme foi lançado.

O modelo patriarcal se instaurou no pós-revolução industrial e começou a perder forças com o movimento feminista. Esses dois aspectos se fazem presentes na película. Ariel sofre com a repressão de seu pai, que faz de tudo para impedi-la de interagir com o mundo terrestre – tentando afirmar sua força como o homem e pai de família. Entretanto, ela não permite que isso a detenha de conseguir o que quer – provando a força adquirida pelas classes sociais menos favorecidas no passado marcado pelo androcentrismo. Um desses desentendimentos com seu pai desencadeia na cena que Ariel exprime seus desejos através da música, intitulada “Part of Your World” (Parte do mundo, em tradução livre).

“Lá onde eles caminham  
Lá onde eles correm  
Lá onde eles ficam o dia todo sob o sol  
Vagando livremente  
Queria poder ser  
Parte daquele mundo  
O que eu daria  
Se pudesse viver  
Fora dessas águas?

O que eu pagaria  
Para passar um dia  
Aquecida na areia?  
Aposto que na Terra  
Eles compreendem  
Aposto que eles não reprimem suas filhas  
Brilhantes jovens mulheres  
Cansadas de nadar  
Preparadas para ficarem de pé  
E preparadas para saber o que as pessoas sabem  
Perguntar minhas questões e conseguir algumas respostas”  
(Part of Your World; 1989; ASHMAN, Howard; MENKEN, Alan)

O título da música, que se repete nos versos “queria poder ser/parte daquele mundo”, já exprime o sentimento de exclusão que Ariel sente em relação a um mundo que não consegue adentrar. Até o século XX, as mulheres eram mantidas no ambiente doméstico e seu universo se limitava a isto. A esfera pública e tudo que dela participava eram exclusividade dos homens (STRATHERN, 2006, p. 149).

No verso “Aposto que eles não reprimem suas filhas/Brilhantes jovens mulheres/Cansadas de nadar/Prontas para ficarem de pé”, a faz referência à situação opressora que as mulheres viveram por muito tempo. No contexto do filme, Ariel canta sobre como deseja sair de sua zona de conforto e opressão para explorar o mundo; interpretando de acordo com a realidade, reflete sobre a situação que as mulheres foram submetidas por tanto tempo, mas que neste momento já lutavam pela liberdade de agirem e pensarem como quisessem.

Ariel vai contra seu pai para realizar seu sonho de se tornar humana, não tem medo de entrar em conflito com ele e toma suas decisões sem nunca consultá-lo. Ainda assim, o desfecho de sua história retorna para o que os filmes da era Clássica da Disney pregavam: a realização de um amor. Seu desejo por liberdade se mescla com o sentimento que nutre pelo príncipe Eric e esse é o fator que motiva a protagonista a buscar a forma humana. Sobre isso, Beauvoir (1963, p.33) argumenta que “a suprema necessidade para a mulher é seduzir um coração masculino; mesmo intrépidas, aventureiras, é a recompensa a que todas as heroínas aspiram; e o mais das vezes não lhes é pedida outra virtude senão a beleza”.

Já Bueno (2012) reflete que a conservação de traços clássicos “ajudam a garantir a legitimidade de tais filmes por meio de sua correlação com aqueles de décadas anteriores que garantiram vida-longa aos estúdios Disney”.

Este filme faz parte da chamada época da Renascença<sup>30</sup> da Disney, quando esta retornou a fazer filmes que mais tarde se tornariam clássicos da animação. Na categoria “princesas”, juntam-se a ele: “A Bela e a Fera” (1991), “Aladdin” (1992), “Pocahontas” (1995) e “Mulan” (1998). Cada uma dessas princesas introduz novas características que anteriormente não eram ligadas à mulher.

Bela, protagonista do primeiro filme citado acima, apresenta paixão por livros e resiste às investidas de Gastão, o bonitão do vilarejo onde vive. Jasmine, do filme Aladdin, se apaixona pelo protagonista que é um ladrão e é a primeira princesa a incorporar sensualidade na forma de agir e de se vestir. Pocahontas, personagem principal de seu próprio filme, se apaixona por John Smith, um colono considerado inimigo de sua tribo e luta para salvar sua vida. Mulan se traveste de homem para lutar no exército chinês contra os Hunos. Sua intenção era poupar seu pai que passava por problemas de saúde na época. Todas elas apresentam um traço de rebeldia no comportamento, mas terminam o filme da mesma forma: com a realização de um amor, assim como Ariel. Devemos, contudo, destacar que Pocahontas não se muda para a Inglaterra com John Smith para ficar com sua tribo, onde considera ser o lugar onde pertence.

### **5.3 FROZEN – A CONQUISTA DA LIBERDADE**

No final de 2013, em 27 de novembro, chegou aos cinemas o filme (Figura 8) que veio a se tornar o maior sucesso de bilheteria da Disney até hoje. Arrecadou mais de U\$1 bilhão (um bilhão de dólares), se tornando o quinto filme mais visto na história do cinema<sup>31</sup>. A história do filme é inspirada no conto de Hans Christian Andersen, “A Rainha do Gelo”, publicado pela primeira vez em 1844. Dentre todos os filmes aqui analisado, este é o menos fidedigno ao original.

---

<sup>30</sup> Ver Arielle Warner, 2014

<sup>31</sup> Informação disponível no link <http://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2014/05/bilheteria-de-frozen-e-quinta-maior-da-historia-do-cinema.html>





Figura 8: Pôster original do filme "Frozen"

A película conta a história de duas irmãs sucessoras do trono de Arandelle. A mais velha, Elsa, nasceu com o poder de criar gelo com as mãos e é capaz de manipulá-lo, mas não sabia exatamente como. Essa falta de controle causou um acidente envolvendo Anna, sua irmã mais nova, quando ainda pequenas. Isto levou à separação delas e à exclusão das duas do convívio externo, para evitar novos incidentes e prover tempo para que Elsa pudesse aprender a dominar seu poder. Quando passavam pela adolescência, seus pais foram vítimas de um naufrágio e não resistiram.

O falecimento dos pais resultou na nomeação de Elsa como rainha de Arandelle assim que completou 18 anos. Pela primeira vez o castelo reabriria suas portas desde o acidente de Anna. As irmãs se reencontraram, mas logo se desentenderam quando Elsa proibiu que Anna se casasse com o príncipe Hans, que conhecera no mesmo dia que noivou. A briga entre as duas resultou em um novo acidente, desta vez na frente de toda a população de Arandelle e, envergonhada,

Elsa abandona o reino para construir uma vida isolada, sofrendo. Determinada a trazer sua irmã de volta para casa e cessar o inverno rigoroso que sua fuga instaurou, Anna entra na jornada de procurá-la e embarca nessa sozinha. No caminho conhece Kristoff, Sven e Olaf, que acabam a auxiliando na busca pela irmã e se tornam seus grandes amigos.

Quando finalmente encontra o castelo de gelo que sua irmã construíra numa montanha ao Norte do país, Anna é mal recepcionada pela primogênita e acaba saindo ferida – um pedaço de gelo penetra em seu coração, ocasionando o lento congelamento do órgão. Ao buscar um *troll* feiticeiro para ajudá-la a reverter a solidificação, recebe a notícia de que somente um ato de amor verdadeiro poderá salvá-la. Seus amigos a levam direto para seu noivo Hans, acreditando que ele poderá ajudar, porém descobrem que todo sentimento que ele dizia nutrir por Anna eram uma farsa para assumir o reinado de Arandelle. Quando Hans acredita que sua ex noiva já está morta, procura Elsa com intuito de dar fim à sua vida e concluir seu plano. Anna, que está nos últimos estágios do congelamento, avista a cena e corre para se colocar entre o malfeitor e sua irmã, salvando sua vida. Pelo ato de amor executado por ela mesma, Anna consegue descongelar e a vida das duas se acerta.

Assim como na história da Pequena Sereia, este conto de Andersen foi lançado já na época moderna. A primeira, segunda e terceira revoluções industriais aconteceram: a migração do campo para a cidade, a prática capitalista e a expansão dos meios de comunicação tecnológicos ocorreram neste período. As lutas sociais ganharam destaque no âmbito social e também na mídia.

As duas protagonistas apresentam personalidades extremamente diferentes. Enquanto Anna se mostra extrovertida, alegre, inocente e curiosa; Elsa aparenta ser serena, dura, analítica e introvertida. Apesar das duas apresentarem material interessante para a análise, esse estudo tem enfoque na personagem Elsa.

Quando criança, Elsa obedece religiosamente às instruções de seus pais de se manter afastada de sua irmã e de qualquer outra pessoa até que aprendesse a controlar seu poder, mesmo após o falecimento deles. Após toda uma geração de princesas “rebeldes” (2ª geração) e “contemporâneas” (3ª geração), sua passividade pode parecer um retrocesso, uma retomada aos modelos comportamentais das princesas “clássicas”. Entretanto, Elsa prova ter consciência dos perigos que seu



poder apresenta para as outras pessoas e, por isso, segue as ordens de seus pais. É uma responsabilidade que carrega desde tão nova e, para isso, precisa desenvolver maturidade. Se antigamente as crianças eram “construídas como indivíduos isolados, os quais o desenvolvimento cognitivo era produto de uma sequência lógica de ‘idades e estágios’ em direção à conquista da maturidade e racionalidade adulta” (em tradução livre, BUCKINGHAM, 2000, p. 15), a contemporaneidade e a ideia de “criança apressada”, apresentada no capítulo 3 deste estudo, aqui se revelam. Enquanto sua irmã Anna age “como criança”, brincando e passando por estágios de amadurecimento, Elsa é poupada da infância, passando parte dela e toda sua adolescência confinada em um quarto com a missão de aprender a manipular a crio cinese. Por isso, aparenta ser bem mais velha que sua irmã, ainda que tenham idades próximas.

Tal qual o sujeito pós-moderno, Elsa não apresenta uma solidez comportamental. Segundo Baeta (2006, p. 3): “o sujeito pós-moderno não tem uma identidade fixa, essencial ou permanente, ele é plural e entra em crise justamente por não ter mais o seu papel único no mundo”. A personagem é duplamente poderosa – por ser rainha e por ter o poder -, mas ainda assim mostra vulnerabilidade, insegurança e angústia.

Quando, em um rompante, foge de Arendelle em direção às montanhas do Norte, Elsa interpreta a famosa música “Let it Go” enquanto constrói seu castelo de gelo e passa por uma transformação de aparência e atitude (Figura 9). A partir da letra, iniciarei a análise sobre discurso de gênero na película.



Figura 97: Rainha Elsa antes e depois da transformação

“Não os deixe entrar, não os deixe ver  
Seja a boa menina que você sempre precisou ser  
Esconda, não sinta,  
Não deixe que eles saibam  
Bem, agora eles sabem!

Deixe pra lá, deixe pra lá  
Não posso suportar mais  
Deixe pra lá, deixe pra lá  
Dou as costas e bato a porta  
Eu não me importo  
Com o que eles vão dizer  
Deixe a tempestade rugir  
O frio nunca me incomodou mesmo  
[...]

No contexto do filme, Elsa revela através da música sua satisfação em não ter mais de viver escondida e amedrontada agora que todos sabem seu segredo. De uma vez por todas ela pode ser quem é. Quando analisamos a situação da mulher através dessa letra, a primeira estrofe remete à configuração social que favorece o

homem ao passo que desfavorece a mulher, que é estigmatizada em diversos aspectos. Beauvoir (1967, p. 364), ao meditar sobre essa posição da mulher, argumenta: “o quinhão da mulher é a obediência e o respeito. Ela não tem domínio, nem sequer em pensamento, sobre essa realidade que a cerca”.

Logo em seguida, o refrão (segunda estrofe) exprime a explosão do sentimento de emancipação feminina.

[...]  
É engraçado como alguma distância  
Faz tudo parecer pequeno  
E os medos que uma vez me controlaram  
Não chegam nem perto de mim

É o tempo de ver o que eu posso fazer  
Testar os limites e transpô-los  
Sem certo, sem errado,  
Sem regras para mim  
Estou livre!

[...]  
Eu nunca vou voltar  
O passado está no passado

Deixe pra lá, deixe pra lá  
E eu vou flutuar como o amanhecer  
Deixe pra lá, deixe pra lá  
Aquela garota perfeita está desaparecida  
Aqui estou eu  
À luz do dia  
Deixe a tempestade entrar  
O frio nunca me incomodou mesmo”

(Let it Go, 2013, ANDERSON-LOPEZ, Kristen; LOPEZ, Robert)

Nessa segunda parte, é possível notar a negação do passado de submissão e a ostentação de uma nova atitude quanto ao julgamento e opressão alheia. Elsa deixa claro que não se importa mais com aquilo que um dia já a amedrontou, mostra despreendimento quanto às definições de “certo” e “errado”, impostas pela sociedade, e concede a ela mesma liberdade. Além do mais, o verso “aquela garota perfeita está desaparecida” sugere sua ruptura com as definições clássicas que

normatizavam o comportamento das princesas através de valores patriarcais, que rebaixavam a mulher dentro da sociedade.

Isto se relaciona de forma íntima com o acaloramento do feminismo e os valores que por ele foram contestados. Segundo Baeta (2006, p. 9), este movimento “enfraqueceu as estruturas estáveis da modernidade ao contestar o papel da mulher na sociedade em relação à família, à sexualidade, ao mercado de trabalho, à divisão das tarefas domésticas, à execução de atividades consideradas tipicamente masculinas, etc.”.

Por fim, os versos “Aqui estou eu/À luz do dia” remete ao fato da conquista da mulher do espaço público. Durante muito tempo, o reduto feminino e infatil foi limitado ao ambiente doméstico e, atualmente, a circulação feminina em praça pública é tão comum quanto a masculina.

Um tema que aparece em todos os filmes congêneres, mas não faz parte do universo de Elsa é o anseio pelo amor de um rapaz. Diferente das gerações antecessoras, a personagem sequer menciona a possibilidade de encontrar um rapaz que pudesse casar. Bueno (2012, p. 14) reforça que, na distinção comportamental das princesas, “a potencialidade do amor conjugal emerge como um eixo destacável para entendermos o campo no qual a forma de feminilidade mais geralmente entendida como ‘princesa’ está inserida”. Com essa personagem, essa ligação entre mulher e a aspiração por romance sequer é aludida.

Em relação a isso, sua irmã Anna resgata alguns comportamentos “clássicos”, já que sonha em encontrar o “rapaz certo” para se relacionar; e alguns “rebeldes”, pela coragem de correr atrás do que quer e não “abaixar a cabeça” quando confrontada. Ainda que preserve o desejo clássico de despertar a afeição de um mocinho, a concepção de amor deste filme é fuge do modelo tradicional que fora divulgado pelos antecessores: o ato de amor verdadeiro que salva a vida de Anna é seu para Elsa, quando salva a vida da irmã que seria exterminada por Hans. Além disto, Anna é a primeira princesa a estar ligada, de forma voluntária, romanticamente a dois rapazes.

O filme dá destaque ao amor fraternal/família como o grande “salvador de vidas”. Diferente dos filmes da primeira e segunda geração, a relação entre as mulheres de destaque na história não é de inimizade, tampouco de competição.

Apesar de terem crescido separadas e gozarem de pouca intimidade, Elsa e Anna demonstram carinho e preocupação mútua.

“Frozen” também surpreende ao atribuir às personagens femininas todas as cenas de resgate. Em alguns momentos de conflito, Anna até recebe auxílio de Kristoff, mas quem executa os atos heroicos é sempre ela.

No mesmo hall de princesas que Elsa e Anna, se encontram Tiana, Rapunzel e Mérida, protagonistas dos filmes “A Princesa e o Sapo” (2009), “Enrolados” (2011) e “Valente” (2012), respectivamente. Todas elas apresentam outras motivações na vida que não encontrar o amor verdadeiro.

A feminilidade dessas princesas já não é tão caricaturada quanto de suas precursoras. Comportamentos que anteriormente eram atribuídos para personagens masculinos já integram suas atitudes e formas de pensar. Elsa é mais racional, não idealiza o amor e muito menos se contenta em viver oprimida. Além do mais, é a primeira princesa a carregar um poder supra-humano, que geralmente são concedidos a personagens masculinos em filmes de guerra.

England, Descartes e Collin-Meek (2011), ao montarem um quadro comparativo do comportamento de príncipes e princesas nos filmes da Disney, constataram que nos últimos três filmes<sup>32</sup> que analisaram, as atitudes encaminhavam para um modelo mais andrógino. Isso significa que, progressivamente, as protagonistas apresentam um comportamento considerado mais masculino do que feminino. O mesmo acontece com os príncipes, que cada vez mais atuam por meio de características femininas.

Até então, Frozen é o último e mais recente filme a integrar o hall das princesas da Disney.

Além das animações, a Disney tem investido em versões *live action* dos contos de fadas, como “Alice no País das Maravilhas” (2010), “Branca de Neve e o Caçador” (2012) e “Cinderela” (2015). Recentemente, a história da Bela Adormecida também ganhou uma versão em *live action*, mas de forma completamente inesperada: o conto é narrado pela perspectiva da vilã Malévola e relativiza o conceito de bem e mal, levando seu nome como título (2014). A empresa está criando uma tendência para a desestabilização dos paradigmas instaurados por suas antigas produções nas novas.

---

<sup>32</sup> Os últimos três filmes analisados foram “Pocahontas” (1995), “Mulan” (1998) e “A Princesa e o Sapo” (2009).

## 6 CONCLUSÃO

“Na indústria do entretenimento, os estúdios Disney ocupam, há décadas, um lugar de destaque. Porém, mais do que entreter, a mercadoria que a Disney produz carrega consigo a carga ideológica na qual se procura manipular, seduzir e integrar aos princípios da sociabilidade burguesa.” (SANTOS, 2010, p.3)

A Disney aproveitou o sucesso dos filmes inspirados em contos de fadas e criou a marca Disney Princesas em 2000. Segundo England, Descartes e Collin-Meek (2011, p.1), as campanhas publicitárias dessa marca “visam atrair o maior número de meninas com o objetivo final de encorajar essas crianças a se identificarem com as personagens para, assim, adquirirem os produtos associados a elas”. A publicidade é um meio da empresa estabelecer contato com seu público, o que é imprescindível para a sobrevivência do negócio, mas o objetivo da empresa não será alcançado se não elaborar de forma correta a mensagem que será transmitida.

Como visto no capítulo 2, segundo certos autores, as reais intenções da Disney se escondem atrás da sua “política da inocência” (GIROUX, 1993; apud SILVA, 1998). Ao se posicionar como “o maravilhoso mundo” e se comunicar através de imagens fantasiosas, de forma teatral, a empresa acoberta seus interesses econômicos e políticos.

Além disso, a industrialização, o capitalismo e a globalização abriram um canal pelo qual a empresa pode falar diretamente com seu público-alvo. As novas práticas econômicas e a ascensão dos movimentos sociais alteraram as relações hierárquicas no ambiente familiar, trazendo a criança para uma posição central. Atualmente, o consumo familiar também é majoritariamente dirigido para a categoria infantil (BUCKINGHAM, 2000), o que lhes realoca no espaço público social, de onde foram retirados juntamente com as mulheres no período industrial. A revolução informacional também cooperou para o esclarecimento das minorias sociais e, como consequência, o modelo de dominação masculina enfraquece mais a cada dia.

Não somente isso, a mídia passou a ocupar grande espaço na educação infantil (CASTRO, 1998). Na ausência de responsáveis e na obsolescência do modelo tradicional pedagógico, os veículos de comunicação se tornam um ambiente

fértil para a construção da subjetividade e também para aprender a construir relações sociais.

O discurso da mídia combinado com as práticas de consumo é capaz de produzir modelos que normatizam gêneros e ensinam as crianças como cada gênero “deve” se portar na sociedade (KELLNER, 1991; apud SILVA, 1998). Aqui as princesas da Disney se encaixam, ensinando as meninas sobre diversas matérias do universo feminino.

As alterações nas dinâmicas e na hierarquia social refletem no progresso do modelo “clássico” de princesa para o modelo “contemporâneo”. A análise textual é realizada em três representantes, uma de cada geração<sup>33</sup>, e repercute a “evolução” do papel da mulher na sociedade.

Os três contos de fadas estudados foram publicados entre os séculos XVII e XIX. As mudanças na dinâmica trabalhista ocorridas nessa época acabaram por desintegrar a unidade familiar e atribuir aos gêneros papéis sociais complementares, que culminaram na superioridade política e econômica do homem.

O que causa a diferenciação comportamental dessas protagonistas é a época de lançamento do filme. “Cinderela” foi lançado em 1950, “A Pequena Sereia” veio 39 anos depois e “Frozen”, 63. Traçando uma linha do tempo crescente, Cinderela, Ariel e Elsa se posicionam nessa exata ordem. A primeira e a última representam bem a ideia de extremos: enquanto Cinderela não titubeia em exercer seus deveres de forma impecável e interioriza suas frustrações; Elsa abandona sua obrigação como rainha para experimentar a liberdade de viver como deseja, sendo quem é. Ariel é o ponto médio, pois representa o início da ruptura com os valores clássicos e da abertura de novos caminhos para a libertação feminina.

Acredito que, através desse estudo, é possível extrair pontos positivos e negativos em como a mídia e, principalmente, a Disney manipulam seus produtos para manter e ampliar seu público. É importante deixar aberta a possibilidade de continuar o estudo, através do acompanhamento de futuras produções e reviravoltas na sociedade globalizada.

---

<sup>33</sup> Esquema organizado por England, Descartes e Collin-Meek (2011). As gerações correspondem ao momento histórico contemporâneo.

## BIBLIOGRAFIA

ARIÈS, Phillipe. **História Social da Criança e da Família**. 2. ed. Rio de Janeiro: Ltc, 2012.

BAETA, Agda Dias. **Disney Pós-Moderna**. 2006. 14 f. Monografia (Especialização) - Curso de Produção Editorial, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2006.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo: a experiência vivida**. 2. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.

BETTELHEIM, Bruno. **A psicanálise dos contos de fadas**. 29. ed. Rio de Janeiro/são Paulo: Paz e Terra, 2014. 446 p.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. 142 p.

BUCKINGHAM, David. **After the death of childhood: growing up in the age of electronic media**. Cambridge: Polity, 2000. 256 p.

BUENO, Michele Escoura. **Girando entre princesas: performances e contornos de gênero em uma etnografia com crianças**. 2012. 163 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Antropologia Social, Departamento de Antropologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

CARDOSO, Ruth. **Movimentos sociais urbanos: balanço crítico**. In SORJ, B., and ALMEIDA, MHT, orgs. *Sociedade política no Brasil pós-61* [online]. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008. p. 313-350. ISBN: 978-85-99662-63-2. Disponível no SciELO Books <<http://books.scielo.org>>. Acesso em 14 jun. 2015.

CASTRO, Lucia Rabello de. **Infância e Adolescência na Cultura do Consumo**. Porto Alegre: Editora Nau, 1998.

CESAR, A. M. R. V. C. **Método do Estudo de Caso (Case studies) ou Método do Caso (Teaching Cases)?** Uma análise dos dois métodos no Ensino e Pesquisa em Administração. REMAC Revista Eletrônica Mackenzie de Casos, São Paulo - Brasil, v. 1, n.1, p. 1, 2005.

DISNEY INSTITUTE. **O jeito Disney de encantar os clientes: do atendimento excepcional ao nunca parar de crescer e acreditar**. São Paulo: Editora Saraiva, 2011. 129 p.



DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para Ler o Pato Donald**: A comunicação de massa e o colonialismo. 2. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1977.

ENGLAND, Dawn Elizabeth; DESCARTES, Lara; COLLIER-MEEK, Melissa A.. Gender Role Portrayal and the Disney Princesses. **Sex Roles**, [s.l.], v. 64, n. 7-8, p.555-567, 10 fev. 2011. Springer Science + Business Media. DOI: 10.1007/s11199-011-9930-7.

FRASER, Nancy. O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. **Mediac. Rev. Cien. Soc.**, [s.l.], v. 14, n. 2, p.11-33, 22 fev. 2009. Universidade Estadual de Londrina. DOI: 10.5433/2176-6665.2009v14n2p11.

GOIDANICH, Maria Elisabeth. **Consumo e cidadania**: a publicidade e a identidade dos adolescentes. 2002. 249 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Educação, Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

KLEIN, Naomi. **Sem Logo**: A tirania das marcas em um planeta vendido. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.

MARCHI, Rita de Cássia. Gênero, infância e relações de poder: interrogações epistemológicas. **Cadernos Pagu**, Blumenau, v. 37, p.387-406, 13 maio 2010. Professora do Mestrado em Educação e do Curso de Ciências Sociais da Universidade Regional de Blumenau.

MATOS, Marlise. MOVIMENTO E TEORIA FEMINISTA: É POSSÍVEL RECONSTRUIR A TEORIA FEMINISTA A PARTIR DO SUL GLOBAL?. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba, v. 18, n. 36, p.67-92, jun. 2010.

MONTAGNER, M. A. . **Pierre Bourdieu, o corpo e a saúde**: algumas possibilidades teóricas. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 11, p. 515-526, 2006. Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232006000200028](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232006000200028)>. Acesso em 14 jun. 2015.

MONTIGNEAUX, Nicolas. **Público-Alvo: criança**: a força dos personagens para falar com o consumidor infantil. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

MUNDY, Liza. **O sexo mais rico**: Como a nova geração de mulheres está transformando trabalho, amor e família. São Paulo: Editora Schwarcz, 2013. 367 p. Tradução de Elvira Serapicos.

ODININO, Juliane di Paula Queiroz. **AS SUPERHEROÍNAS EM IMAGEM E AÇÃO**: Gênero, Animação e Imaginação Infantil no Cenário da Globalização das Culturas. 2009. 269 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009. Cap. 1.

ODININO, Juliane di Paula Queiroz. **Cruzando Mídia, gênero e culturas infantis enquanto possibilidades de resistência, transformação e novos agenciamentos**. 2014. 15 f. Monografia (Especialização) - Curso de Programa de Pós-graduação em História, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

PESSOLATO, Luciana; BRONZATTO, Maurício. As Transformações dos Contos de Fadas e o Surgimento da Infância. **Revista Eletrônica Saberes da Educação**, São Roque, v. 5, n. 1, 2014. Disponível em: [http://www.uninove.br/marketing/fac/publicacoes\\_pdf/educacao/v5\\_n1\\_2014/Luciana.pdf](http://www.uninove.br/marketing/fac/publicacoes_pdf/educacao/v5_n1_2014/Luciana.pdf). Acesso em: 29 abr. 2015.

RIBEIRO, M. S. NP131 Comunicação e Cultura de Minorias- Sessão 1 - **Gênero, com o trabalho A Mulher na Cultura da Mídia/Discussão Teórico** - Metodológica. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Porto Alegre. FAMECOS/PUCRS, 2004.

SANTOS, Ariovaldo. **IDEOLOGIA DO TRABALHO E DOMINAÇÃO SOCIAL EM DESENHOS DA DISNEY E PIXAR**. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 2., 2010, Umuarama, 2010.

Il, B. Joseph Pine; GILMORE, James. **O Espetáculo dos Negócios**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

SCHNEIDER, Raquel Elisabete Finger; TOROSSIAN, Sandra Djambolakdijan. Contos de fadas: de sua origem à clínica contemporânea. **Psicologia em Revista**, Belo Horizonte, v. 15, n. 2, p.132-148, ago. 2009. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/per/v15n2/v15n2a09.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2015.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea**. Revista Brasileira de Educação (Impresso), São Paulo, v. 20, n. maio/ago, p. 60-70, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a05>>. Acesso em: 14 jun. 2015.

SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Alienígenas na sala de aula: Uma introdução aos estudos culturais em educação**. 2. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1998. 243 p.

STRATHERN, Marilyn. **O Gênero da Dádiva**. Campinas: Unicamp, 2013.

TATAR, Maria (Ed.). **Contos de fadas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

## FILMOGRAFIA

**A Bela Adormecida** (Sleeping Beauty). Direção: Clyde Geronimi, Les Clark, Eric Larson e Wolfgang Reitherman. Produção: Walt Disney. Walt Disney Productions, 1959. 75 min, cor.

**A Bela e a Fera** (Beauty and the Beast). Direção: Gary Trousdale e Kirk Wise. Produção: Don Hahn. Walt Disney Pictures, 1991. 84 min, cor.

**A Branca de Neve e os Sete Anões** (Snow White and the Seven Dwarfs). Direção: David Hand, William Cottrell, Wilfred Jackson, Larry Morey, Perce Pearce e Ben Sharpsteen. Produção: Walt Disney. Walt Disney Productions, 1937. 83 min, cor.

**A Pequena Sereia** (The Little Mermaid). Direção: Ron Clements e John Musker. Produção: John Musker e Howard Ashman. Walt Disney Pictures, 1989. 82 min, cor.

**A Princesa e o Sapo** (The Princess and the Frog). Direção: Ron Clements e John Musker. Produção: Peter Del Vecho e John Lasseter. Walt Disney Pictures, 2009. 97 min, cor.

**Aladdin**. Direção: Ron Clements e John Musker. Produção: Ron Clements e John Musker. Walt Disney Pictures, 1992. 90 min, cor.

**Cinderela** (Cinderella). Direção: Clyde Geronimi, Hamilton Luske e Wilfred Jackson. Produção: Walt Disney. Walt Disney Productions, 1950. 74 min, cor.

**Enrolados** (Tangled). Direção: Nathan Greno e Byron Howard. Produção: Roy Conli, John Lasseter e Glen Keane. Walt Disney Pictures, 2010. 100 min, cor.

**Frozen** – uma aventura congelante. Direção: Chris Buck e Jennifer Lee. Produção: Peter Del Vecho. Walt Disney Animation Studios, 2013. 109 min, cor.

**Mulan**. Direção: Tony Bancroft e Barry Cook. Produção: Pam Coats. Walt Disney Pictures, 1998. 87 min, cor.

**Pocahontas**. Direção: Mike Gabriel e Eric Goldberg. Produção: James Pentecost. Walt Disney Pictures, 1995. 81 min, cor.

**Valente** (Brave). Direção: Mark Andrews e Brenda Chapman. Produção: Katherine Sarafian. Pixar Animation Studios, 2012. 93 min, cor.

## MUSICOGRAFIA

DAVID, Mack; HOFFMAN, Al; LIVINGSTONE, Jerry. **A dream is a wish you heart makes**. Intérprete: Ilene Woods. Walt Disney Records. c1950.

ASHMAN, Howard; MENKEN, Alan. **Part of your world**. Intérprete: Jodi Benson. Walt Disney Records. c1989.

ANDERSON-LOPEZ; Kristen; LOPEZ, Robert. **Let it go**. Intérprete: Idina Menzel. Walt Disney Records, c2013.