

Os Simpsons: Uma Análise dos Efeitos do Seriado um Produto da Cultura de Massa¹

Dyhogo RODRIGUES²

Neusa PRESSLER³

Universidade da Amazônia, Belém, PA

RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar o seriado Os Simpsons. Este estudo trata de um dos principais alvos de comentários e críticas por trazer em seu conteúdo temas reais e polêmicos da sociedade. O objetivo desta análise é avaliar quais os efeitos do seriado no meio de massa e no público alvo assiste o seriado. O presente trabalho adota como pressuposto teórico-metodológico a Teoria da Persuasão com o intuito de desvendar e deixar claro a existência da persuasão direta e indireta que o seriado causa nas mentes do telespectador. A partir desse ponto de vista de análise foi possível comprovar que o desenho, a partir de suas críticas, evidencia as maneiras de pensar dos americanos, que por meio deste, influenciam a maneira de pensar das pessoas sobre determinado assunto ou cria uma ideia sobre algo que deve ser seguida de maneira voluntária ou não.

Palavras Chaves: Simpsons; Cultura; Persuasão, Comunicação; Meio de Massa.

1 Introdução

Este artigo tem por objetivo analisar o seriado Os Simpsons. Este estudo trata de um dos principais alvos de comentários e críticas por trazer em seu conteúdo temas reais e polêmicos da sociedade. O presente trabalho adota como pressuposto teórico-metodológico a Teoria da Persuasão com o intuito de desvendar e deixar claro a existência da persuasão direta e indireta que o seriado causa nas mentes do telespectador. A partir desse ponto de vista de análise foi possível comprovar que o desenho, a partir de suas críticas, evidencia as maneiras de pensar dos americanos, que

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Publicidade e Propaganda – IJ 8-Estudos Interdisciplinares, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante do 7º período de Publicidade e Propaganda da Universidade da Amazônia (UNAMA). Aluno pesquisador voluntário no projeto de pesquisa Agências Digital na Amazônia Real. Monitor de informática aplicada. E-mail :dyhogorodriguespp@gmail.com

³ Professora Titular I do Curso de Comunicação Social e do Programa de Mestrado em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia (UNAMA). Coordenadora e Pesquisadora Líder do Projeto Agências Digitais na Amazônia Real, certificado pelo CNPq. Ministra as disciplinas: mídia, comunicação institucional, pesquisa em comunicação, Tópicos Especiais em Comunicação, Linguagem e Cultura. Orientadora do trabalho. E-mail: neusapressler@hotmail.com

por meio deste, influenciam a maneira de pensar das pessoas sobre determinado assunto ou cria uma ideia sobre algo que deve ser seguida de maneira voluntária ou não.

O seriado “Os Simpsons” surgiu em 1989, e conta com 27 temporadas até o momento. A série satiriza a sociedade norte-americana, a televisão e critica o estilo de vida deles. Retratando uma família de classe média o seriado foi considerado uma das maiores séries de televisão de todos os tempos, classificado como a melhor série do século XX, em 14 de janeiro de 2000, a família Simpson foi premiada e reconhecida pelo seu esforço com uma estrela na Calçada da Fama de Hollywood segundo edição da revista *Time* publicada em 31 de dezembro de 1999.

A Teoria da Persuasão trabalha com o inconsciente humano, onde cada pessoa é estimulada de forma diferente perante a mensagem e o que define se esse estímulo reação foi bem sucedido ou mal sucedido são as barreiras psicológicas, que são “filtros” que fazem o emissor influenciar ou não. O que o seriado têm feito é investir em ideias que busquem quebrar essas “barreiras psicológicas”, sendo assim não seriam efeitos de manipulação e sim de persuasão. Há alguns aspectos que conseguem quebrar essas barreiras com certa facilidade como as piadas de humor negro do Homer Simpson (que passam a sensação de alegria além de fixar a crítica na cabeça do receptor), com emissor de credibilidade temos a Lisa Simpson (mocinha inteligente que fala bem de um assunto ou ideias), pequenos animais (mostrando a parte inofensiva) e, claro, as crianças como forma de um público propenso ser influenciado pois sua mente está em desenvolvimento.

A percepção do sujeito é seletiva, ou seja, o indivíduo guarda aquilo que somente é mais significativo para ele e comparação com outros valores transmitidos, que são os chamados secundários, embora que sempre possa ocorrer o efeito que a mensagem persuasiva não tem efeito algum no momento imediato em que é transmitida, no entanto com o passar do tempo, o argumento rejeitado passa a ser aceito. Destacando a credibilidade do comunicador os estudos mostram que a mensagem atribuída a uma fonte confiável produz uma mudança de opinião significativamente maior do que aquela atribuída a uma fonte pouco confiável, sendo assim, os líderes de opiniões são de suma importância. A metodologia de pesquisa usada para fazer o artigo foi a bibliográfica e de observação, onde compreendemos os fatores de persuasão e de interações entre os personagens em observação, no seu contexto.

A pesquisa é composta de três etapas. A primeira, já concluída, foi de levantamento e leitura da bibliografia de referência. Foi feita uma revisão da bibliografia, principalmente nas áreas de cultura de massa e entretenimento popular. A segunda etapa foi dedicada à criação de categorias e critérios para a análise que orientam a pesquisa, tais como : Meio de Comunicação de Massa e Cultura, Abordagem Empírico-Experimental do seriado, Influências persuasivas. A terceira etapa da pesquisa foi as considerações finais e as pesquisas de imagens para colocar em anexo, mostrando os personagens e considerando o que foi descoberto e sob o ponto de vista dos “Os Simpson” como um produto cultural de massa.

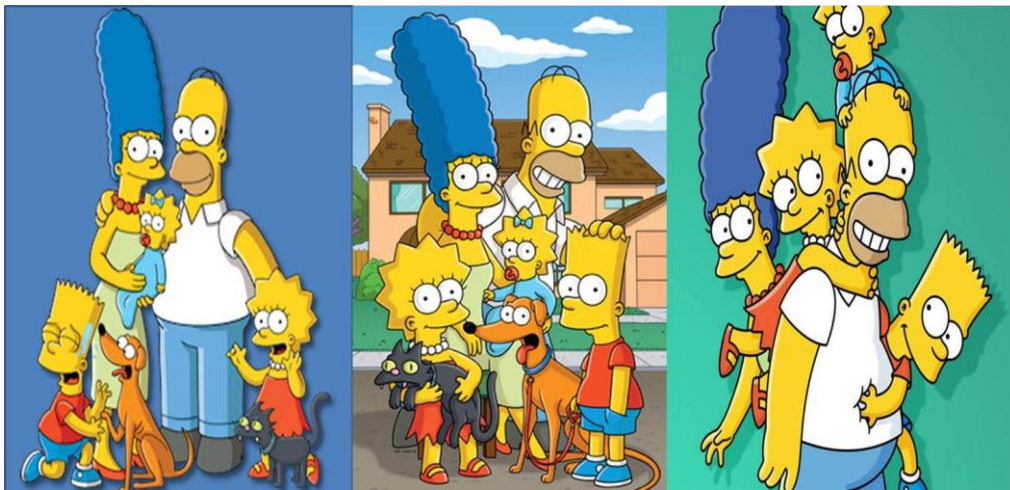


Figura 1. Família Simpson. Fonte: Colagem produzida pelo autor.

2 Meio de Comunicação de Massa e Cultura

O sucesso do seriado “Os Simpsons” no meio de comunicação de massa, televisão, não é por acaso. Pesquisas de audiência e consumo de mídia realizada com a população brasileira revelam que no Brasil a mídia mais consumida pelos brasileiros ainda é a televisão.

A pesquisa realizada em 2015 pela Secretaria de Comunicação Social – SECOM da Presidência da República mostra cinco meios de comunicação diferentes: TV, rádio, internet, jornal e revista. Com dados bem colocados e estruturados e gráficos bem elaborados para melhor ilustrar a análise dos resultados e várias questões entraram para relevância e estudo, como: tipos de usuário; frequência de uso em níveis sociais, por

região, gênero e entre outros; concomitâncias de uso, razões pelas quais são usuários e entre outros.

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (2015), a TV ainda é o meio mais utilizado entre os sujeitos em geral, ou seja, é o meio predominante entre todos os outros. A pesquisa afirma que 95% dos entrevistados assistem TV, sendo que 73% tem o hábito de assistir todo dia. E, em média, assistem 4h31 por dia, nos dias úteis e 4h14 nos finais de semana. Isso nos mostra que assistir à TV, já virou um hábito impregnado que faz parte da vida de muitos brasileiros, sendo muitas vezes, o seu principal modo de entretenimento e de informação. Mais precisamente, 79% das pessoas assistem à TV para se informar 67% como diversão e entretenimento e o restante assistem para passar o tempo ou por algo específico.

Porém, mesmo sendo o meio mais utilizado, há muita concomitância entre os telespectadores que geralmente estão fazendo uma segunda atividade além de assistir à TV, geralmente comendo algo, utilizando a internet ou até mesmo fazendo alguma atividade doméstica. Ou seja, não é o meio de comunicação que consegue mais prender o foco do usuário totalmente, mas ainda lidera a audiência dos meios de comunicação massivos. (BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2015).

Os veículos de massa têm um enorme impacto na vida dos brasileiros, influência de forma forte no dia a dia de cada um deles. Aspectos econômicos, políticos, criativos, culturais, educacionais, psicológicos e morais estão influenciando os diferentes públicos comum a todo o momento que ele está conectado a algum meio de comunicação. A Pesquisa Brasileira de Mídia (2015) possui uma base de estudos para ajudar a entender cada vez mais essa questão e nesse artigo contribui para melhor compreender os efeitos do seriado no meio de comunicação de massa e no público alvo assiste o seriado.

Assim as categorias de análises meio de comunicação de massa e o conceito de cultura têm relevância exponencial para esse estudo, pois analisa os efeitos que o seriado Os Simpsons causa nas mentes do telespectador. Então, os termos que denominam as categorias utilizadas nesse artigo devem ser definidos, “cultura” significa “o complexo de padrões de comportamento, das crenças, das instituições, das manifestações artísticas, intelectuais [...]”. Ampliando esse conceito, para Hall (2003, p. 43):

A cultura é uma produção. Tem sua matéria-prima, seus recursos, seu “trabalho produtivo”. Depende de um conhecimento da tradição enquanto “o mesmo em mutação” e de um conjunto efetivo de

genealogias. Mas o que esse “desvio através de seus passados” faz é nos capacitar, através da cultura, a nos produzir a nós mesmos de novo, como novos tipos de sujeitos. Portanto, não é uma questão de que as tradições fazem de nós, mas daquilo que nós fazemos das nossas tradições. Paradoxalmente, nossas identidades culturais, em qualquer forma acabada, estão à nossa frente. Estamos sempre em processo de formação cultural. A cultura não é uma questão de ontologia, de ser, mas de se tornar.

A conceituação de Hall acerca do processo do “ser” para o “tornar-se” é interessante, pois permite compreender que os estudos das identidades e das mudanças se relacionam ao antigo e ao novo. Para o referido autor, cultura é um conjunto de significados e significantes que por meio das tradições movimenta-se para uma nova forma de situar-se, assim reproduz num sentido mais amplo um processo de metamorfose em que novos caminhos, conceitos e compreensões e nos permitem o surgimento de novos sujeitos. É, nesse ponto, que os conceitos de Hall possibilitam analisar o corpus de análise dessa pesquisa, os efeitos do Os Simpsons no meio de massa e no público alvo assiste o seriado.

3 Abordagem Empírico-Experimental do seriado.

Os Simpsons trata-se de uma atração que busca através do humor fazer uma crítica sobre o retrato atual da sociedade. Os fatos que influenciam e ocorrem no momento. Ou até mesmo buscar fatores históricos que possam ser usados de maneira a tornar a atração mais chamativa, algumas vezes com uma opinião exagerada dos fatos, mas sempre de maneira a fazer com que o público (massa) se identifique e passe a reagir com pensamentos pré-moldados.

Persuadir os destinatários é um objetivo possível, se a forma e a organização da mensagem forem adequadas aos fatores pessoais que o destinatário ativa quando interpreta a própria mensagem. Por outras palavras, “as mensagens dos meios de comunicação contêm características particulares do estímulo que interagem de maneira diferente com os traços específicos da personalidade dos elementos que constituem o público”. (WOLF, 2009, p. 34)

A família abordada mostra-se aparentemente distante de nossa realidade visual, porém se assemelha a uma realidade comum que é imposta aos espectadores e este é o primeiro ponto. Mostrar o que todos conhecemos. Se não temos esses exemplos em casa temos na casa de um vizinho. Seja da menina inteligente (Lisa), que adora ler mas que é tida como estranha, ou da bebê que é bem quieta sendo

considerada tímida(Maggie) e da valorização do menino (Bart) que pode fazer coisas erradas por ser homem. Isto é claramente o retrato da grande massa, por isso consegue atingir este público sem muitas dificuldades.



Figura 2. Lisa Simpson. Fonte: Colagem produzida pelo autor.

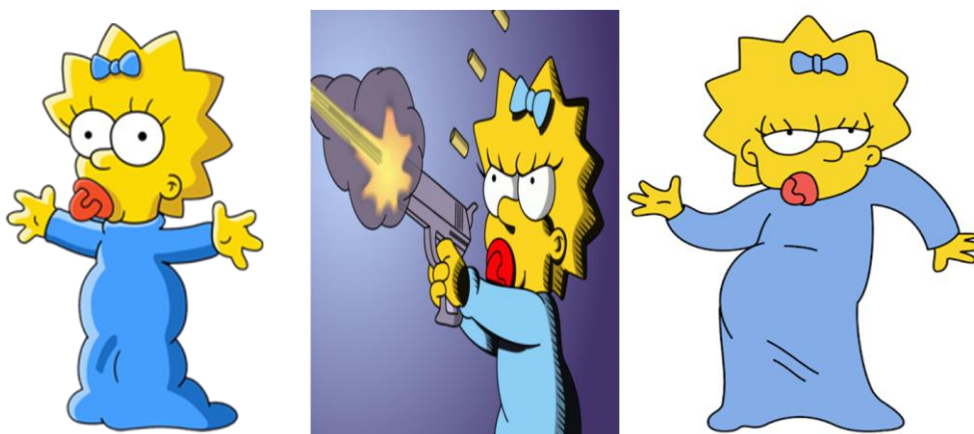


Figura 3. Maggie Simpson. Fonte: Colagem produzida pelo autor.

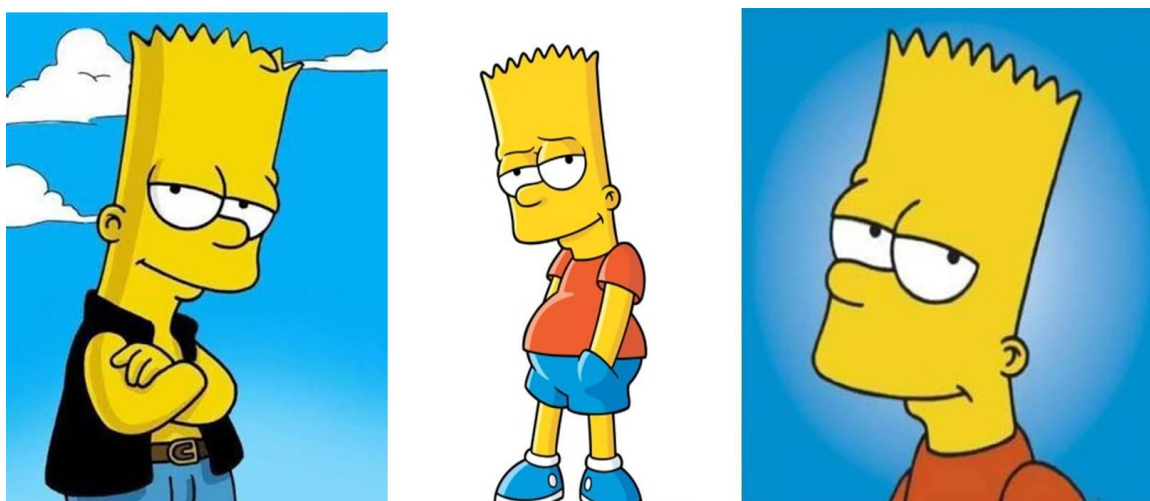


Figura 4. Bart Simpson. Fonte: Colagem produzida pelo autor.

Há fatores que geram a relatividade da audiência de determinado programa ou seriado. É por meio deste que se pode analisar em quais aspectos Os Simpsons encaixam-se enquanto um *mass media* com um poder surpreendente. A primeira delas é que existe o interesse da massa em obter informação, seja ela qual for e como for. A necessidade de tê-las rege a procura das mesmas.

A existência de uma parte do público que não possui qualquer conhecimento sobre os assuntos tratados numa campanha está relacionada com o interesse e a motivação em informar-se. Escassez de interesse e de motivação por certos temas, dificuldade de acesso à própria informação, apatia social ou outras causas podem, ainda, estar na origem de tais situações. [...] Quanto mais expostas as pessoas são a um determinado assunto, mais o seu interesse aumenta e, à medida que o interesse aumenta, mais as pessoas se sentem motivadas para saberem mais acerca dele. (WOLF, 2009, p. 37)

Grande parte do público que aventura-se a assistir o seriado, por vezes nota que se não possui um conhecimento prévio sobre determinado assunto, certas ironias e sátiras irão passar despercebidos, entretanto o seriado tornou-se um objeto de cunho universal, tendo como consequência a busca destas pessoas por mais informação para a partir dali saber interpretar de maneira mais clara cada episódio que assistia. Sabendo disso, é notória a expansão da teoria da persuasão sobre o seriado em geral. Quanto mais as pessoas são expostas a assistirem o seriado e há comentários variados entre amigos, mais ela correrá atrás para saber de fato o que se passa por trás das ironias feitas e do humor negro construído através das mazelas da própria sociedade.

Esta dita exposição varia seu percurso por outros meios, nos mostrando que há maneiras divergentes de se ver o seriado Os Simpsons. A chamada Exposição seletiva nos demonstra de maneira clara de que forma o seriado deverá ser exposto. Os Simpsons teriam a mesma repercussão se fossem exibidos no rádio, por exemplo? Para o idealizador Matt Groening a resposta definitivamente era não, pois para ele as maneiras de satirizar assuntos do cotidiano da sociedade deveria ser algo além de audível, visual. E que, acima de tudo, pudesse alcançar uma maior parte de pessoas e a imprensa visual foi de longe sua melhor e mais eficaz alternativa. Imitar trejeitos, formas de se expressar e maneiras de pensar, eram apenas uma das ideias propostas por Groening ao ter a ousadia brilhante de produzir Os Simpsons.

Portanto, mais uma vez, grande parte do efeito de qualquer programa é predeterminado pela estrutura da audiência. [...] Com efeito, em certos casos, a seletividade da exposição pode ser explicada não pela congruência existente entre atitudes subjetivas e conteúdo das comunicações, mas a partir de outras variáveis como o nível de

instrução, a profissão, o grau de consumo dos mass media, a utilidade da comunicação, etc. Cada uma dessas variáveis estabelece um certo grau de correlação com a exposição seletiva, em relação à qual, por conseguinte, as atitudes congruentes do indivíduo são apenas uma das causas da seletividade do consumo. (WOLF, 2009, p. 38).

Os desenhos animados da atualidade são divulgadores de significados que vão muito além da simples animação. Eles transmitem conteúdos bastante significativos, conseguindo retratar a realidade de forma lúdica. Fernandes (2005) afirma que “a recepção televisiva é um processo coletivo e ultrapassa o instante em que se está diante da TV”. Do mesmo modo que a realidade alimenta as notícias, novelas e programas de entretenimento, também nutre a temática dos desenhos animados e, conseqüentemente, influencia a pauta de discussões da sociedade, os fazendo pensar e agir de determinada forma.

Para Souza (2007), “o habitual escracho descompromissado, destinado apenas a momentos de lazer, pode ser o responsável por transmitir conteúdos bastante significativos”. O autor acredita que o desenho “dita as posturas que os indivíduos devem seguir para serem aceitos pelo seu grupo social” (SOUZA, 2007). Essa busca pela aceitação e pelo sucesso pessoal é algo inerente à coletividade e é isso que aproxima o comportamento dos desenhos animados à postura da própria sociedade real. Os discursos nos desenhos animados são extremamente ricos em significados influenciadores que ajudam a compreender a sociedade, como é o caso do seriado animado Os Simpsons.

Entretanto, não existe uma certeza formada sobre a forma como se deve persuadir uma massa e se ela vai surtir o efeito desejado, uma vez que existem públicos distintos, que irão avaliar aquela mensagem de maneiras diferentes. Porém, é possível observar que na série em questão são utilizados vários tipos diferentes de formas de persuadir. Uma delas é a maneira mais direta, quando se mostra que a garota que lê é inteligente, que a dona de casa é dedicada (Marge Simpson), que o pai (Homer Simpson) que vive bebendo tem hábitos não muito normais do ponto de vista da sobriedade. E bebês que tendem a ser super-dotados de alguma coisa.

Esses pontos são mostrados de maneira clara, para citar como exemplo. Mas também tem aquela forma de persuadir que vem implícito, que apenas uma parcela da massa vai conseguir entender. Como a diferença na hora de tratar os filhos, onde o menino tem mais vantagens do que a menina e tem a admiração do pai em ser o homem que segue o exemplo dele, fazendo coisas de macho, sendo mal educado por exemplo.

São informações implícitas, que apenas quem lê a crítica pelas entrelinhas consegue entender o que eles querem mostrar.

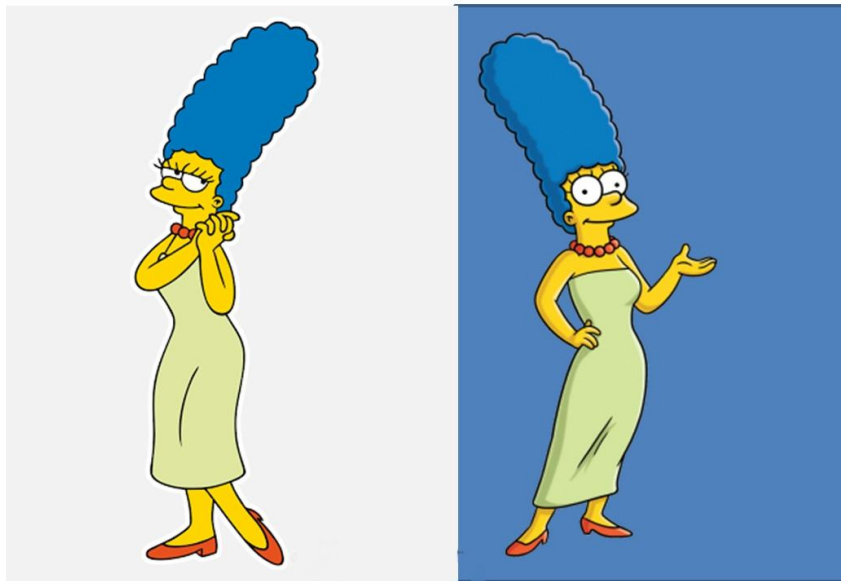


Figura 5. Marge Simpson. Fonte: Colagem produzida pelo autor.

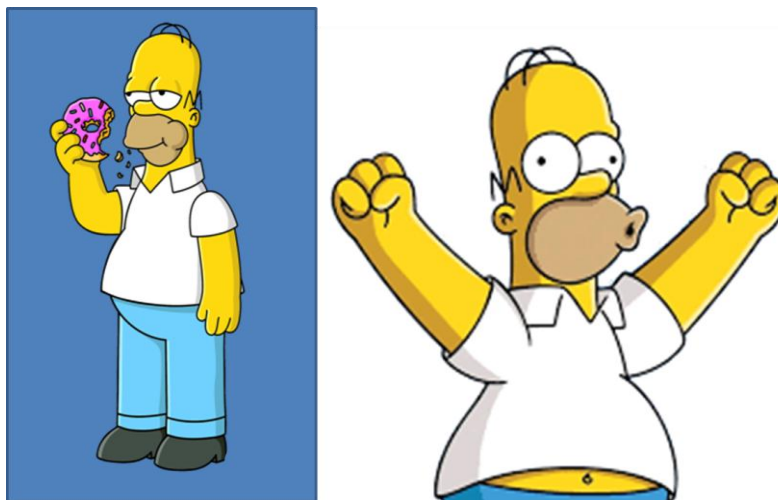


Figura 6. Homer Simpson. Fonte: Colagem produzida pelo autor.

4 Influências persuasivas

Os Simpsons é, sem dúvida, rico em influências persuasivas que retratam e criticam a própria sociedade contemporânea. Examinando temas polêmicos, o desenho é bastante comentado e acende diversas opiniões por onde é exibido. Segundo Keslowitz, Os Simpsons é “um dos programas mais influentes na história da cultura popular” (2007, p. 24), pois promove o debate e a reflexão dos espectadores e é justamente disto que a teoria da persuasão vêm tratar como uma forma massiva de comunicação social.

McMahon acrescenta que “a série não apenas transmite importantes verdades e incita a consideração de questões fundamentais, ela apresenta essas verdades a um grande número de pessoas, fazendo com que elas reflitam mais profundamente sobre tais questões” (2009, p 218). Muitas por terem pouco conhecimento sobre os assuntos abordados no seriado tendem a mais facilmente agregar em suas mentes as ideologias ditas no desenho.

Os Simpsons aborda temas humanos reais que todos podem reconhecer, e, por isso mesmo, acaba sendo em muitos aspectos menos “desenho” que muitos outros programas de televisão. Seus personagens animados são mais humanos, mais plausíveis que muitos seres humanos supostamente reais em muitas comédias de situação. Acima de tudo, a série criou uma comunidade humana acreditável (CANTOR, 2009, p. 155).

O desenho busca constantemente alcançar a verdade sobre os problemas do mundo. É por esse motivo que é considerado, por muitos, extremamente polêmico e ofensivo. Para Keslowitz, é “essencial falar abertamente sobre questões importantes, não só para descobrir como para curar os males da sociedade” (2007, p. 38). E é isso que Os Simpsons fazem, sem medo, por exemplo, de comentar ou atacar a política e as personalidades públicas.

O brilhantismo do programa se deve a sua habilidade de manter o tom divertido, enquanto explora algumas das questões políticas, sociais e filosóficas mais importantes e complexas da sociedade contemporânea. A popularidade de programas como Os Simpsons se deve a sua capacidade de nos forçar a pensar por nós mesmos e não aceitar cegamente tudo que ouvimos na TV ou nos jornais. A sociedade deseja a verdade, e onde a sociedade mais procura a verdade, tendem a se manifestar questões polêmicas e perturbadoras (KESLOWITZ, 2007, p. 19).

Contudo há uma heterogeneidade no que diz respeito à massa que assiste ao seriado e isto acontece com grande parte de outros seriados que visam o mesmo objetivo crítico social. É notório o poder de crítica que o seriado possui, porém apenas uma parcela não necessariamente intelectual ao extremo, irá compreender profundamente, então trata-se de um objeto de análise universal e ao mesmo tempo fechado. Tendo em vista isso, Wolf cita em seu livro um fator importante que diz respeito à audiência do produto/campanha/seriado em questão: a percepção seletiva. De longe uma das mais importantes a serem analisadas dentro do que Os Simpsons representam para a sociedade de um modo geral.

A interpretação transforma e adapta o significado da mensagem recebida, fixando-a as atitudes e aos valores do destinatário até

mudar, por vezes, radicalmente, o sentido da própria mensagem.
(WOLF, 2009, p. 39)

O seriado falha em certos elementos quando exibido fora de seu país de origem (Estados Unidos) que é o fato de expressar sua opinião sobre o mundo conforme o estilo de vida norte-americano, que é sua própria realidade. Esta situação é denominada, por Keslowitz como “excepcionalismo norte-americano” (2007, p. 147), no qual os EUA é considerada uma nação especial e unicamente apta para exercer influência sobre resto do mundo. Essa ideia de superioridade americana sobre o restante dos povos fica evidenciada em diversos episódios em que a família Simpson visita outros países. Porém, o desenho se exime parcialmente desse defeito quando não critica somente outras culturas, mas também – e principalmente – a sua. “As alusões em Os Simpsons são muito ‘americanas’ de um modo não lisonjeiro, mostrando-as como uma sociedade fast-food em que as massas não gostam de pensar muito” (IRWIN & LOMBARDO, 2009, p. 91).

Mas, apesar do desenho ser construído sob o cenário de vida norte-americano, espectadores dos diversos cantos do mundo são capazes de relacionar algum aspecto da sua realidade com algum aspecto da vida da família Simpson. E é isso que faz dos Simpsons a série de maior duração na televisão mundial, de maior audiência de todos os tempos e também a mais comentada e criticada, sendo considerada uma das mais influenciadoras e formuladora de ideias entre os desenhos atuais.

5 Considerações Finais

O presente artigo buscou através da análise do seriado avaliar quais os efeitos dos meio de massa e no público alvo que o assiste. Foi possível comprovar que o desenho, a partir de suas críticas, evidencia a maneira de pensar dos americanos, que por meio destes, influenciam o publico sobre determinado assunto ou cria uma ideia sobre algo que deve ser seguida de maneira voluntária ou não, sendo assim se tornando um produto cultural de massa.

A análise dos meios de comunicação de massa constitui um relevante recurso para o entendimento da vida política nas sociedades contemporâneas considerando seu poder de abrangência de audiência e de persuasão .O sucesso do seriado “Os Simpsons” no meio de comunicação de massa, televisão, não é por acaso. Pesquisas de audiência e consumo de mídia realizada com a população brasileira revelam que no Brasil a mídia

mais consumida pelos brasileiros ainda é a televisão.

Descobriu-se no seriado não existe uma certeza formada sobre a forma como se deve persuadir uma massa e se ela vai surtir o efeito desejado, uma vez que existem públicos distintos, que irão avaliar aquela mensagem de maneiras diferentes. Porém, é possível observar que nele são utilizados vários tipos diferentes de formas de persuadir. Uma delas é a maneira mais direta, quando se mostra que a garota que lê é inteligente, que a dona de casa é dedicada, que o pai que vive bebendo tem hábitos não muito normais do ponto de vista da sobriedade. E bebês que tendem a ser super-dotados de alguma coisa.

Esses pontos são mostrados de maneira clara, para citar como exemplo. Mas também tem aquela forma de persuadir que vem implícito, que apenas uma parcela da massa vai conseguir entender. Como a diferença na hora de tratar os filhos, onde o menino tem mais vantagens do que a menina e tem a admiração do pai em ser o homem que segue o exemplo dele, fazendo coisas de macho, sendo mal educado por exemplo. São informações implícitas, que apenas quem lê a crítica pelas entrelinhas consegue entender o que eles querem mostrar.

Durante a pesquisa foi descoberto que “Os Simpsons” trata-se de uma atração que busca através do humor fazer uma crítica sobre o retrato atual da sociedade. Os fatos que influenciam e ocorrem no momento. Ou até mesmo buscar fatores históricos que possam ser usados de maneira a tornar a atração mais chamativa, algumas vezes com uma opinião exagerada dos fatos, mas sempre de maneira a fazer com que o público (massa) se identifique e passe a reagir com pensamentos pré-moldados, encaixam-se enquanto um *mass media* com um poder surpreendente.

Por fim, espera-se que pesquisa como essa sirva de um embasamento teórico e de um incentivo para surgir mais pesquisadores que trabalham com mídia, de massa, cultura e política.

Referências

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2015.

IRWIN, W.; LOMBARDO, J. R. **Os Simpsons e alusão: o pior ensaio já escrito**. In: IRWIN, W.; CONARD, M. T.; SKOBLE A. J. (org). **Os Simpsons e a filosofia**. São

Paulo: Madras, 2004.

KESLOWITZ, S. **A sabedoria dos Simpsons**: o que nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e a busca do dunt perfeito. Rio de Janeiro: Prestígio Editorial, 2007.

FERNANDES, A. H. **As mediações na produção de sentidos das crianças sobre os desenhos animados**. Disponível em: <http://www.radio.faced.ufba.br/twiki/pub/GEC/TrabalhoAno2005/as_mediacoes_na_producao.pdf>. Acesso em: 01 de mar. 2014.

HALL, Stuart. **Da Diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

McMAHON, J. L. A função da ficção: o valor heurístico de Homer. In: IRWIN, W.; CONARD, M. T.; SKOBLE A. J. (org). **Os Simpsons e a filosofia**. São Paulo: Madras, 2004.

SOUZA, F. **Der Führer's Face**: o desenho animado como ferramenta ideológica. Disponível em: <<http://www.historiaimagem.com.br/edicao5setembro2007/08-derfuehrer-felipe.pdf>>. Acesso em: 01 de março de 2014.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 10.ed. Lisboa: Presença, 2009. 271p.