

## **Práticas de metodologias Ativas em sala de aula: um estudo sobre o reflexo da Indústria Cultural nas animações e cartoons <sup>1</sup>**

Julio BERTOLINI <sup>2</sup>

Matheus BRANDÃO <sup>3</sup>

Renata DALPIAZ <sup>4</sup>

Valentina BERGER <sup>5</sup>

Prof. Marcos ZAMBLOSKI <sup>6</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Paraná, PUC-PR

### **Resumo**

Esta pesquisa foi construída com o objetivo de estudar e relatar o impacto da animação no cotidiano da sociedade atual e sua influência ideológica e econômica, traçando conteúdos paralelos com a indústria cultural. O projeto foi dividido em três etapas, sendo as duas primeiras a parte teórica, onde houve pesquisas bibliográficas para confeccionar um breve resumo sobre a história da animação com enfoque nos estúdios Disney. A terceira e última parte foi prática, onde aplicamos toda a fundamentação teórica vista anteriormente em uma dinâmica usando um vídeo informativo e um jogo de tabuleiro no estilo de metodologias ativas. Após os estudos, notamos que a animação tem um grande impacto e é um recurso muito apelativo, devido a sua fácil distribuição e grande rentabilidade, criando diferentes vertentes.

**Palavras-chave:** Animação; Teoria da comunicação; Metodologias ativas; Indústria cultural.

### **Introdução**

O presente trabalho relaciona o mundo das animações e o tema da indústria cultural estudado em sala na disciplina de Teorias da Comunicação. A partir das pesquisas e discussão em sala de aula foi possível perceber a grande influência que as animações, cartoons e desenhos, tem no cotidiano das pessoas e do mercado da indústria cultural, tanto em uma visão ideológica quanto econômica.

É notável a relação da animação com a indústria cultural, uma vez que todo o conteúdo produzido como entretenimento e como forma de uma formação ideológica,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 2 – Publicidade e Propaganda do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

<sup>2</sup> Estudante do terceiro período de Publicidade e propaganda. E-mail - [julioeba09@gmail.com](mailto:julioeba09@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do terceiro período de Publicidade e propaganda. E-mail - [matheusperesbrandao@gmail.com](mailto:matheusperesbrandao@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do terceiro período de Publicidade e propaganda. E-mail - [renatadalpiaz99@gmail.com](mailto:renatadalpiaz99@gmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do terceiro período de Publicidade e propaganda. E-mail - [valentina.berger@hotmail.com](mailto:valentina.berger@hotmail.com)

<sup>6</sup> Professor orientador do projeto e da matéria de Teorias da Comunicação. E-mail - [marcosjosez@hotmail.com](mailto:marcosjosez@hotmail.com)

---

serve como base na produção de bens materiais e culturais, como brinquedos, roupas, propagandas e nos utensílios da vida cotidiana, além de abrir um leque no que se trata da geração de empregos, tanto na criação das próprias animações, quanto na venda e na produção dos bens materiais.

O trabalho se desenvolve a partir de quatro tópicos principais: “História da animação”, no qual trata-se sobre como o gênero em si começou, e como foi ganhando espaço inicialmente no mercado cinematográfico, a partir do desenvolvimento de técnicas que possibilitaram a criação de diversas animações que fazem parte das nossas vidas até hoje; “Walt Disney Studios como destaque na animação” – o qual destaca Walt Disney Studios em meio a tantas empresas no mercado da animação, e seu crescimento empresarial através dos passos inteligentes e inovadores que a empresa realizou para estabelecer seu lugar de destaque no mercado cinematográfico, além da produção de bens culturais através do seu conteúdo; “Animações no mercado” – trata da criação de novas empresas no meio da animação para competir com as produções da Walt Disney Studios, além do desenvolvimento de um mercado totalmente baseado no conteúdo das produções animadas de diversas empresas; Por fim o tópico “A ideologia das animações” – as quais se baseiam principalmente no conceito de Ideologia de Marx e Engels no que se trata da formação do pensamento e de uma visão de mundo através das animações, as quais são carregadas de valores ideológicos, que posteriormente virão a influenciar a mente do público tanto para seguir seus valores, mas também na influência sobre a compra de seus produtos. Justifica-se essa pesquisa em razão do forte impacto que a animação, desenhos e o cartoons têm na vida das pessoas, e a influência ideológica vendida por esta indústria, que está presente nos conteúdos e textos.

## **1. Desenvolvimento**

### **1.1 História da animação**

A animação tem seu ponto de partida no ano de 1908, com o lançamento do primeiro filme oficial: “Fantasmagorie”. O filme é um curta metragem francês animado por Émile Cohl com 90 segundos de duração. O curta metragem foi desenhado no papel,

---

posteriormente sendo passado para filme negativo sem nenhum tipo de som vinculado à animação.

Em 1920, é iniciada a veiculação do desenho “Gato Félix” criado pelo cartunista estadunidense Otto Messmer. Este desenho é a primeira marca da animação na indústria cultural, afinal o desenho logo virou sensação, vendendo diversos produtos relacionados ao gato.

Walt Disney começa a fazer história em 1928, criando a primeira animação sincronizada com efeitos sonoros, *Steamboat Willie*, estrelava o camundongo Mickey Mouse. O filme teve seus efeitos sonoros gravados em estúdio por diversos objetos e depois colocados junto ao filme. Logo em seguida, surgiram mais personagens como Pato Donald, João Bafo de Onça, Pateta e Pluto para contracenar com Mickey Mouse. Entre 1929 e 1939, a Disney produziu uma série de desenhos chamada *Sinfonias Tolas*, a primeira série animada colorida, onde o camundongo contracenava ao lado dos novos personagens.

Por volta de 1930, outros estúdios começaram a ver oportunidade no mercado da animação, surgindo assim estúdios como Warner Bros, e personagens como Betty Boop, Popeye e Daffy Duck.

Em 1932 Walt Disney inova novamente ao sair à frente da concorrência, ao criar *Flowers and Trees*, primeira animação de longa metragem colorida com a técnica de 3-Strip color.

Em 1937, é lançado *Branca de Neve e os Sete Anões*, primeiro longa-metragem da história da animação que contava com personagens e músicas marcantes. O filme foi um sucesso instantâneo, tendo arrecadado até hoje 1,6 bilhões de dólares, além de ter rendido a Walt Disney o Oscar na categoria de melhor filme. Vendo o sucesso do filme *Branca de Neve*, outros estúdios investiram pesado em animações e com o tempo começaram a surgir personagens icônicos como Pica Pau, Tom e Jerry e muitos outros.

A partir disso, diversas empresas começaram a explorar propagandas em forma de animação, para atingir mais facilmente o público infantil. Como exemplo, em meados dos anos 50 surgiram propagandas sobre cereais matinais e outros produtos como *Kool Aid*, para cativar as crianças. Vemos nestes exemplos o primeiro caso de uma vertente da animação sendo usada para um ganho econômico de uma empresa de terceiros.

---

Para fazer seu sucesso capitalizar ainda mais, a Disney criou um parque temático com o tema de suas animações. Em 1955 Disneyland foi inaugurado em Los Angeles na Califórnia, com transmissão ao vivo. A entrada do parque custava apenas 1 dólar.

O estúdio Hanna-Barbera, uma divisão da Warner Bros, foi criado em 1960. O estúdio focava em animações para TV e foi o primeiro a produzir uma série animada para TV com os Flintstones, e desde então foram umas das líderes de audiência com suas animações.

A Disney sai a frente mais uma vez e cria o primeiro longa metragem em animação 3D. Em 1995 é lançado o filme Toy Story, uma das principais animações dos estúdios Pixar, uma divisão da Disney, e seu sucesso é estendido até hoje com suas respectivas sequências.

Tendo em vista o sucesso massivo de animações, a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas criou uma categoria específica para premiação do Oscar em 2001, a categoria de melhor longa metragem de animação, sendo o primeiro ganhador desta o filme Shrek.

No século XXI o mercado da animação se tornou massivamente grande e criou muitas vertentes, como por exemplo, canais, filmes, séries animadas, gibis e livros, as quais se transformaram em produtos culturais, influenciando assim a ideologia da sociedade.

## **1.2 Walt Disney Studios como destaque na animação**

Em 1923, o animador Walt Disney criou um curta metragem intitulado Alice's Wonderland, no qual uma atriz mirim interage com personagens animados. Logo após sua empresa decretar falência, Disney se mudou para Hollywood para se juntar ao irmão, Roy Disney, criando assim a Disney Brothers Animation Studios, a qual se expandiu e mudou de nome no ano de 1926 para Walt Disney Studios.

Nos primeiros anos a empresa produziu uma série que se chamava Alice Comedies, sendo substituída depois por outra série intitulada Oswald, o Coelho Sortudo, a qual foi distribuída pela Winkler Pictures através da Universal Pictures, no entanto, a Disney não teve grande arrecadação com a série.

---

Para se recuperar, Walt Disney teve a ideia de um personagem que se chamava Mortimer, que mais tarde foi batizado de Mickey Mouse e estrelou diversos curtas produzidos pela Disney, inclusive o seu primeiro curta, Steamboat Willie. A partir disso a Disney começou a produzir a série Silly Symphonies, que estrelava o camundongo Mickey e outros personagens, em parceria com a Columbia Pictures.

Em 1932, a Disney assinou um contrato exclusivo com a Technicolor para produção de desenhos animados com cores, tendo como primeiro desenho a usar essa tecnologia, o curta metragem Flowers and Trees.

Em 1934, a Disney resolveu expandir ainda mais começando a produção do primeiro longa-metragem de animação, Branca de Neve e os Sete Anões, projeto que demorou três anos para ser concluído, tendo seu lançamento em 1937 com a maior bilheteria da época. Usando os lucros de Branca de Neve, Disney financiou a construção de um novo complexo para os estúdios na Califórnia, que foi concluído em 1939.

O estúdio continuou produzindo longas metragens de animação, como Pinóquio, Dumbo e Bambi. No entanto, na Segunda Guerra Mundial os Estados Unidos e o Canadá encomendaram diversos filmes de propaganda militar, onde até personagens da Disney participaram, como por exemplo o Pato Donald. Curtas essas nos quais iam ganhar um Oscar de melhor curta-metragem de animação mais tarde. Um dos curtas estrelava o primeiro personagem brasileiro da Disney, Zé Carioca protagoniza o filme intitulado Você já foi à Bahia?, para aproximar Estados Unidos e Brasil na guerra.

Com o final da Segunda Guerra, a Disney estava com equipe limitada e pouco capital de giro, e começou a produzir filmes live-action e documentários. Porém, no ano de 1950, a Disney lançou Cinderela, e provou que as animações ainda faziam sucesso, lançando assim, diversas animações como Alice no País das Maravilhas e Peter Pan.

Em 17 de julho de 1955, o parque temático Disneyland em Anaheim na Califórnia, foi inaugurado durante uma transmissão de televisão ao vivo. Depois de um início instável, a Disneyland continuou a crescer e atrair visitantes de todo o país e ao redor do mundo.

Mais tarde, Walt Disney começou a comprar secretamente novos sítios para um segundo parque temático da Disney. Em 1965, a Walt Disney World Resorts foi anunciada, com planos para parques temáticos, hotéis e uma cidade modelo em milhares

---

de hectares de terras adquiridos em Orlando, Flórida. Em 1 de outubro de 1971, o parque foi aberto ao público.

Com os anos se passando, Walt Disney continua produzindo vários filmes de longa metragem, como Os 101 Dálmatas, até que em 1967, foram lançados os dois últimos filmes com a supervisão de Walt, a animação Mogli e o musical The Happiest Millionaire.

No entanto, ao longo dos anos 70, os filmes não se saíram bem nas bilheterias como os anteriores, e a grande maioria foi mal recebida pela crítica. O estúdio de animação entrou em um período de recessão, lançando poucos longas nas décadas entre os anos de 1970 e 1980. Em 1979, o filho de Roy Disney renúncia à companhia por diferenças criativas e abandona a Disney junto com sua equipe criativa, agravando a crise. No entanto, o curta de 1983, O Natal do Mickey Mouse, foi recebido de braços abertos pela crítica e nisso, a empresa vê uma esperança de se reerguer.

Em 1982, o EPCOT é aberto no Walt Disney World na Flórida, seguido, em 1983, pela abertura da Tokyo Disneyland no Japão. Além do início da transmissão do Disney Channel na TV a cabo americana em 1983.

Em 1980, o genro de Walt, Ron W. Miller, se torna presidente da Walt Disney Productions, vindo a ser tornar CEO em 1983. Sob sua liderança, a Disney se tornou alvo de assaltantes corporativos e tentativas de aquisição. Porém, apesar do sucesso do Disney Channel e suas novas criações de parques temáticos, a Walt Disney Productions estava financeiramente vulnerável. Então, em meados de 1984, Miller é tirado da presidência e em seu lugar, Michael Eisner assume como presidente e Frank Wells como CEO.

Em 1987, a Disney e o governo francês assinaram um acordo para criar a Disney na Europa, começando desta maneira o projeto Disney Euro, mais tarde renomeado Disneyland Paris.

As animações da Disney entraram na fase conhecida como Renascimento da Disney em 1989, pois neste período a empresa voltou a produzir animações de sucesso de público e crítica, como A Pequena Sereia, A Bela e a Fera e Rei Leão. No entanto, o Renascimento da Disney se encerrou em 1999 com o lançamento de Tarzan e na década de 2000, o setor de animação da Disney voltou a entrar em crise por conta da concorrência com novos estúdios, como a DreamWorks Animation.

---

A Disney adquiriu muitas empresas de mídia durante a década de 90, incluindo a ABC, ESPN e A&E. Além disso, a Disney começou a se mover para o campo da internet com a compra da Starwave e da Infoseek, lançando o portal Go Network. A companhia também lançou sua linha de cruzeiro, a Disney Magic.

Em 2005, foi aberto o Hong Kong Disneyland e no ano seguinte, a Disney adquiriu Oswald, o Coelho Sortudo, que automaticamente rendeu muito dinheiro a empresa. Ciente de que a relação da Disney com a Pixar estava se esgotando, Robert Iger, novo presidente da empresa, iniciou negociações com a liderança da Pixar Animation Studios sobre uma possível fusão. Assim, no início de 2006 foi anunciado que a Disney iria comprar a Pixar em uma transação de ações. Além disso, a empresa adquiriu propriedade plena sobre a Marvel Entertainment, ampliando ainda mais seu espaço no mundo da animação.

A Disney anunciou a construção do Shanghai Disney Resort em 2011, que teve abertura em 16 de junho de 2016. Em 2012, a empresa concluiu a aquisição da UTV Software Communications, ampliando seu mercado na Índia e na Ásia.

Em dezembro de 2012, um acordo de compra da Lucasfilm foi concluído, tornando a produtora de filmes como Star Wars e Indiana Jones subsidiária integral da Disney. Em maio de 2013, a Disney definiu as datas de lançamento para oito filmes de animação até 2018, incluindo, quatro da Disney Animation e quatro da Pixar Animation.

Atualmente a empresa conta com 11 parques temáticos ao redor do mundo, 16 empresas e subsidiárias e 87 oscars ao longo dos anos em filmes produzidos. Muito do sucesso da empresa se dá graças a popularização de animações e suas vertentes.

Ao todo, dos cinco filmes de maior bilheteria nos EUA em 2016, a empresa tem quatro, atingindo assim a maior bilheteria global de sua carreira, com uma arrecadação de US\$ 5.851 bilhões. Esses resultados apenas mostram o quão grande a empresa Disney se tornou e como ela domina o mercado da animação no mundo todo.

### **1.3 Animações no mercado**

Como visto anteriormente, a animação é um produto que move bilhões, afinal diversos produtos da indústria cultural são baseados em animações. Isso é bem visível na história e crescimento da Walt Disney Company, que começou com pequenos curtas-

---

metragens e foi evoluindo ao longo dos anos, sempre de maneira inovadora. No entanto, conforme a empresa foi crescendo e atingindo diversos públicos ao redor do mundo, a empresa viu a possibilidade de capitalizar seu sucesso ainda mais, criando produtos através da cultura criada pelo próprio estúdio, como brinquedos, alimentos, roupas e até mesmo parques de diversão baseados em suas animações, se encaixando no conceito de indústria cultural que, segundo Adorno e Horkheimer no livro “Teorias da comunicação”, é o composto de associações sociais e valores vinculados à produção e distribuição de bens materiais e simbólicos.

No entanto, a Disney não foi a única empresa que passou por esse processo. Outras empresas, como DreamWorks Animation, Twentieth Century Fox Animation, Blue Sky Studios, Illumination Entertainment, Universal Studios, Nickelodeon, Warner Bros, MGM Studios e Paramount Pictures também transformaram suas principais animações em produtos.

O início disso é muito visível nos anos 50, quando começaram a surgir os primeiros estúdios de animação e propagandas voltadas ao público infantil, principalmente as de cereais matinais, as quais sempre mostravam os principais personagens dos desenhos da época.

Logo após, começaram a surgir outros produtos, como relógios, roupas, brinquedos, bichos de pelúcias, livros e até mesmo gibis inspirados em certos desenhos. Mais tarde, a Disney foi pioneira na criação de um parque de diversão temático, onde adultos e crianças eram o público alvo e podiam se divertir. O parque, que no início era formado por poucos brinquedos, expandiu-se, criando ao seu redor resorts, restaurantes, shoppings e grandes lojas. Baseando-se nesse caso de sucesso, outros estúdios também construíram parques com temas de diversas produções, e não somente produções de suas companhias.

Porém, mesmo com outros estúdios crescendo, a Disney continua sendo uma das maiores empresas existentes na atualidade. A prova disso são os últimos dados das pesquisas do Top Thirty Global Media Owners, revelados em junho de 2016, onde observa-se a Disney na posição de segundo lugar em faturamento entre os maiores conglomerados de mídia do mundo, tendo um faturamento de US\$ 22,5 bilhões, perdendo apenas para o Google, que faturou US\$ 59,6 bilhões.

---

No entanto, a Disney só alcança estes números pois vem comprando diversas empresas ao longo dos anos, como Marvel, ABC, Lucasfilm, Pixar Animation Studios entre outras, obtendo assim um conglomerado gigante de empresas de mídia e dominando não somente a parte de criação de animações e de conteúdo, mas também na dominação de toda uma indústria cultural no que se diz em relação à distribuição de bens materiais e simbólicos.

#### **1.4 A ideologia das animações**

Da mesma forma que os meios de comunicação provocam uma alteração sem precedentes no cenário cultural, a indústria televisiva voltada para o público infantil tem grande responsabilidade na formação ideológica das crianças.

Com a constante evolução dos meios de comunicação, e por consequência, com a maior exposição ao mesmo, as animações passaram a ser uma atividade de lazer para as crianças. Desenhos com linguagem lúdica (cores, movimento, musicalidade, temática e temporalidade) e fácil de ser compreendida, acabam sendo não só fonte de distração e entretenimento, mas também uma grande influência educacional, onde o desenvolvimento e as ideologias do público infantil são fortemente afetadas.

A personalidade de um ser-humano é construída ao longo da vida, porém, é na infância que se moldam suas características mais peculiares. As animações possibilitam novas maneiras de criar e de ver o mundo, oferecendo ao público infantil ferramentas que favorecem o entendimento de certos assuntos que no espaço “real”, a criança teria dificuldade de compreender, como situações de morte, nascimento, família e relacionamentos.

Para Marx e Engels, a noção de ideologia em si é vista como um conjunto de valores, práticas e aspirações responsáveis por criar a moldura a partir da qual o indivíduo entende o mundo ao seu redor. Ao se identificar de certa forma com algum personagem de seus desenhos favoritos, as crianças, além de se sentirem pertencidas e representadas, procuram agir de maneira parecida com seu personagem favorito. Assim, em alguns casos, o público alvo é atingido como o esperado pelas empresas, fazendo com que roupas que tenham personagens, brinquedos e fantasias sejam de suma importância para os jovens.

---

Dessa forma, a grande influência das animações molda, nas crianças, parte de sua noção de moral, senso crítico, e a diferença entre certo e errado e bem e mal. Se encontram temas representativos para a formação da identidade, tais como: subjetividade, objetividade, ideologia, imagem e indústria cultural.

Podemos analisar o tema da ideologia proposto por Marx e Engels dentro das animações. Como visto anteriormente, o estúdio Disney é dominante sobre o mercado de animação e assim, utilizam da inserção de ideologias em seus filmes para criar um consenso sobre suas ideias, seus valores, projetos e expectativas do seu interesse, tanto para bens ideológicos quanto financeiros (relacionados com a venda de seus produtos). Em relação a seus filmes, podemos perceber uma grande carga de temas ideológicos a serem impostos para o público, sendo responsável pela inserção desses pensamentos na vida cotidiana das crianças.

Analisando mais a fundo suas produções, é possível concluir que diferentemente dos filmes antigos no gênero de animação, hoje conseguimos ver a inserção de assuntos recorrentes da sociedade atual dentro do roteiro das animações. Deixando de lado o tradicionalismo, filmes como Valente (2012), Frozen (2013) e Moana (2016) retratam as princesas de uma forma muito mais independente do que princesas clássicas como Branca de Neve e Cinderela. A nova geração de princesas é despreendida da busca do sonhado príncipe e a história de amor é colocada em segundo plano para que o foco principal da história é a busca pela sua auto aceitação e pelos seus objetivos. Isso se relaciona muito com os movimentos feministas da nossa sociedade, que lutam pela representatividade feminina e pela independência para alcançar seus sonhos.

Ainda em relação às princesas, a Disney em 2009 quebrou o padrão de princesas brancas e do racismo criando Tiana, a primeira princesa negra da Disney desde o início da empresa. Originada em A princesa e o sapo (2009), Tiana foi de extrema importância para que as crianças negras possam se relacionar com uma heroína com características semelhantes, principalmente em relação à cor da pele e ainda para que as outras crianças erradicam certos preconceitos e estereótipos relacionados ao racismo.

Voltando um pouco no tempo, o filme Wall-e (2008) trata de um assunto muito importante relacionado ao reflexo da tecnologia na sociedade atual. O individualismo e a obesidade são temas abordados pelo filme de uma maneira mais drástica acompanhada

---

da poluição do mundo após a intervenção das máquinas e da tecnologia na vida cotidiana das pessoas.

Outro tema recorrente abordado pela Pixar foi em relação à depressão e a bipolaridade da sociedade atual. De uma maneira mais indireta e complexa, o filme “Divertida Mente” de 2015 nos ensina o valor da tristeza na vida de uma pessoa, no caso de uma criança, e a efemeridade das emoções na nossa mente. Ele trata a tristeza como uma emoção “boa”, tornando-a necessária para que exista o equilíbrio das emoções, abordando o tema da depressão em si de uma forma mais sutil, não em seu estado máximo, mas trazendo uma possível resposta para a razão do seu desenvolvimento.

Com isso, é possível perceber a enorme carga ideológica presente nas animações que fazem parte da vida de crianças, além de ressaltar que toda essa influência na formação ideológica do público está diretamente ligada com elementos, os quais são possíveis produtores de mercadorias como brinquedos, músicas, alimentos e utensílios, movimentando cada vez mais o capitalismo e se encaixando na indústria cultural.

## **Metodologia**

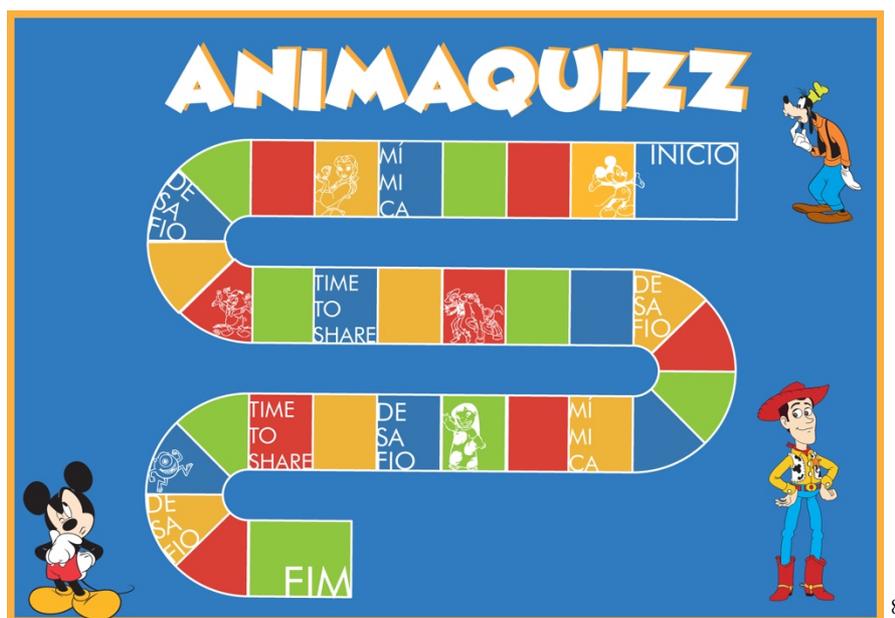
Este artigo relata três momentos importantes no desenvolvimento da pesquisa. A pesquisa bibliográfica teórica - Com base na pesquisa de autores da teoria crítica e da indústria cultural com suas obras mais influentes e seus relatos históricos. O segundo momento foi composto por uma pesquisa bibliográfica cultural - Contando com o estudo bibliográfico, histórico e documental da animação com leitura de artigos, análise de conteúdos audiovisuais, leitura de relatos de roteiristas e equipe de criação das animações. Por último, apresentação e aprendizagem em sala - Onde elaboramos uma apresentação para o seminário da disciplina de teorias da comunicação com metodologias ativas, no estilo de sala de aula invertida e TBL.

Depois de ter o embasamento necessário das aulas de teorias da comunicação e os estudos em questão realizamos a atividade para colocarmos a parte metodológica em campo. Para executar a atividade foi produzido um vídeo<sup>7</sup> contando a história da animação através do tempo para dar uma base histórica para os participantes e para dar

---

<sup>7</sup> Vídeo produzido pela equipe. Disponível em: <https://youtu.be/AVyO9LQpins>

uma percepção de grandiosidade do tema. Logo em seguida, os conhecimentos sobre animações dos participantes foram colocadas em prática com um jogo elaborado em forma de um quizz de tabuleiro, com uma mecânica similar ao jogo “Quest”. Onde os jogadores de cada equipe começavam respondendo uma pergunta (relacionadas a indústria da animação e suas vertentes) referente a casa correspondente a do pião, e caso a equipe acertasse, poderia jogar o dado e andar as casas correspondentes, caso errasse, teria que permanecer no lugar e esperar a próxima rodada. Ao final de cada pergunta era apresentada uma justificativa pela pergunta estar presente no jogo. Por exemplo: ao responder a pergunta “quantos parques da Disney existem no mundo?”, dávamos um pequeno contexto de expansão da empresa para inseri-los no tema. A metodologia usada foi o TBL (Team-based learning), no qual consiste em aprendizado em equipes. Uma vez que usamos as equipes já feitas pelo professor responsável para organizar em times, fizemos perguntas que buscavam trazer o repertório dos integrantes ao debate sobre a pergunta dentro dos times. Assim poderiam compartilhar conhecimentos entre eles para dar uma resposta final. Logo após a resposta, sendo ela certa ou errada, era aplicada a justificativa que fazia o link entre o jogo e sua base teórica. Desta forma, todos compartilhavam seus conhecimentos sobre o determinado assunto e depois de revelar a justificativa, o conceito aplicado ficaria mais nítido a todos, uma vez que todos teriam uma noção básica do assunto já discutido nos grupos.



<sup>8</sup> Imagem 1: Tabuleiro produzido pela equipe para realizar a atividade.

**P - Qual país o filme Moana usa a cultura como base?**

- a) Havaí
- b) Austrália
- c) Estados Unidos
- d) Nova Zelândia

*Justificativa – Personagens como Maui estão presentes na cultura mítica da Nova Zelândia. A Disney usa de um fenômeno chamado de apropriação cultural onde a empresa usa a cultura como um produto de venda.*

**P - Qual o nome da primeira princesa negra retratada na animação**

- a) Tonya
- b) Jasmine
- c) Tiana
- d) Moana

*Justificativa – Princesa Tiana estrelou em A princesa e o sapo e foi crucial para que as pessoas negras se relacionassem com a personagem e criassem uma*

**P - Qual o personagem brasileiro criado pelo Walt Disney?**

R: Zé Carioca

*Justificativa – O personagem Ze carioca foi criado com a função de aproximar o Brasil dos Estados Unidos no período da segunda guerra mundial. O filme The Three Caballeros também contava com Panchito para uma possível aproximação do México*

9



10

<sup>9</sup> Imagem 2: protótipos dos cards de perguntas referente ao jogo de tabuleiro.

<sup>10</sup> Imagem 3: Foto da funcionalidade do experimento prático com o jogo em sala.

---

## Conclusão

Após a realização deste trabalho, com a junção das aulas teóricas de teoria da comunicação e da pesquisa sobre animações, concluímos que no mundo atual, é quase impossível algo não estar incluído na indústria cultural, e a animação não é diferente.

É possível perceber que assuntos e pensamentos são incluídos no nosso repertório de forma indireta, principalmente as animações, onde existe contato direto com o público infantil. Empresas são capazes de construir visões de mundo baseadas nos valores que desejarem, ou de determinado momento em que o mundo vive de uma forma que nem sempre imaginamos.

O reflexo dessa inserção de pensamentos é visível nas grandes produções de animações, principalmente as quais viralizam no mundo todo, através dos personagens carismáticos e das músicas repetitivas. Um exemplo muito claro dessa cultura inserida no nosso dia a dia é o filme Frozen, longa metragem que viralizou no mundo inteiro, de forma nunca antes vista. As crianças se identificaram muito com as princesas protagonistas e a partir desse ponto, passaram a se vestir como tal e imitar os trejeitos das mesmas, principalmente através da canção icônica “Let it Go”, traduzida para mais de vinte e cinco idiomas.

Assim, podemos ver a massificação e a proporção que as animações têm em todo o mundo, uma vez que não é um conteúdo somente popular entre as crianças, mas também entre jovens e adultos. Esta relação se torna mais intensa cada vez que existe uma apropriação cultural e ideológica por parte dos temas dos filmes, os quais fazem com que seu público se identifique cada vez mais com os personagens e se tornem consumidores do seu conteúdo e de seus produtos culturais, reforçando assim as bases para a continuidade da indústria cultural e da formação ideológica através dos filmes e das séries animadas.

## Referências bibliográficas

11 coisas que você não sabia sobre o WALT DISNEY. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=ecy6jOEx2Ko&t=272s>>. Acesso em: 30 out 2017.

A Brief History of Animation. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=mbpLpxi9rJY>> . Acesso em: 30 out 2017.

AN ADVENTURE in Color/Mathmagicland. Direção: Hamilton Luske. Produção: NBC. 1961.

GOMES DE MATTOS, Antônio Carlos. **A Época Clássica do Desenho Americano** .

Disponível em: <<http://www.historiasdecinema.com/2010/09/a-epoca-classica-do-desenho-animado-americano-8/>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

HISTÓRIA da Animação. Disponível em:<<http://www.portalsaofrancisco.com.br/arte/historia-da-animacao>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

HISTORY of Animation. Disponível em:

<[http://www.softschools.com/timelines/history\\_of\\_animation\\_timeline/251/](http://www.softschools.com/timelines/history_of_animation_timeline/251/)>. Acesso em: 29 out. 2017.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

NOVAES, João. **Hoje na História: 1908? Primeira animação da história, Fantasmagorie estreia no cinema**. Disponível em:

<<http://operamundi.uol.com.br/conteudo/historia/30647/hoje+na+historia+1908++primeira+animacao+da+historia+fantasmagorie+estreia+no+cinema.shtml>>. Acesso em: 29 out. 2017.

NOVAIS, Ana. **História da Disneyland? Como tudo começou!**. Disponível em:

<<http://www.disneyguia.com.br/site/historia-da-disney/>>. Acesso em: 02 nov. 2017.

REIS, Carolina Moraes dos. **A INFLUÊNCIA DOS DESENHOS ANIMADOS NO COMPORTAMENTO INFANTIL** . Disponível em:

<<http://www.ceap.br/material/MAT07102013161635.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

SANDOVAL, Pablo Ximénez de. **A fórmula da Disney para conquistar o mundo** .

Disponível em:

<[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/22/economia/1500704860\\_957005.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/22/economia/1500704860_957005.html)>. Acesso em: 03 nov. 2017.

SILVA, Mayara Darília Santos; AGUILERA, Fernanda. **A INFLUÊNCIA DOS DESENHOS ANIMADOS NO COMPORTAMENTO DE CRIANÇAS AO BRINCAR** . Disponível em:

<<http://periodicos.ufpb.br/index.php/rle/article/viewFile/21348/pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

THE WALT Disney Company. Disponível em:

<[https://pt.wikipedia.org/wiki/The\\_Walt\\_Disney\\_Company](https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Walt_Disney_Company)>. Acesso em: 02 nov. 2017.