

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

HELOISA COITINHO DAL MOLIN

**OS PERSONAGENS COADJUVANTES DOS FILMES DE ANIMAÇÃO DA THE WALT  
DISNEY E AS SUAS RELAÇÕES COM AS CRIANÇAS**

Porto Alegre  
2020

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica  
do Rio Grande do Sul

**HELOISA COITINHO DAL MOLIN**

**OS PERSONAGENS COADJUVANTES DOS FILMES DE ANIMAÇÃO DA *THE WALT DISNEY* E AS SUAS RELAÇÕES COM AS CRIANÇAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Juliana Tonin**

**Porto Alegre**

**2020**

**HELOISA COITINHO DAL MOLIN**

**OS PERSONAGENS COADJUVANTES DOS FILMES DE ANIMAÇÃO DA THE  
WALT DISNEY E AS SUAS RELAÇÕES COM AS CRIANÇAS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para a  
obtenção do grau de Bacharel em  
Publicidade e Propaganda pela Escola de  
Comunicação, Artes e Design – Famecos da  
Pontifícia Universidade Católica do Rio  
Grande do Sul.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

**Prof.**

\_\_\_\_\_

**Prof.**

\_\_\_\_\_

**Prof.**

\_\_\_\_\_

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço principalmente aos meus pais Denise, Aquiles por todo o suporte e amor de sempre, sem contar todos esses momentos juntos durante a pandemia. Ao meu querido irmão que me ajudou nas partes mais críticas para mim, como o ABNT. Aos meus maiores amores Acerola e Nhoque, por me acalmarem à noite nos momentos mais ansiogênicos, além de me acordarem todos os dias bem cedo para eu escrever e me dedicar ao TCC. Ao Arthur Hübner por toda calma, amizade, risadas e parceria durante os últimos anos de faculdade.

Agradeço muito à minha orientadora e professora Juliana Tonin por todo suporte, carinho e compreensão nos piores e melhores momentos. Segurou a minha mão e me guiou com toda paciência durante todo esse percurso tão complicado para mim.

Para finalizar, agradeço à Letícia Kley pelos seus 20 anos ao meu lado, formando em grande parte a pessoa que sou hoje. Obrigada por todos esses anos de amizade ao seu lado, te tornando uma das melhores pessoas que eu já conheci em toda a minha ainda pequena vida. Desculpa não poder estar nos seus últimos dias e momentos mais aflitos, assim como você sempre esteve para mim. Te dedico todo o meu amor e a parte final deste TCC, que foram escritos ao meio de muitas lágrimas e lembranças. Te amo para sempre, Pepi.

## **RESUMO**

Este trabalho foi feito com o intuito de entender como os personagens coadjuvantes de desenho animado do estúdio The Walt Disney criam relação com as crianças. Foram abordadas questões como cinema como tecnologia do imaginário, teoria do personagem e como a The Walt Disney se utiliza dessa teoria, além de questões da infância. As metodologias utilizadas foram Pesquisa Bibliográfica e Pesquisa Quantitativa, com uma pesquisa online com respondentes de até 11 anos.

Como resultado principal foi percebido que as crianças optam por personagens com características de amizade e felicidade, construindo uma relação com estes. Os gostos pelos personagens se modificam conforme a idade, o sexo e o momento da infância que estão inseridos. De toda forma, mantém o personagem Olaf como o mais popular entre essas crianças de uma maneira geral.

**Palavras-chave:** Personagens Coadjuvantes. Crianças. The Walt Disney.

## **ABSTRACT**

This work was done to understand how the cartoon supporting characters of The Walt Disney studio create relationship with the children. Issues such as cinema such as imaginary technology, character theory and how The Walt Disney studios uses this theory this theory, as well as questions of childhood. The methodologies used were Bibliographic Research and Quantitative Research, with an online survey with respondents up to 11 years old.

As a main result it was perceived that children prefers characters with characteristics of friendship and happiness, building a relationship with them. The likes of the characters change according to age and gender, but with a discrepant number Olaf keeps as the most popular among these children in general

**Keywords:** Supporting Characters. Children. The Walt Disney.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mickey Mouse em "Mickey, o navegador" (1928) .....	24
Figura 2 - Representação percentual das idades dos respondentes .....	37
Figura 3 - Personagem Kronk de A Nova Onda do Imperador .....	38
Figura 4 - Personagem Agente Pleakley de Lilo & Stitch .....	39
Figura 5 - Personagem Dory de Procurando o Nemo .....	39
Figura 6 - Personagem Baloo de Mogli - O Menino Lobo 2 .....	40
Figura 7 - Personagem Edna de Os Incríveis.....	41
Figura 8 - Personagem Mate de Carros .....	41
Figura 9 - Personagem BURN-E de WALL-E.....	42
Figura 10 - Personagem Dug de Up - Altas Aventuras .....	42
Figura 11 - Personagem Pascal de Enrolados .....	43
Figura 12 - Personagem Rex de Toy Story 3 .....	43
Figura 13 - Personagem Olaf de Frozen: Uma Aventura Congelante .....	44
Figura 14 - Personagem Garfinho de Toy Story 4.....	44
Figura 15 - Gráfico compilado das características de todos os personagens .....	45
Figura 16 – Gráfico dos personagens escolhidos apenas pelos respondentes do sexo masculino .....	46
Figura 17 - Gráfico dos personagens escolhidos apenas pelos respondentes do sexo feminino.....	47
Figura 18 - Gráfico dos personagens escolhidos apenas pelos respondentes com idade entre 6 e 7 anos.....	48
Figura 19 – Gráfico de idade dos respondentes do personagem Dug .....	48
Figura 20 - Gráfico dos personagens escolhidos apenas pelos respondentes com idade entre 10 e 11 anos.....	49
Figura 21 - Gráfico dos personagens escolhidos pela totalidade dos respondentes.....	49
Figura 22 - Gráfico das características de todos os personagens para crianças de 10 e 11 anos.....	50
Figura 23 - Gráfico das características de todos os personagens para crianças de 3 anos ou menos.....	51
Figura 24 - Gráfico das características de todos os personagens para crianças de 6 e 7 anos .....	51
Figura 25 - Gráfico das características do personagem Olaf .....	52

Figura 26 - Gráfico das características do personagem Baloo.....	52
Figura 27 - Gráfico das características da personagem Edna .....	53
Figura 28 - Gráfico das características do personagem BURN-E .....	53



## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	CINEMA COMO TECNOLOGIA DO IMAGINÁRIO.....	13
3	THE WALT DISNEY E TEORIA DO PERSONAGEM.....	20
4	INFÂNCIAS.....	26
5	ANÁLISE DOS PERSONAGENS COADJUVANTES .....	31
5.1	RESULTADOS.....	37
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56

## 1 INTRODUÇÃO

Com a invenção do cinema, a cultura industrial conseguiu alcançar um ápice em relação a distribuição de uma mesma cultura para grande parte da população mundial em um mesmo momento, podendo atingir em massa. Sendo a primeira pessoa a desenvolver uma longa-metragem, Walt Disney começa seu estúdio de grande sucesso e referência: The Walt Disney. Dessa forma, começam a criações de inúmeros personagens e histórias que marcam a vida das pessoas, como o Mickey Mouse, atingindo de uma forma mais profunda e imersa em crianças, as quais ainda estão em processo de construção de uma identidade e personalidade.

A partir dessas questões e da quantidade de tempo que as crianças passam em frente à televisão é importante entender de qual maneira esse meio atinge o público infantil, tendo em vista que os estúdios normalmente tem como público-alvo crianças e adolescentes, se tornando extremamente relevante em contraste há alguns anos em que o período da infância não existia e tampouco o conceito de ser criança.

A partir disso, com os conteúdos criados pelo maior produtor de filmes de animação, The Walt Disney, foi escolhido ser estudado personagens coadjuvantes dos filmes criados desde os anos 2000, ou seja, terá como delimitação personagens coadjuvantes dos filmes de desenho animado da The Walt Disney em relação com a infância ao longo dos anos 2000 a novembro de 2020. Personagens coadjuvantes são os personagens que têm como trajetória acompanhar e ajudar o personagem principal da história a conseguir alcançar seu objetivo. Também é estudada a teoria do personagem para posteriormente conseguir analisar tais personagens, juntamente às respostas das crianças no questionário.

Selecionados os personagens Kronk de A Nova Onda do Imperador (2000); Agente Pleakley de Lilo & Stitch (2002); Dory de Procurando Nemo (2003); Edna de Os Incríveis (2004); Mate de Carros (2006); BURN-E de WALL-E (2008); Dug de Up - Altas Aventuras (2009); Pascal de Enrolados (2010); Rex de Toy Story 3 (2010); Olaf de Frozen: Uma Aventura Congelante (2013) e Garfinho de Toy Story 4 (2019) a partir de seus sucessos e conteúdos produzidos posteriormente, como curtas, séries ou filmes, essa pesquisa contará com duas metodologias: Pesquisa Bibliográfica para entender todos os conceitos a serem trabalhados e Pesquisa Quantitativa online, pela plataforma Survio. A Pesquisa Bibliográfica se concretiza por meio da leitura de materiais afins ao conteúdo, com o objetivo de embasar o trabalho com teorias. Já

para Pesquisa Quantitativa, o número de respondentes e visões diferentes sobre um mesmo assunto é o principal, podendo formar conclusões a partir de um senso comum entre os indivíduos que participaram da pesquisa. A junção de ambos métodos foi importante para conseguir se chegar ao resultado obtido.

Para compreender e responder o problema de pesquisa de qual a relação que os personagens coadjuvantes de animação da The Walt Disney possuem com as crianças, se tem como objetivos: entender como a The Walt Disney se utiliza do cinema como tecnologia do imaginário; compreender as questões da infância e como essas questões podem influenciar as crianças a se projetarem e se identificarem com os filmes infantis e com certos personagens; analisar as características dos personagens coadjuvantes favoritos e as suas representações; e, por fim, identificar se o perfil dos personagens coadjuvantes que geram sucesso possuem traços em comum.

Essa pesquisa se estrutura em 6 capítulos, sendo o primeiro e sexto introdução e considerações finais respectivamente. No Capítulo 2 será abordado o conceito de cinema como tecnologia do imaginário, além da linha de tempo até a criação do cinema, apresentando a importante cultura industrial. Seguindo, no Capítulo 3, a história de Walt Disney com a criação de seu estúdio cinematográfico mundialmente conhecido e reconhecido como um dos mais influentes e o conceito da teoria do personagem, o qual compreende inclusive com a criação de alguns personagens pelo próprio Walt Disney.

No Capítulo 4 as questões da infância serão apresentadas, com inúmeras teorias e compreensão de como as crianças projetam, se identificam e criam suas personalidades e identidades a partir de estímulos, promovendo sucesso de alguns personagens. Estímulos os quais a mídia e o cinema podem ter grande influência. Para finalizar, no Capítulo 5, será feita uma análise dos personagens selecionados a partir das respostas obtidas na pesquisa com o público infantil seguindo para o Capítulo 6 com as considerações finais.

Esse tema escolhido (os personagens coadjuvantes dos filmes de animação da The Walt Disney em relação à infância) teve impulso pela autora por conviver com tantas crianças e perceber da influência que personagens animados possuem sobre elas. Além disso, sua família sempre esteve em relação a The Walt Disney, assistindo a todos os filmes do estúdio e sendo grande fãs da marca como um todo. Com tais

observações, a autora teve muito interesse de compreender como a marca se utiliza de estratégias para atingir tantas crianças e pessoas de modo geral.

## 2 CINEMA COMO TECNOLOGIA DO IMAGINÁRIO

O mundo e as pessoas de hoje são uma grandiosa consequência de mudanças vividas ao longo dos anos. Antes da conhecida Revolução Industrial, as famílias trabalhavam em sua maioria em fazendas e fábricas, produzindo tudo a mão e de maneira singular (todos os produtos eram diferentes entre si, sendo feitos por seres humanos). Ao longo dos anos 1760 a 1869, se deu início à Revolução na Inglaterra, em que as máquinas dominaram e substituíram o trabalho manual dos artesãos. Possuindo um incomparável ganho na área do rendimento e custo-benefício para os donos das fábricas, o desenvolvimento econômico do mundo mudou bruscamente, de acordo com o site InfoEscola (2009). O que por um lado deixou milhões de pessoas desempregadas e na miséria, por outro lado fundiu os conceitos de bem-estar, lazer e felicidade na vida privada dos trabalhadores, além de tornar os momentos trabalhados mais saudáveis e menos exaustivos. Tudo isso foi a porta de entrada para muitas outras modificações que iriam se iniciar no cotidiano da vida de toda a sociedade.

A primeira revolução industrial e sua ideologia logo se espalhou em todo o globo terrestre e em suas múltiplas nações, causando impacto e criando novos pensamentos e maneiras de viver. Chegando na Alemanha, mais especificamente em Frankfurt, um conceito criado a partir desse acontecimento transformou a sociologia da época.

Conforme os textos de Duarte (2007), Zuin (2001), Rüdiger (2004) e Da Costa et al. (2003), a Escola de Frankfurt, conhecida pela passagem de grandes filósofos e sociólogos, teve destaque com a criação do termo "Indústria Cultural" por Theodor W. Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973) em "Dialética do Iluminismo" de 1947. A Indústria Cultural foi um resultado social direto da Revolução Industrial de 1760, em que começou a se produzir, por meio de máquinas, grandes quantidades de um mesmo objeto igual, sem diferenciações entre si.

A definição do termo em um mundo capitalista se refere a produção em massa de cultura com a finalidade de lucrar. Segundo Duarte (2007), é inserido o termo "indústria" na fabricação das mercadorias culturais, ou seja, onde antes uma obra de arte, por exemplo, era única e de acesso a poucos, hoje é feita exatamente a mesma obra padronizada para grandes parcelas da população por meio da reprodução industrializada. Começando assim uma nova forma de produzir cultura nos sistemas

capitalistas e no mundo globalizado, chegando a mesma obra de arte, usada no exemplo anterior, em todos os países e classes sociais. Importante frisar que não é por estarem dentro de uma cadeia capitalista que todas as empresas e marcas produzem para literalmente obterem lucro financeiro. Segundo Morin (2002, p. 35), "mesmo fora da procura de lucro, todo sistema industrial tende ao crescimento, e toda produção de massa destinada ao consumo tem sua própria lógica, que é a de máximo consumo".

Já para Rüdiger (2004, p. 22), a ideia central da Indústria Cultural usada pela Escola de Frankfurt sobre a cultura e a economia "(...) perderem sua autonomia relativa (...)" encontrando-as "(...) cada vez mais fundidas (...) em um só movimento", de modo que a produção de cultura, como filmes, livros ou música nada mais é do que mercadoria e de uma nova forma de gerar lucro.

O que por um lado perde a essência do que a cultura representava quando feita como única e exclusiva; por outro lado ela passa a ser democratizada para a população. Anterior a sua massificação, apenas os mais ricos, que representavam a minoria da sociedade, possuíam acesso a ela; após, toda a população consegue ter acesso ao lazer, desenvolvendo a sociedade e diminuindo a desigualdade social da mesma. Rüdiger (2004, p. 116) defende essa ideia: a mudança de colocar a cultura à disposição das camadas mais populares permitiu uma elevação significativa em seus padrões de vida, todavia, criando uma "(...) crise na velha ideia de cultura".

No contexto de globalização, das novas tecnologias e da produção cultural massificada, todas as pessoas consomem de forma uniformizada e homogênea, gerando uma única identidade de consumo que é facilmente influenciável. Segundo Da Costa et al. (2003), a manipulação e controle social acontecem através desse sistema exercido e o indivíduo acaba por ser ilusório, tendo em vista que se torna o todo. Da Costa et al. (2003, p. 2) explicam bem no trecho que segue:

A indústria cultural pode ser definida como o conjunto de meios de comunicação como, o cinema, o rádio, a televisão, os jornais e as revistas, que formam um sistema poderoso para gerar lucros e por serem mais acessíveis às massas, exercem um tipo de manipulação e controle social, ou seja, ela não só edifica a mercantilização da cultura, como também é legitimada pela demanda desses produtos.

Zuin (2001) escreve que a cultura industrial depende de um público passivo e que não questiona o padrão que fora estabelecido pelas grandes marcas. Em contraponto ao Zuin (2001) e aos autores que acreditam que o público não tem voz ou opinião, Morin (2002) defende que assim que começou essa nova cultura, começou

um movimento contrário de o público procurar o personalizado, o novo e o individualizado. Além disso, Morin (2002) defende que o sistema privado, sendo vivo, se adapta ao o que o público quer e procura, sendo um meio ativo e ligado aos espectadores. Morin (2002, p. 31) ainda complementa:

Portanto, nem a divisão do trabalho nem a padronização são, em si, obstáculos à individualização da obra. Na realidade, elas tendem a sufocá-la e aumentá-la ao mesmo tempo: quanto mais a indústria cultural se desenvolve, mais ela apela para a individualização (...).

Com a facilidade de produção e como consequência o grande surgimento de marcas, a concorrência aumentou e cada uma tem o seu diferencial para atrair clientes, ou seja, mesmo que algumas poucas marcas tenham uma comunicação maior de massa, podendo criar padrões para a sociedade, cada um escolhe seguir e consumir a marca que lhe convém e traz benefícios. Ou seja, o individualismo que o público pede. Morin (2002) defende a ideia de que a produção cultural é sim estabelecida pelo público e não ao contrário como outros autores defendem.

Uma das formas de grandes marcas conseguirem influenciar é dada a partir da criação de um padrão de conteúdo que se repete. A repetição condiciona o público a aceitar e consumir mais do que quando é um conteúdo inédito. Por exemplo, as músicas que fazem sucesso normalmente são com os arranjos semelhantes, trabalhando o consciente e o inconsciente dos ouvintes. A audição, assim como todos os outros sentidos, se acostuma com um padrão e tende a aceitar melhor quando já possuem alguma referência prévia. Outro exemplo que é usado nas produções cinematográficas é o *happy end*, o qual faz referência com a vida cotidiana, no entanto traz o conceito de felicidade à tona.

Seguindo as reflexões de Morin (2002), a indústria cultural não impõe modelos para a sociedade, ela apresenta e é opcional seguir ou não. Claro que ela se utiliza de todos os métodos para seduzirem o público, como o cinema se utiliza em grande parte do *happy end*, já dito anteriormente, e do sincretismo (técnica de unir diversos gêneros, por exemplo, romance e comédia em um mesmo filme). Deste modo, sabem que terão aceitação e obterão facilmente sucesso de inúmeros gostos pessoais.

O cinema também usufrui de padrões pré-existentes que já são populares e aceitos, mistura e traz estreias de filmes que fazem sucesso novamente, se passando como um filme inédito, conforme o site de notícias EL PAÍS Brasil (2019). O meio cinematográfico também é uma maneira eficaz de estimular desejos e do que se

considera belo ou certo, pois seu alcance é alto e o público está aberto para assistir e consumir o conteúdo de uma forma mais profunda.

Para mais, a invenção do cinema foi um avanço tecnológico na questão do número de público do mundo inteiro em um único produto. Rüdiger (2004, p. 25) cita filmes feitos pela grande marca The Walt Disney criticando como a obra cultural virou sua própria propaganda para outros diversos possíveis produtos:

Em Toy Story (John Lasseter, 1995), então, não há mais diferença entre criação ficcional e prática mercadológica: o filme pode ser visto como anúncio de uma nova linha de produtos infantis. Pinóquio serviu de nome para bonecos de madeira, expressão do trabalho artesanal da era da manufatura. Buzz Lightyear, Woody e os outros brinquedos de matéria plástica que protagonizam o desenho animado citado são, literalmente e desde o início, bens de consumo, criados pelo novo espírito tecnológico.

E não se limitando aos bens de consumo que Rüdiger (2004) cita, mas também a marca explora profundamente cada personagem, criando conteúdos posteriores como filmes e séries, atrações turísticas nos parques de seus complexos ao redor do mundo e até apresentando determinados aspectos comportamentais para o público infantil. De acordo com De Araújo e H. Agustini (2009), "... os filmes infantis além de primarem pela função do entretenimento propagam também valores e ideologias a partir de caracteres verbais e não-verbais que são empregados enquanto instrumentos de educação moral não-formal direcionada às crianças".

Tudo isso, na verdade, não é nenhuma coincidência de acordo com Morin (1972). A maioria das obras da cultura industrial são destinadas para os jovens, sendo eles crianças e adolescentes e, são usados meios de projeção, identificação e imaginário para atraí-los. Inclusive os conteúdos destinados às crianças surgiram juntamente ao início da indústria cultural a partir de desenhos animados.

Conseqüentemente ao cinema, surgiu o termo "tecnologias do imaginário" criado pelo Juremir Machado Silva. Segundo Tonin et al. (2015, p. 4), esse novo conceito "(...) tem o objetivo de superar o reducionismo da noção de indústria cultural e incluí-lo em parte, mas abrindo margem para a potência do receptor, que é visto no imaginário como autor e protagonista". Enquanto alguns autores sobre a Indústria Cultural defendem que o consumidor da cultura é um receptor manipulável e sem voz, Tonin et al. (2015), assim como Morin (2002), defendem ter um receptor que também é um emissor de grande força de voz e poder.

Não que para eles o consumidor não possa ser influenciável, uma vez que o cinema consegue apresentar padrões de estética e de forma de agir como visto



anteriormente, além de ser indiscutível a importância dos filmes de Hollywood para a criação do imaginário de toda população. De acordo com Morin (2002, p. 136), o real e o imaginário oscilam para criar uma referência para o público, por exemplo, em filmes de romance: "(...) o amor da cultura de massa busca seus conteúdos na vida e nas necessidades reais (...) e lhes fornece seus modelos". Ou seja, o imaginário que é criado se entrelaça com a realidade e o cotidiano, criando a identificação e o modelo do "amor ideal", conforme o exemplo. Para Morin (2002, p. 81), "o imaginário é um sistema projetivo que se constituiu em universo espectral e que permite a projeção e a identificação mágica, religiosa ou estética".

Mesmo que para o autor a identificação estética seja a mais comum, todos os interesses humanos podem se tornar imaginários para os espectadores e leitores. Em grande parte, o imaginário é trabalhado em cima de imagens, ocorrendo para o público uma abertura para se projetar em tais situações. "O leitor do romance ou espectador de filme entra num universo imaginário que, de fato, passa a ter vida para ele, mas ao mesmo tempo, por mais que seja a participação, ele sabe que lê um romance, que vê um filme" (MORIN, 2002, p. 77).

E por ser feito por imagens, a criação do cinema chega sendo muito importante e eficaz na hora de criar a projeção e o imaginário para além do filme. Michel Maffesoli (2001) em uma entrevista com Juremir Machado relata que alguns chamam o imaginário de aura por não poder enxergar, mas poder sentir, segundo ele é uma atmosfera envolvente a qual o espectador possui uma relação de troca afetiva, ou seja o imaginário e o real se misturam para esse espectador. De acordo com Fossatti (2010, p. 106), "a narrativa integrada pela imagem, desperta pela via do afetivo sentimentos latentes e percepções, sugerindo uma participação do espectador, que se apropria da intensidade do que lhe é apresentado".

Acima, uma citação da Fossatti (2010) explicando que não se é feito pelo racional e, sim, pelo emocional que o espectador sente assistindo a um filme. Para as autoras Tonin et al. (2015, p. 2), isso ocorre por agregar "(...) lembranças, sentimentos, experiências, visões do real, ao mesmo tempo em que é um sonho que transforma as ações em realidade (...) promovendo distorções, idealizações e sendo formatado simbolicamente". Em resumo, o imaginário é composto por relações e trocas emocionais, o qual mistura o real com o irreal, ocorrendo a identificação e projeção.

Além disso, Silva e Maffesoli (2008) defende a ideia de que independente de cada um ter o seu imaginário como independente e individual, na verdade estão

inseridos em um grupo de imaginários em comum, não sendo algo realmente individual. Inclusive, a identificação nos filmes e histórias com o seu herói, nada mais é que o imaginário coletivo.

Desde que começam as identificações dos espectadores com os heróis e personagens do cinema de uma forma geral, é criada uma supervalorização das estrelas do cinema (mistura do real com o imaginário), sendo elas humanas ou não. Morin (1972, p. 66) explica: "A religião das estrelas é justamente uma prática imaginária que possibilita a dialética da identificação do fã e da estrela.". Então se é introduzido o star system, que nada mais é que a estrela como foco central e principal.

A estrela do cinema tende a tomar proporções fora do filme, como em inúmeras publicidades. A identificação do público com o personagem é tanta que extrapola os limites antigos, os tornando manipuláveis em relação a estrela.

Esses heróis se tornam mercadoria e com um valor imensurável, por serem dotados de algo mágico criado pelo imaginário dos espectadores. Morin (1972, p. 97) ressalta que a estrela "se torna assim alimentos dos sonhos", a qual te traz modelos de como agir em diferentes situações; "o adorador vai imitar, conscientemente ou não, alguma característica do ídolo".

Não por acaso, como dito anteriormente, as produções são feitas destinadas aos jovens. Os heróis, nessa fase, são figuras importantes para as quais as crianças podem se espelhar, projetar, criar o imaginário de todas as situações que os personagens passam. Diante disso, é interessante observar o motivo das grandes paixões por ídolos e projeções acontecerem nas infâncias: os quartos todos decorados com fotos daquele ídolo, os sonhos relacionados a ele, etc.

De acordo com Morin (2002) para se dar identificação, o personagem precisa passar por momentos cotidianos e normais da vida durante o filme, mas que tenha um toque a mais do cotidiano, algo meio mágico e intenso para ocorrer a identificação dos desejos e medos profundos dos espectadores. E cada personagem tem características nítidas diferentes e contrastantes, criando repulsa dos vilões e identificação dos heróis.

Nos contos de fadas de desenhos animados, os heróis são objetos inanimados que criam vida, "(...) os Mickey e Donald de Walt Disney são tão vivos quanto muitos atores, ou talvez mais...", segundo Morin (1972, p. 87). O causador da criação da vida é a projeção que as crianças e espectadores dão para tal objeto. Eles criam tantas

identificações e projeções com os personagens que criam uma importância imensa para tal, como se fosse um amigo, um exemplo de comportamento e um porto seguro.

Em síntese, tudo o que começou com a Indústria Cultural, tendo seus pontos positivos ou negativos, trouxe a possibilidade de acesso à cultura a uma maior quantidade de pessoas. A partir disso, o cinema teve seu crescimento e expansão, facilitando o imaginário de todos os espectadores, além de poder dinamizar uma projeção e identificação com personagens e a história, o que, como foi falado anteriormente, não permanece apenas durante o filme, mas reflete em todos os aspectos da vida de tais espectadores.

### 3 THE WALT DISNEY E TEORIA DO PERSONAGEM

Para compreender a importância que os personagens possuem, precisa-se entender como se dá o consumo e produção desses personagens fílmicos em específico de desenhos animados. Segundo Fusari (2002) e o site Desenhos Animados<sup>1</sup>, o desenho animado em si, criado pelo Émile Reynaud em 1888, teve início antes mesmo que o cinema. Ele se utilizava da técnica de projeção de imagens em uma parede, criando o movimento. No entanto, em 1895 com o início do cinema, os desenhos de animação tomaram outro rumo. O primeiro filme de animação foi em 1907, por Émile Cohl, com apenas 2 minutos de duração: "Fantasmagorie"; e em 1937 o primeiro filme de desenho animado de longa metragem, por Walt Disney: Branca de Neve e Os Sete Anões.

Para a construção de personagens de animação usam-se técnicas para facilitar a identificação. De acordo com Venancio (2011, p. 8), um dos pontos importantes eram ter características humanas no rosto e com detalhes específicos daquele personagem, como "no Barney Bear com suas seis sobrancelhas e excesso de pele para dar o tom de soneca do urso (...)". Venancio (2011) ainda conta que no estúdio onde Hanna-Barbera trabalhava (MGM) o maior investimento era para a criação de personagens com excesso de personalidade. Venancio (2011, p. 8) ainda traz um exemplo de personagens que poderiam ter as mesmas características de animais de estimação, mas com suas distintas personalidades se convergem por completo: "Enquanto Pluto parece um animal doméstico, Tom e Jerry entram na convenção do Mundo da Vida onde as pessoas acreditam que seus bichos de estimação são humanos dentro de uma existência animal."

Fusari (2002) adiciona outros itens que considera importantes na criação de tais personagens. Para ela, uma das principais características que o personagem precisa ter é ser exagerado, tanto fisicamente com cabeças maiores que o corpo, olhos grandes e desproporcionais à realidade, quanto em suas formas de agir. Toda essa expressão em excesso ajuda muito a passar as emoções para os telespectadores. Outro ponto que Fusari (2002) exalta é a voz usada nas animações, a qual, segundo ela, cria uma intimidade com o público. Inclusive, ela traz como exemplo o Mickey que fora dublado por seu próprio criador, Walt Disney, criando ainda mais uma relação de pessoalidade com os que assistiam.

---

<sup>1</sup> A Historia Dos Desenhos Animados (2010)

Além das criações, um elemento que se é visto desde os primórdios dos desenhos de animação são os personagens coadjuvantes. O termo coadjuvante no dicionário de *Oxford Languages And Google* (2020) é "1. que ou o que coadjuva, auxilia ou concorre para um objetivo comum; 2. diz-se de ou ator ou atriz que desempenha papel secundário". Em outras palavras é o personagem que irá ajudar o principal durante a sua jornada.

Segundo o site Estudo Prático (2017) na página de Literatura no texto "Conheça os tipos de personagens", o protagonista é o herói em que toda a história é entorno; o antagonista é o vilão ou alguém que dificulta a narrativa do herói; oponente é o personagem que ajuda o antagonista; o coadjuvante é o auxiliar do herói; e, por fim, o figurante é o personagem que não tem peso relevante para a história.

Fossatti (2010) apresenta o termo *comic relief* como um tipo de personagem bastante usado ultimamente, principalmente em animações: o personagem que traz uma leveza durante todo o percurso do filme com seu tom de comédia, diminuindo o peso de certas cenas dramáticas. Segundo ela, isso ajuda na fluidez da narrativa. Ainda segundo Fossatti (2010, p. 107), com as personalidades dos personagens se pode criar enredos na história para que a projeção e identificação de diversas situações cotidianas possam acontecer:

Distintas personalidades vão compondo o enredo das narrativas. Integrados por um lastro de valores próprio a cada um, os personagens permitem que o espectador contemple distintas possibilidades do humano. Impregnado de percepções, reações e sentimentos, o receptor participa, dando significados às imagens encarnadas por valores e simbolismos. O conjunto cênico favorece uma variedade de possibilidades interpretativas que se atrelam às impressões - ódio, simpatia, repugnância, aprovação, desaprovação e ternura - daquele que aprecia. A maneira como os acontecimentos são apresentados nas histórias interfere no sentido e na significação emocional emergentes.

Em concordância com as ideias de Fossatti (2010) e de Coelho e Dias (2013) no estudo das representações infantis sobre desenhos animados televisivos, acreditam que a representação está no subjetivo da pessoa, sendo ela única, com seus próprios conhecimentos, próprias vivências e conseqüentemente suas próprias identificações. Além disso, o receptor precisa estar em relação com a televisão para permitir a troca, podendo criar laços emotivos e afetivos com os personagens, ainda podendo aprender, por meio da observação e imitação, com as experiências e histórias mostradas e como tais personagens agiram nessas situações, como visto no capítulo anterior.

Em sua pesquisa, Coelho e Dias (2013) coletam informações, conversando com as crianças e suas mães, sobre a imitação ser algo extremamente presente para os espectadores infantis. Outro ponto importante com a identificação foi a escolha do estilo de se vestir, onde as crianças procuravam roupas baseadas nos seus desenhos favoritos. Coelho e Dias (2013, p. 158), ao citarem Ferrés (1998) para entenderem a motivação de tais crianças, voltaram novamente a explicação da relação emocional e subjetiva que são criadas ao assistirem ao filme: os personagens viram os seus modelos.

Boynard (2000) também ao fazer uma pesquisa com crianças de 4 aos 8 anos de idade (no total 44 entrevistados), descobriu que diferenças econômicas e sociais não influenciam na hora de justificar e escolher o personagem favorito e o personagem que mais tem repúdio. Para mais, Boynard (2000, p. 289) diz que a "identificação que corresponde às experiências infantis que proporcionarão a matéria-prima para a construção do indivíduo adulto.", que a televisão é "um espaço para desabrochar o lúdico" por meio da diversão da criança:

(...) através da brincadeira que é para a criança, que esta elabore angústias de perda, de morte, de solidão quando ingressa no mundo da fantasia. Muito além de confundir ficção e realidade, auxilia a criança no desenvolvimento intelectual e emocional.

Nessa mesma pesquisa, Boynard (2000) fez um levantamento com as crianças de quanto tempo passariam assistindo a desenhos animados e descobriu que o tempo de exposição a tecnologias midiáticas é igual ou maior do tempo com pais e professores, resultando na criação ainda maior do emocional com os personagens vistos.

Assim como a autora acima, Boynard (2000), e Oliveira e Morais-Shimizu (2011) chegaram à mesma conclusão sobre o tempo das crianças em frente às televisões a partir de uma pesquisa. Essa foi realizada com crianças de 6 a 11 anos de idade e 79,6% afirmaram que desenho animado era o seu programa favorito e o que mais assistiam. Segundo Oliveira e Morais-Shimizu (2011), o principal motivo dessas crianças preferirem essa categoria de programa foi por ser legal e engraçado. Foi também questionado sobre seus personagens favoritos e os motivos pela escolha, 43,2% foram escolhidos pelo motivo de serem legais, engraçados e fazerem brincadeiras e 37,7% por serem corajosos, inteligentes, bonitos e poderosos.

Atualmente o estúdio que contém inúmeros personagens animados favoritos entre as crianças é o The Walt Disney, se tornando um dos principais estúdios de

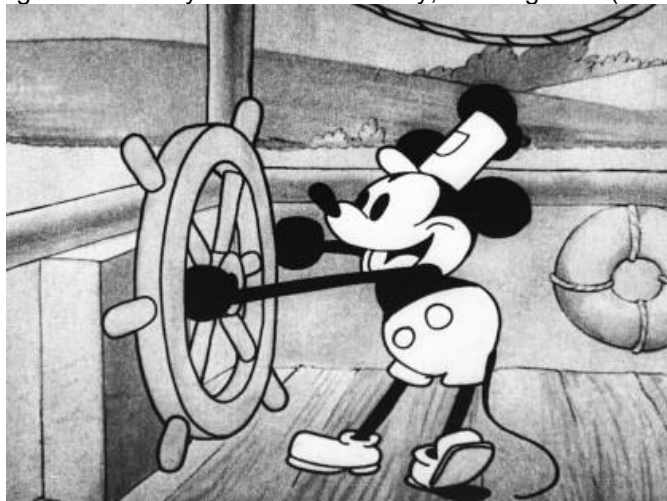
animação do mundo. Walter Elias Disney (1901-1966), nasceu em Chicago em 5 de dezembro de 1901 em condições mais pobres junto aos seus outros irmãos. Desde a infância trabalhou em diversas áreas, desde entregador de jornal até fazendeiro, no entanto, sempre estava a sonhar e a desenhar. Segundo Capodagli e Jackson (2017), em 1923 Walt foi para Califórnia, Los Angeles, com seu irmão e começaram o Disney Brothers Cartoon Studio, o qual posteriormente se tornou The Walt Disney e, em 2006, se uniu com a Pixar.

Disney criou um mundo mágico, onde não são só as crianças que participam, o público é de todas as idades. Criando filmes, desenhos animados, parques, produtos inspirados nos personagens, história de quadrinhos, músicas, livros, canais próprios e agora a própria plataforma de mídia Disney+, a Walt Disney convida o público a entrar no "Maravilhoso Mundo de Disney" durante a experiência, onde a fantasia e os sonhos que comandam, conforme o livro Capodagli e Jackson (2017) explica. Para Fossatti (2010, p. 36):

O gênero de animação ainda tem Walt Disney como referência, mesmo após décadas de sua morte (1966). O estilo Walt Disney continua a inspirar a animação mundial, consolidando suas obras como marcos referenciais. Sua técnica, estética e sensibilidade para dar vida a suas criações perpetuam-se por gerações, abrindo espaço para a vivência individual de fantasias inusitadas sob um corpo comum.

Nader (2019) conta que a fama da Disney começou com a criação, há mais de 90 anos atrás, do personagem principal do estúdio, o Mickey, o qual o seu primeiro programa de aventuras, como pode-se observar na Figura 1, já foi traduzido para mais línguas que a própria Bíblia. Além disso, segundo Nader (2019) os três nomes de personalidades mais citados pela imprensa foram, em ordem, o Pelé, o Mickey Mouse e o papa. Para mais, a autora conta que o Mickey foi considerado a maior figura histórica do desenvolvimento artístico dos Estados Unidos pelo Museu de Arte Moderna de Nova York. Figura abaixo representando o primeiro conteúdo que gerou o sucesso do personagem Mickey Mouse:

Figura 1 - Mickey Mouse em "Mickey, o navegador" (1928)



Fonte: Waz.De (2018)

A criação do personagem foi um processo longo para Walt Disney, primeiramente por não saber qual a personalidade colocaria no rato e nem como ele seria fisicamente. Finalmente, de acordo com Nader (2019), decidiram que a personalidade seria um tanto parecida com a do próprio Walter e um tanto parecido com o seu ídolo, Charles Chaplin. Explicando, Walt, além de criar o Mickey como um ser inocente, honesto e aventureiro, além de conquistar a todos, queria que todos o entendessem mesmo sem falas, como dito anteriormente, com gestos e caras com expressões exageradas. Com a chegada do som no cinema, Walt Disney foi o próprio dublador do personagem, como já fora dito, sendo ouvido pela primeira vez em "Mickey, o navegador" (1928). Além disso, com a chegada das cores, Walt criou a turma que se junta ao Mickey, o Pateta, Pato Donald e Pluto.

Outra técnica citada acima que foi usada por Walt Disney em seus filmes foi na hora de criar o Grilo Falante, coadjuvante do filme Pinóquio (1940). Capodagli e Jackson (2017) traz a trajetória da criação de tal personagem fisicamente, o qual antes se parecia literalmente com um grilo; após a interferência do Walt Disney no meio da criação do filme e com uma perda financeira tremenda, o Grilo Falante se transformou para o que se tornou no filme, um grilo com traços humanos.

Moya (1996) mostra um pouco mais como o processo da criação dos personagens era importante para Walt Disney. Disney definia muito bem a personalidade dos personagens antes de começar a desenhar para que todos os traços dessa personalidade pudessem ser transmitidos para o físico do personagem, o tornando único e interligado com ele mesmo. Outro ponto que Moya (1996) descreve no livro é a criação dos personagens de vilões da Disney, os quais estranhamente



também são amados pelos espectadores. O cuidado com a criação da Disney faz seus personagens serem amados, inclusive os que normalmente trariam repulsas, isso porque durante a criação esse estúdio normalmente coloca alguns traços agradáveis neles, como vozes simpáticas de atores famosos ou uma personalidade marcante que crie empatia com público. De qualquer maneira, a criação de todos os personagens feitos pelo estúdio Walt Disney são super bem pensados, conquistando uma multidão para o seu mundo mágico e fantasioso.

## 4 INFÂNCIAS

Segundo Ariès (1981), a infância no significado do termo em que se conhece hoje não tem quase nenhuma relação com a infância da era medieval, tempo em que nenhum adulto realmente dava importância para o período da infância. O nome dado como infância, com tradução do latim se deriva daquele que não fala, não lê e não escreve, ou seja, esse período só fora criado para distinguir dos adultos já letrados, além de ser na infância que as crianças seriam ensinadas essas habilidades para poderem se tornar adultas.

Ainda no livro, Ariès (1981) explica que apenas por volta do século XVII a ideia de infância começou a se igualar com a conhecida atualmente, a que atualmente já há diversos estudos, leis e se é sabido da importância que essa fase tem para o desenvolvimento pessoal. Isso acontece por ser nessa fase que a criança aprende o que é certo e o que é errado e quem deve ser usado de exemplo e ídolo de inspiração; além disso, é onde se dá a formação da personalidade e o desenvolvimento das habilidades, ditando como irá criar o seu futuro.

Para Sirota (2007), a infância não pode ser singular e nem com um significado universal apenas, isso por saber que cada criança de um lugar, uma cultura e uma época terá variáveis extremas por conta de tais fatores. Segundo a sociologia da infância, ela é uma construção social e por isso hoje em dia a mídia tem foco nos jovens, os quais estão em formação da identidade e podem aderir ao consumo exposto e aos valores mostrados. De acordo com Sirota (2007, p. 46), "É importante lembrar que não estamos mais num esquema vertical ou horizontal, mas num quebra-cabeça de formas e referências, dentro do qual se constrói a experiência social da criança".

Rego et al. (2013) aborda diversos artigos analisando autores da sociologia da infância em diferentes aspectos sobre a infância. Na seção "A emergência da Sociologia da Infância em Portugal" por Ana Cristina Coll Delgado (2013) explica que além das crianças serem receptores da cultura, elas produzem e compartilham por meio de suas vivências e conversas sobre suas visões com seus amigos e familiares e ainda percepções de uma mesma cultura - as crianças possuem uma percepção diferenciada da dos adultos, muito pela imaginação e fantasia presente em suas vidas.

A partir da imaginação, Ana Delgado (2013) em Rego et al. (2013) apresenta a ideia de durante a infância o significado de tempo é muito relativo e não linear, isso

por a criança misturar constantemente o presente, o futuro e o passado em um mesmo instante, entrelaçando o real e o imaginário. Um exemplo que a autora traz é a repetição comum entre as crianças assistindo a filmes, por exemplo, novos significados serão internalizados pela criança após cada assistida. A criança se utiliza do "faz de conta" para criar suas visões e convicções sobre o mundo em que está, intercalando, novamente, entre o imaginário e o real. Ainda nesse artigo é destacado a importância das brincadeiras pelas crianças para seu desenvolvimento individual, conforme Rego et al. (2013, p. 24), "O brincar e o brinquedo são fatores fundamentais na recriação do mundo e na produção das fantasias infantis. As brincadeiras são também reflexões e interpretações das crianças sobre situações vividas no cotidiano".

Em outra seção da revista, "O brinquedo e a produção cultural infantil", Tizuko Kishimoto (2013) diz que independente dos brinquedos produzidos para as crianças sejam com finalidade lucrativa e mercantil, acaba por ser um agente para cultura lúdica, definida por ter como agente criador as crianças que utilizam referências da vida adulta juntamente a imaginação. O exemplo que Rego et al. (2013, p. 87) traz é o das brincadeiras de carrinhos, brincadeira habitual de crianças, porém com os carros da Fórmula 1, ou seja, juntamente com a imaginação da brincadeira adiciona marcas e situações reais.

Outro exemplo que Tizuko (2013) traz é a da mesma imagem com diferentes possibilidades, como o Super-Homem: há filmes, revista em quadrinhos, brinquedos, roupas, entre outras diversos conteúdos e produtos. Desta forma, assim como a imagem de um personagem cria inúmeros cenários e histórias diferentes entre si, quando a criança brinca de Super-Homem também se utiliza desse personagem com suas características e jeitos, entretanto cria e imagina outros contextos e aventuras. Esse jeito da infância de brincar ocorre com inúmeros personagens e por gerar essa ligação, o mercado aproveita mais uma vez para voltar sua produção às crianças com produtos utilizando a marca dos personagens mais famosos dentre os pequenos, relacionando a cultura infantil e lúdica com a cultura de massa. Segundo uma pesquisa no projeto Prado e Mungiolli (2016) quando um produto se utiliza dos personagens na embalagem se vende de 30 a 40% mais, mesmo com um aumento de 15% ao preço normal.

Aprofundando a ação de brincar e de se tornar algum personagem, Sarmiento (2002) explica que quando as crianças brincam a troca de identidade acontece facilmente, transformando elas, em seus imaginários e brincadeiras, em diferentes

peças e personalidades, podendo ser o que quiser e, rapidamente, voltar ao seu eu novamente, sem se confundir com as identidades usadas. Sarmiento (2002) critica também o termo que os adultos usam para designar as fantasias das crianças: "faz de conta", tendo em vista que as imaginações das crianças se intercalam e misturam com a realidade, não sendo completamente um faz de conta, logo não deveria ser usado esse nome de acordo com a sua visão.

Sabendo disso, Sarmiento (2002, p. 14) se aprofunda na questão da construção do imaginário na infância que é quando a criança desenvolve e significa o mundo dela:

Com efeito, a imaginação do real é fundacional do seu modo de inteligibilidade. As crianças desenvolvem a sua imaginação sistematicamente a partir do que observam, experimentam, ouvem e interpretam da sua experiência vital, ao mesmo tempo que as situações que imaginam lhes permite compreender o que observam, interpretando novas situações e experiências de modo fantasista, até incorporarem como experiência vivida e interpretada.

Com a utilização do fenômeno imaginário infantil, as marcas da indústria cultural, como a já citada The Walt Disney, criam histórias e personagens atraentes para o público infantil, estabelecendo uma ligação de admiração e amor entre as crianças e tais personagens. Segundo Sarmiento (2002), essas marcas criam um valor simbólico e exclusivo para os espectadores e transmitem em suas outras vertentes, como os seus parques da The Walt Disney. Em seus complexos de parques, todo estímulo fantasioso, seja ele com imagens, cheiros, produtos ou os próprios personagens fantasiados ajudam a criar "o mundo mágico da Disney", utilizando o imaginário já pré-criado durante todos seus filmes. Inclusive, em seus parques a atmosfera é tão trabalhada e bem feita criando algo mágico e irresistível em seus visitantes.

Em resumo, Sarmiento (2002) conclui que as crianças não são receptoras passivas das informações midiáticas, conforme visto no primeiro capítulo, elas são emissoras importantes de opinião e fazem trocas de emocionais com as mídias; as crianças possuem suas próprias identidades e são receptoras ativas, criando e recriando o seu imaginário e consumindo o que lhes agrada e representam apenas. Para mais, Pinto (1997) diz que o momento em que as crianças estão em frente às mídias é o período de liberdade de informações e influências, não sendo filtradas e passadas pelos pais ou professores, podendo ser uma função boa ou ruim. Lado bom se resume em criar novos imaginários, projeções e conhecimento fora dos já aprendidos, podendo ter a liberdade de escolha dos padrões e valores que deseja

seguir; lado ruim é a falta de controle dos pais perante os conteúdos que estão sendo visualizados e recebidos pelas crianças, as quais normalmente não possuem idade para julgar certos conteúdos disponíveis. Pinto (1997) ainda acredita ser algo positivo, por dar a possibilidades para a criança se questionar e decidir se as crenças e hábitos da sua família são realmente o certo para ela, considerando-a como indivíduo e não apenas fazendo parte de contextos sociais, como dentro de uma família ou uma escola.

O cinema é uma grande tecnologia do imaginário, no entanto os filmes feitos para espectadores infantis normalmente possuem vivências cotidianas e sensações relacionadas às experiências da infância, criando uma atmosfera já conhecida e confortável e abordando a vida e sentimentos que são muito presentes nessa etapa do crescimento, de acordo com os autores Barbalho e Marôpo (2015) complementa falando que a produção de sentido se dá pelas imagens e símbolos, criando um cenário de metamorfose constante atualmente, tendo em vista do avanço tecnológico e da quantidade de conteúdo disponível ajuda a criar e recriar modos de viver. Ele atribui às crianças e aos jovens o vício em imagens que acabam em representar o acelerado modo de viver nos dias atuais, além de perceber a imitação e reprodução, por parte do público infantil, de atitudes e trejeitos de personagens fílmicos, como visto anteriormente. E não é para menos, já que o autor defende que os estúdios famosos sabem usar técnicas como a utilização de vivências no cotidiano para serem referência para os espectadores e gerarem mais sucesso.

Esperança e Dias (2008), percebendo o avanço tecnológico em relação ao passado, questionaram para os pequenos o que você as crianças preferiam: ver televisão ou brincar na rua? As respostas foram divididas: brincar na rua metade do tempo e ver televisão na outra metade, principalmente nos horários em que estaria passando desenho de animação. Ressaltando que o estudo foi feito há mais de 12 anos, poderia haver uma diferença nas respostas em relação a um feito agora, por exemplo. De qualquer forma, as autoras também perceberam que em um grupo de crianças com os mesmos gostos para desenhos animados, mesmo sendo vistos em casa na televisão, durante a escola as crianças possuindo referências e fantasia de tais desenhos, criam tema de conversa, brincadeira e maneiras de agir de uma forma geral. Acaba por ser uma troca importante para o social, além de unânime quando junta várias crianças que compartilhem de um mesmo gosto de desenho animado, criando uma cultura lúdica em conjunto.

Aprofundando a infância e a mídia no cenário brasileiro, Amorim e Amorim (2002) acreditam que a maioria dos desenhos de animação assistidos pelas crianças são de origem dos Estados Unidos e apenas os programas infantis brasileiros que conquistam o público infantil seriam os com crianças compondo o cenário, como exemplo Patati e Patatá, acontecendo por criar uma atmosfera intimista entre as crianças do cenário e as crianças de casa. Também no texto eles ressaltam que atualmente as crianças estão crescendo cercados pelas diferentes mídias o tempo todo, criando, conforme eles, a "infância da mídia". Explicam que essas crianças já nascem com a habilidade de entender todas as mídias que a cercam, ou, simplesmente a habilidade se cria pelo acerto e erro em suas aventuras navegando e experimentando a mídia.

De qualquer maneira, sendo a "infância da mídia" ou não, as crianças já nascem em contato com as tecnologias, criando noções de valores, maneiras de viver e referências, além de construir o imaginário, não possuindo barreiras de tempo ou identidade, que se juntam com o real para criar brincadeiras e, conseqüentemente, formar a identidade da criança. A infância foi uma construção lenta em que as crianças foram cada vez mais valorizadas, estudadas e consideradas como um ser único, o qual nunca terá a infância igual e de maneira singular, por ser influenciada pela cultura, tempo e espaço. Ainda com a proporção de importância que criança foi tendo, a produção de conteúdos e produtos estão se utilizando do imaginário infantil para focar a criação em cima de aspectos como a utilização dos personagens como forma de sedução e identificação, além de utilizar, dentro do cinema e programas de animação voltado para esse público, vivências cotidianas e sentimentos que leva a criança a se identificar e se projetar em tais conteúdos.

## 5 ANÁLISE DOS PERSONAGENS COADJUVANTES

Inicialmente foi separado uma amostra de 20 anos, entre 2000 e metade de 2020, dos filmes de animação que a The Walt Disney produziu. Foi escolhido essa duração de tempo por estes personagens estarem mais presentes na memória das crianças ou em produtos, séries, curtas, por exemplo.

Pesquisados todos os títulos estreados ao longo desses anos, foi separado os principais personagens considerados coadjuvantes nos longas, ou seja, aquele personagem que ajuda durante toda a jornada para o principal atingir seus objetivos. A partir dessa seleção, muitos dos personagens acabam junto com o filme, entretanto alguns se salientam e conseguem ter seu próprio filme, curta ou série, tornando-se de coadjuvante para principal.

Diante toda a seleção, foi feita a Tabela 1 que abrangesse 79 filmes identificados com o intuito de analisar mais facilmente para poder selecionar os personagens que serão analisados, com base na relevância e com os conteúdos produzidos a partir.

Tabela 1 – Levantamento de filmes da The Walt Disney de 2000 a 2020

<b>Filme</b>	<b>Ano</b>	<b>Personagem(s) Coadjuvante(s)</b>	<b>Conteúdo Posterior Como Personagem Principal</b>
Fantasia 2000	2000	Pato Donald	
A Nova Onda do Imperador	2000	Kronk	Filme A Nova Onda do Kronk (2005)
The Tigger Movie	2000		Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Tigrão)
Dinossauro	2000	Baylene e Eema	
A Pequena Sereia 2 - Regresso ao Mar	2000	Sebastião e Linguado	
Atlantis: O Reino Perdido	2001	Audrey	
Monstros S.A.	2001	Boo	
Hora do Recreio	2001	Gretchen Grundler	
A Dama e o Vagabundo 2: As aventuras de Banzé	2001	Angel	
Lilo & Stitch	2002	Jumba e Agente Pleakley	Série Lilo & Stitch: A Série (2003)

<b>Filme</b>	<b>Ano</b>	<b>Personagem(s) Coadjuvante(s)</b>	<b>Conteúdo Posterior Como Personagem Principal</b>
Planeta do Tesouro	2002	Morph	
Peter Pan - De Volta à Terra do Nunca	2002	Tinker Bell	Diversos filmes a partir de 2008
O Corcunda de Notre Dame 2 - O Segredo do Sino	2002	Madelleine	
Cinderela 2 - Os Sonhos Se Realizam	2002	Jaq	
Irmão Urso	2003	Rutt e Tuke	
Stitch! O Filme	2003	Jumba e Agente Pleakley	Série Lilo & Stitch: A Série (2003)
Atlantis - O Retorno de Milo	2003	Audrey	
101 Dálmatas II: A Aventura de Patch em Londres	2003	Trovão	Curta The Further Adventures of Thunderbolt (2015)
Mogli - O Menino Lobo 2	2003	Baloo	Série Esquadrilha Parafuso (1990) e série Filhotes da Selva (1996)
Leitão - O Filme	2003		Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Leitão)
Procurando Nemo	2003	Dory	Procurando Dory (2016)
Nem Que a Vaca Tussa	2004	Buck	
O Cãozinho Esperto	2004	Mr. Jolly	
O Rei Leão 3 - Hakuna Matata	2004		Filme já baseado em personagens coadjuvantes (Timão e Pumba)
Mickey, Donald e Pateta - Os Três Mosqueteiros	2004	Pluto	
Os Incríveis	2004	Edna	Curta Auntie Edna (2018)
O Galinho Chicken Little	2005	Abby Mallard	
Pooh e o Efalante	2005	Bolota	Filme O Halloween de Pooh e o Efalante (2005)



<b>Filme</b>	<b>Ano</b>	<b>Personagem(s) Coadjuvante(s)</b>	<b>Conteúdo Posterior Como Personagem Principal</b>
A Nova Onda do Kronk	2005		Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Kronk)
O Halloween de Pooh e o Efalante	2005	Bolota	
Tarzan 2	2005	Terk e Tantor	
Mulan 2	2005	Mushu e Gri-li	
Lilo & Stitch 2 - Stitch Deu Defeito	2005	Jumba e Agente Pleakley	Série Lilo & Stitch: A Série (2003)
Selvagem	2006	Nigel	
Bambi 2 - O Grande Príncipe da Floresta	2006	Tambor	
Leroy & Stitch	2006	Jumba e Agente Pleakley	Série Lilo & Stitch: A Série (2003)
Carros	2006	Mate	Curta Mate e a Luz Fantasma (2006) e série Carros Toons: As Grandes Histórias do Mate (2008)
O Cão e a Raposa 2	2006	Tod	
O Estranho Mundo de Jack	2006	Frankenweenie	Filme Frankenweenie (2012)
A Família do Futuro	2007	Franny	
Cinderela 3 - Uma Aventura no Tempo	2007	Jaq e Tata	
Ratatouille	2007	Gusteau	
Bolt: Supercão	2008	Mittens e Rhino	
WALL-E	2008	BURN-E	Curta BURN-E (2008)
Tinker Bell - Uma Aventura no Mundo das Fadas	2008		Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Tinker Bell)
A Pequena Sereia: A História de Ariel	2008	Sebastião e Linguado	
A Princesa e o Sapo	2009	Charlotte	
Up - Altas Aventuras	2009	Dug	Curta A Missão Especial do Dug (2009)

<b>Filme</b>	<b>Ano</b>	<b>Personagem(s) Coadjuvante(s)</b>	<b>Conteúdo Posterior Como Personagem Principal</b>
Tinker Bell e o Tesouro Perdido	2009		Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Tinker Bell)
Os Fantasmas de Scrooge	2009	Marley	
Enrolados	2010	Pascal e Maximus	Curta Enrolados Outra Vez (2017)
Tinker Bell e o Resgate da Fada			Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Tinker Bell)
Toy Story 3	2010	Rex	Série Toy Story Toons (2011) e curta Toy Story: Esquecidos pelo Tempo (2014)
Winnie the Pooh	2011	Cristóvão	
Marte Precisa de Mães	2011	Gribble	
Carros 2	2011	Mate	Curta Mate e a Luz Fantasma (2006) e série Carros Toons: As Grandes Histórias do Mate (2008)
Detona Ralph	2012	Vanellope	
Valente	2012	Harris, Hubert e Hamish	
Tinker Bell: O Segredo das Fadas	2012		Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Tinker Bell)
Frankenweenie	2012		Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Frankenweenie)
Frozen: Uma Aventura Congelante	2013	Olaf e Sven	Curta Frozen: Uma Aventura de Olaf (2017)
Universidade dos Monstros	2013	Esguicho e Terry Perry	Curta Party Central (2014)
Aviões	2013	Chug	
Tinker Bell: Fadas e Piratas			Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Tinker Bell)
Operação Big Hero	2014	Baymax	

<b>Filme</b>	<b>Ano</b>	<b>Personagem(s) Coadjuvante(s)</b>	<b>Conteúdo Posterior Como Personagem Principal</b>
Aviões 2: Heróis de Fogo ao Resgate	2014	Chug	
Tinker Bell e o Monstro da Terra do Nunca	2015		Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Tinker Bell)
Divertida Mente	2015	Bing Bong	
O Bom Dinossauro	2015	Spot	
Zootopia: Essa Cidade é o Bicho	2016	Flash	
Moana: Um Mar de Aventuras	2016	Pua e HeiHei	
Procurando Dory	2016		Filme já baseado em um personagem coadjuvante (Dory)
Carros 3	2017	Mate	Curta Mate e a Luz Fantasma (2006) e série Carros Toons: As Grandes Histórias do Mate (2008)
Viva - A Vida é Uma Festa	2017	Hector	
WiFi Ralph: Quebrando a Internet	2018	Vanellope	
Os Incríveis 2	2018	Edna	Curta Auntie Edna (2018)
Frozen 2 - O Reino do Gelo	2019	Olaf	Curta Frozen: Uma Aventura de Olaf (2017)
Toy Story 4	2019	Garfinho	Série Forky Asks a Question (2019)
Dois Irmãos: Uma Jornada Fantástica	2020	Wilden Lightfoot	

**Fonte:** A Autora

Todos os filmes descritos acima foram assistidos e pesquisados para conseguir tais informações durante o final de agosto e início de setembro. No site Fandom da Disney Wiki (2019) há todos os filmes, com seus personagens e produções posteriores, podendo ter inclusive conteúdos feitos nos Estados Unidos que não foram lançadas no Brasil, como o caso da série do Garfinho, *Forky Asks a Question* (2019).

A partir dos dados apresentados na Tabela 1, foram escolhidos 12 personagens tendo como critérios de seleção produtos e conteúdos derivados e sucesso que obtiveram no âmbito infantil. São eles representados conforme Tabela 2:

Tabela 2 - Personagens Selecionados

<b>Personagem</b>	<b>Filme</b>	<b>Ano</b>
Kronk	A Nova Onda do Imperador	2000
Agente Pleakley	Lilo & Stitch	2002
Dory	Procurando Nemo	2003
Baloo	Mogli – O Menino Lobo 2	2003
Edna	Os Incríveis	2004
Mate	Carros	2006
BURN-E	WALL-E	2008
Dug	Up – Altas Aventuras	2009
Pascal	Enrolados	2010
Rex	Toy Story 3	2010
Olaf	Frozen: Uma Aventura Congelante	2013
Garfinho	Toy Story 4	2019

**Fonte:** A Autora

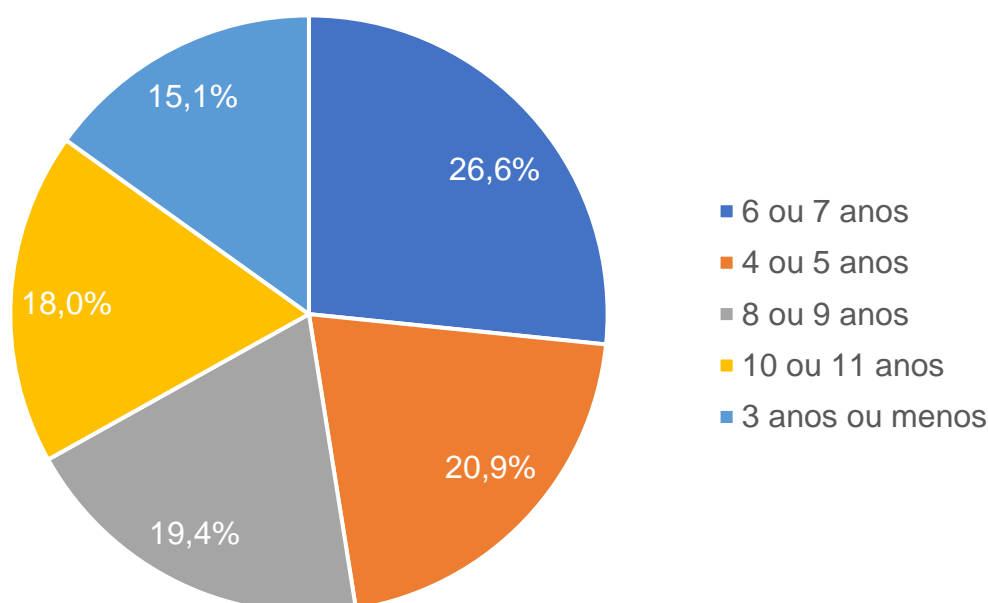
Selecionados os personagens, uma pesquisa quantitativa foi feita com crianças de 3 a 11 anos no Brasil, no mês de setembro de 2020, para entender: dentre os 12 coadjuvantes identificados, qual(is) o(s) personagem(s) mais relevante(s) para esse público, qual(is) o(s) que elas mais se identificam e com quais características. A pesquisa foi feita a partir do formulário online Survio<sup>2</sup>, questionando a idade, sexo, colégio, a escolha de um dos 12 personagens selecionados e suas características. Nessa seleção, foi feita uma pergunta com 20 opções de características diversas, técnica usada para a criança poder se expressar de qual forma qualifica esse personagem, escolhendo livremente um personagem e as características que acredita descrever e se identificar. Com apenas 5 perguntas, o tempo médio de realização foi de 2 a 5 minutos.

<sup>2</sup> Pesquisa disponibilizada no Apêndice para consulta.

As características foram escolhidas a partir da percepção durante os filmes dos personagens, além de algumas outras distintas que poderiam ser interessantes para a pesquisa, como as características responsabilidade e calma. Foi adicionado a ansiedade e a preocupação no questionário para perceber e entender se as crianças as percebem, bem como se identifiquem com elas.

Após feito o questionário, identificou-se crianças e pais que pudessem compartilhar o questionário em grupos e amigos e ajudar a obter respostas de crianças, além de grupos de mães e pais no Facebook. Foi procurado colégios de Porto Alegre que pudessem ajudar na pesquisa, mas todos negaram no momento feito, por causa da situação atual do COVID-19. Independentemente disso, foram obtidas 139 respostas, sendo estes 78 do sexo feminino e 61 do masculino. A maior parte (37 respostas) dos entrevistados tinham 6 ou 7 anos e a menor parte (21 respostas), 3 anos ou menos, conforme a Figura 2.

Figura 2 - Representação percentual das idades dos respondentes



**Fonte:** A Autora

A duração do questionário foi do dia 09 ao dia 22 de setembro de 2020, concluindo 13 dias de obtenção de respostas.

## 5.1 RESULTADOS

A partir do entendimento dos valores da infância, das tecnologias do imaginário e da produção dos personagens, foi separado e estudado, com as considerações e o

olhar das crianças, 12 personagens coadjuvantes feitos pelo estúdio da The Walt Disney. A relação dos personagens coadjuvantes desse estúdio com as crianças é tão importante e relevante que, posteriormente, acabam se tornando principais em seus próprios filmes, curtas ou séries. Além disso, tais personagens, desde muito tempo na The Walt Disney, têm se destacado e se explorado ao máximo para que se tenha uma conexão e amor por esses. Por exemplo, a Sininho foi criada como personagem coadjuvante do filme Peter Pan em 1953. Nesse filme, Sininho não falava e apenas demonstrava e se expressava pelos gestos. Hoje em dia, Sininho/Tinker Bell virou a marca registrada da Disney com mais de 10 filmes apenas das aventuras dela e de suas amigas, além de ser um ícone em todas as entradas de filmes (o pó mágico que dá a volta no castelo em todas as aberturas) e nos famosos shows de fogos de artifício dos parques, os quais sempre acabam com ela chegando ao castelo principal pelo céu.

Os 12 personagens coadjuvantes selecionados para se estudar nesta pesquisa são:

1. Kronk, personagem do filme A Nova Onda do Imperador (2000), conforme Figura 3, teve seu filme como principal posteriormente: A Nova Onda do Kronk (2005). É um personagem de bom coração, mesmo que trabalhe com a Yzma (vilã do filme), fala com animais e é um super cozinheiro.

Figura 3 - Personagem Kronk de A Nova Onda do Imperador



Fonte: Twitter (2019)

2. Agente Pleakley, um dos coadjuvantes de Lilo & Stitch (2002) e todos os outros filmes da série (Stitch! O Filme em 2003; Lilo & Stitch 2 - Stitch Deu Defeito em 2005). Ele era a dupla alienígena de Jumba, os dois estavam sempre juntos para conseguir resgatar Stitch da terra. Logo

após o filme, em 2003, foi lançada Lilo & Stitch: A Série em que tanto Jumba como o Agente Pleakley se tornam principais juntamente com a Lilo e o Stitch. Agente Pleakley, apresentado na Figura 4, é um personagem sem gênero definido, às vezes aparecendo como homem e outras como mulher, é responsável, mas atrapalhado e está sempre pronto para ajudar.

Figura 4 - Personagem Agente Pleakley de Lilo & Stitch



Fonte: AminoApps (2017)

3. Dory de Procurando Nemo (2003), representada na Figura 5, virou uma referência para inúmeras crianças por conta das características e falas marcantes da personagem. Dory ganhou seu próprio filme em 2016: Procurando Dory. Essa personagem é um peixinho super dedicado aos amigos, tem problemas de memória recente, a tornando muito amada e divertida entre as crianças.

Figura 5 - Personagem Dory de Procurando o Nemo



Fonte: Revista Galileu (2016)

4. Baloo ou Balu de Mogli – O Menino Lobo 2 (2003) é um grande urso, como aparece na Figura 6, e grande amigo de Mogli, o menino da selva. Possui um bom coração, sem medo de afrontar os outros quando alguém que ama está em perigo, Baloo é leve e descontraído, sendo uma ótima companhia para seus amigos, que o consideram família, mesmo que não sendo de sangue. Ganhou duas séries, as quais é principal, após sua primeira aparição no filme Mogli – O Menino Lobo (1967).

Figura 6 - Personagem Baloo de Mogli - O Menino Lobo 2



Fonte: Disney Wiki (2004)

5. Edna, personagem de Os Incríveis (2004) e Os Incríveis 2 (2018), ganhou um curta em 2018: Auntie Edna. A personagem é retratada como bem baixinha, com sua franja e óculos característicos, conforme a Figura 7. É a estilista dos super heróis, com personalidade extremamente séria e confiável.



Figura 7 - Personagem Edna de Os Incríveis



Fonte: Pinterest (2020a)

6. Mate, conforme a Figura 8, de Carros (2006), Carros 2 (2011) e Carros 3 (2017). Teve seu curta Mate e a Luz Fantasma em 2006, além de sua série Carros Toons: As Grandes Histórias do Mate em 2008. Mate é uma lata-velha super simpática e leal aos seus amigos, se doando ao máximo para as pessoas que ama.

Figura 8 - Personagem Mate de Carros



Fonte: Elo7 (2018)

7. BURN-E, coadjuvante de WALL-E (2008), teve um curta sobre si, o qual levava apenas o seu nome, no mesmo ano de lançamento do filme de WALL-E. BURN-E é um robô da nave que o conserta e arruma, representado na Figura 9. Demonstra comportamento divertido e super

focado nas tarefas em que precisa fazer, mesmo que seja facilmente distraído.

Figura 9 - Personagem BURN-E de WALL-E



Fonte: AminoApps (2019)

8. Dug de Up - Altas Aventuras (2009) tem seu curta, também de 2009, A Missão Especial do Dug. Ele é um cachorro que recebe a habilidade de falar, o tornando super único, além de suas qualidades de amizade, otimismo e constante distração. Possui suas características físicas representadas na Figura 10.

Figura 10 - Personagem Dug de Up - Altas Aventuras

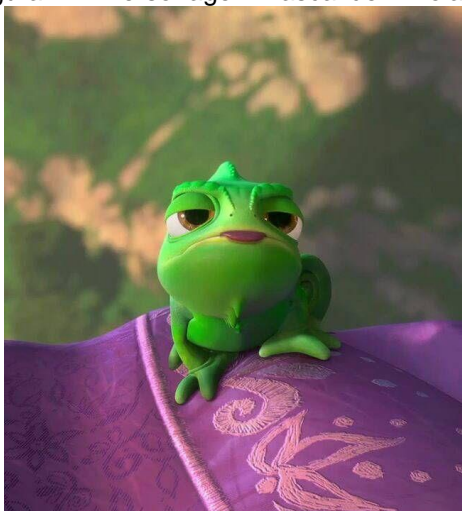


Fonte: Disney Wiki (2009)

9. Pascal, o pequeno personagem coadjuvante de Enrolados (2010), possui o curta Enrolados Outra Vez de 2017, juntamente ao Maximus, outro coadjuvante do filme. Pascal, conforme a Figura 11, é um camaleão, considerado o melhor amigo e maior companheiro de

Rapunzel, sendo extremamente fiel, inteligente, ciumento e engraçado, divertindo o público infantil com suas ações.

Figura 11 - Personagem Pascal de Enrolados



Fonte: Pinterest (2020b)

10. Rex, um dos muitos personagens coadjuvantes do filme *Toy Story 3* (2010), além de todos os outros filmes da franquia. Rex participa tanto de todos os episódios da série *Toy Story Toons* de 2011, como do curta *Toy Story Esquecidos pelo Tempo* de 2014, o qual se torna principal. Rex mesmo sendo um dinossauro apresentado na Figura 12, não tem nenhum traço maldade ou brabeza nele, ao contrário, é super sensível, medroso e carinhoso com todos. Possui seus pequenos braços, característica a qual o torna cômico em diversos momentos de aparições.

Figura 12 - Personagem Rex de Toy Story 3



Fonte: Business Insider (2016)

11. Olaf, coadjuvante de Frozen: Uma Aventura Congelante (2013) e de Frozen 2: O Reino do Gelo (2019). O personagem tem seu próprio curta de 2017: Frozen: Uma Aventura de Olaf. Sendo um boneco de neve muitíssimo querido pelo público infantil, Olaf, apresentado na Figura 13, é muito amável, falante e está sempre se arriscando por seus amigos. É questionador da vida e ama a ideia do verão.

Figura 13 - Personagem Olaf de Frozen: Uma Aventura Congelante



Fonte: Courtney Coherent (2013)

12. E por último em ordem de lançamento dos filmes, Garfinho de Toy Story 4 (2019) é um personagem que só apareceu no quarto filme da coleção do Toy Story. Posteriormente ganhou a série Forky Asks a Question de 2019. Garfinho é um personagem feito de lixo pela Bonnie, a atual dona dos brinquedos, e durante toda a trama ele acredita pertencer ao lixo e não a sua criadora. Ele tem uma personalidade cômica, sendo uma mistura de medroso, rabugento, honesto e muito bom em fazer amigos. Na Figura 14 pode-se perceber seus traços físicos:

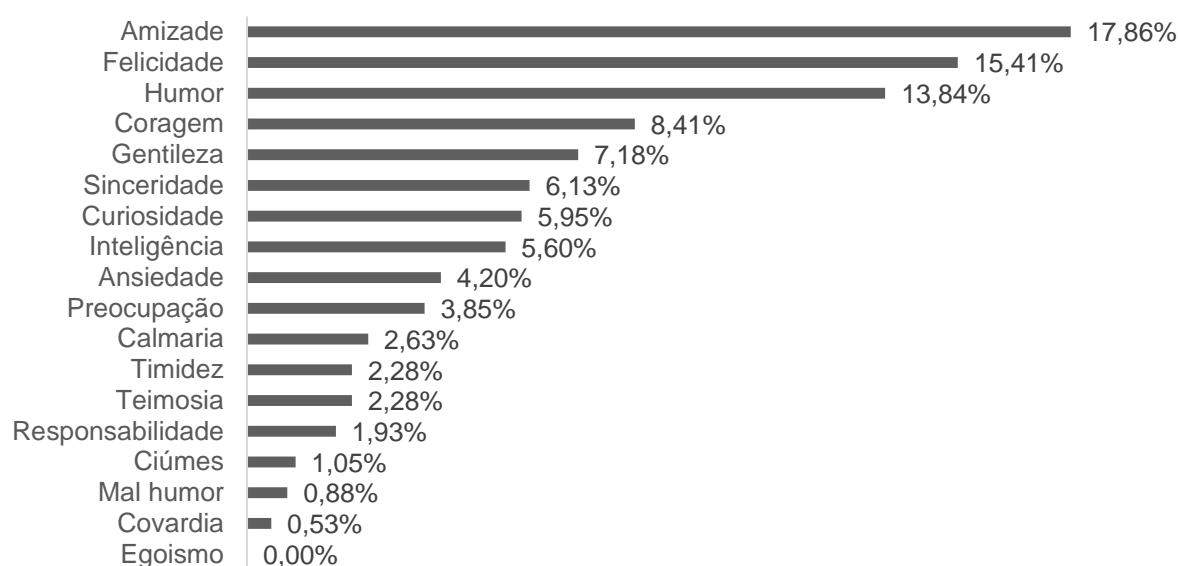
Figura 14 - Personagem Garfinho de Toy Story 4



Fonte: NerdBunker (2019)

Ao perguntar quais as características percebidas por elas quanto a um dos personagens escolhidos destes, o atributo mais notado foi a amizade, com 17,9% das respostas, seguido por felicidade, humor e coragem. A característica que ninguém achou que se relacionasse ao personagem foi o egoísmo, no entanto, características como covardia, mal humor e ciúmes foram selecionadas por algumas crianças. Segue gráfico obtido na Figura 15 a partir de todas as respostas, independente do personagem que fora escolhido para analisar:

Figura 15 - Gráfico compilado das características de todos os personagens



**Fonte:** A Autora

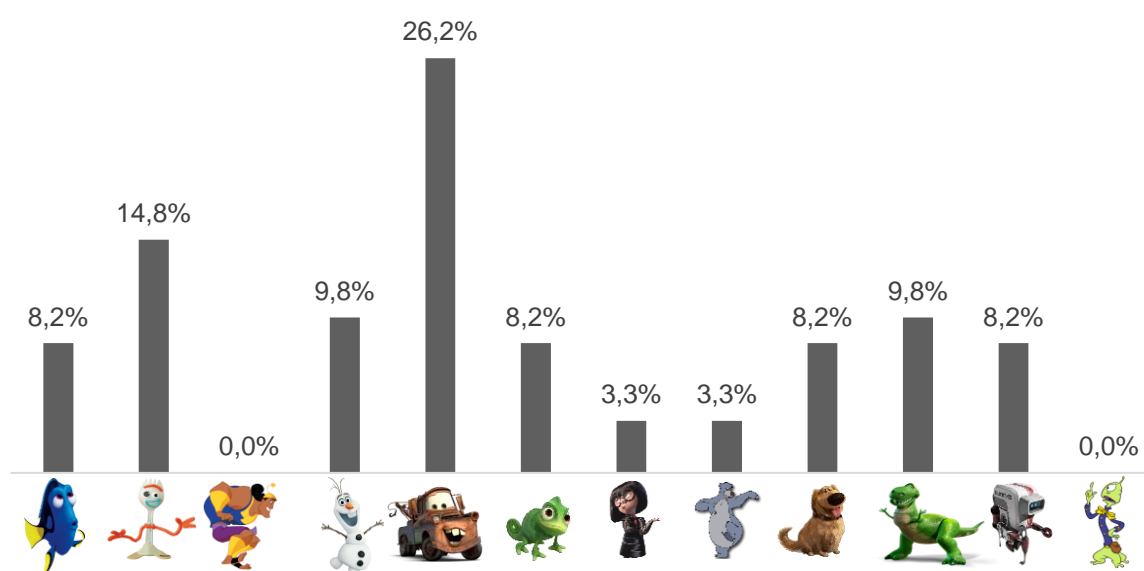
Em relação a projeção e a identificação das crianças com os personagens, foi solicitado que selecionassem apenas um dos 12 personagens para seguir o questionário. Não pedindo o preferido, as crianças escolheram o que quiseram, levando em consideração a identificação por eles no exato momento. O personagem mais escolhido foi o Olaf, por 39 crianças ao total, formando 28,1% dos respondentes. Após o Olaf, com 12,2%, está o Mate em empate com a Dory e em seguida o Pascal, com 11,5%. Nenhuma criança selecionou o Kronk ou o Agente Pleakley, podendo estar relacionado ao ano de lançamento dos filmes, 2000 e 2002, em oposição com os mais votados que são mais atuais e talvez mais conhecidos ou lembrados pelas crianças.

Os 39 respondentes que escolheram o Olaf como o personagem a analisar foi em grande maioria o público feminino, sendo apenas 6 do sexo masculino. Na tabela das características percebidas no Olaf, a amizade, felicidade e humor continuam nos primeiros lugares, porém em quarto lugar ficou a curiosidade, seguido por sinceridade

e gentileza. Coragem, a qual estava em quarto lugar na tabela geral, desceu, não sendo um traço muito relevante nesse personagem aos olhos de tais crianças. Outra troca de lugar no ranking foi nos menos percebidos, o qual anteriormente o ciúmes estaria entre os cinco últimos, no Olaf a timidez entrou nos últimos e o ciúmes subiu nos votos, tendo 1,1%.

Analisando apenas as respostas dos meninos, a tabela dos personagens escolhidos se tornaria bem diferente da analisada por todos, isso por que o personagem Mate está em primeiro lugar, seguido pelo Garfinho e com embate o Rex e o Olaf, conforme a Figura 16.

Figura 16 – Gráfico dos personagens escolhidos apenas pelos respondentes do sexo masculino

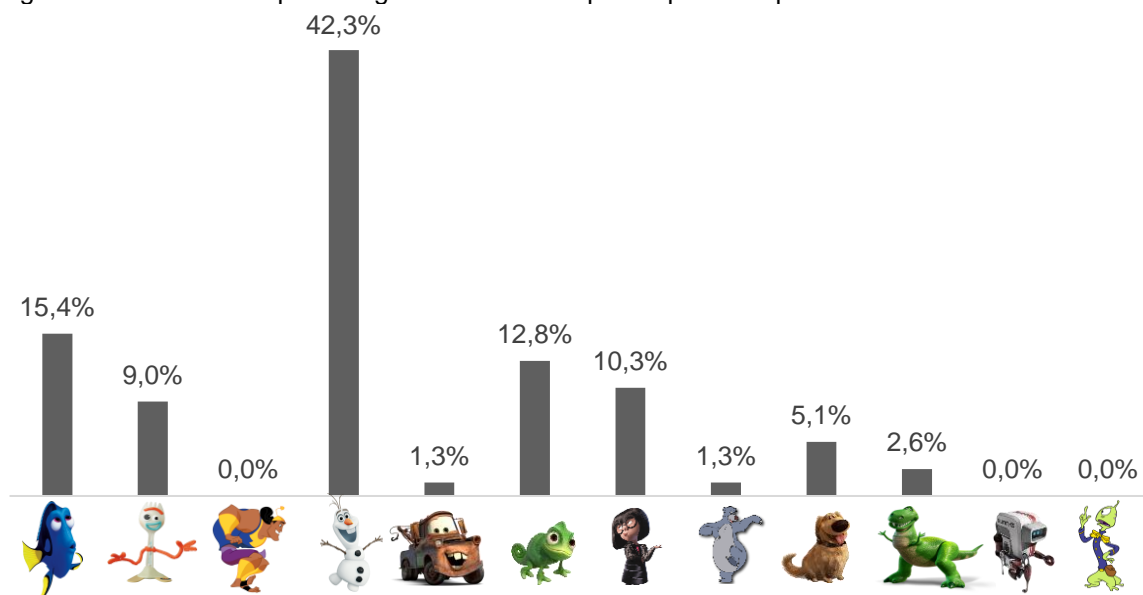


**Fonte:** A Autora

Ainda em relação a pesquisa selecionando somente os meninos, Dory, Pascal, Dug e BURN-E estão empatados com 8,2%, possuindo uma grande diferença quando analisando apenas as respostas das meninas. Em relação às características, felicidade, amizade e humor continuam nos primeiros lugares, assim como quando se é visto apenas as características percebidas no personagem Mate, o mais selecionado entre estes.

Em relação às meninas, a tabela de resultados modificou drasticamente novamente: o Olaf em primeiro lugar com a maioria das respostas, a Dory em segundo e o Pascal em terceiro. Sem empates, como o dos meninos, o Rex teve apenas duas escolhas, assim como o Mate, que só foi escolhido por uma menina.

Figura 17 - Gráfico dos personagens escolhidos apenas pelos respondentes do sexo feminino

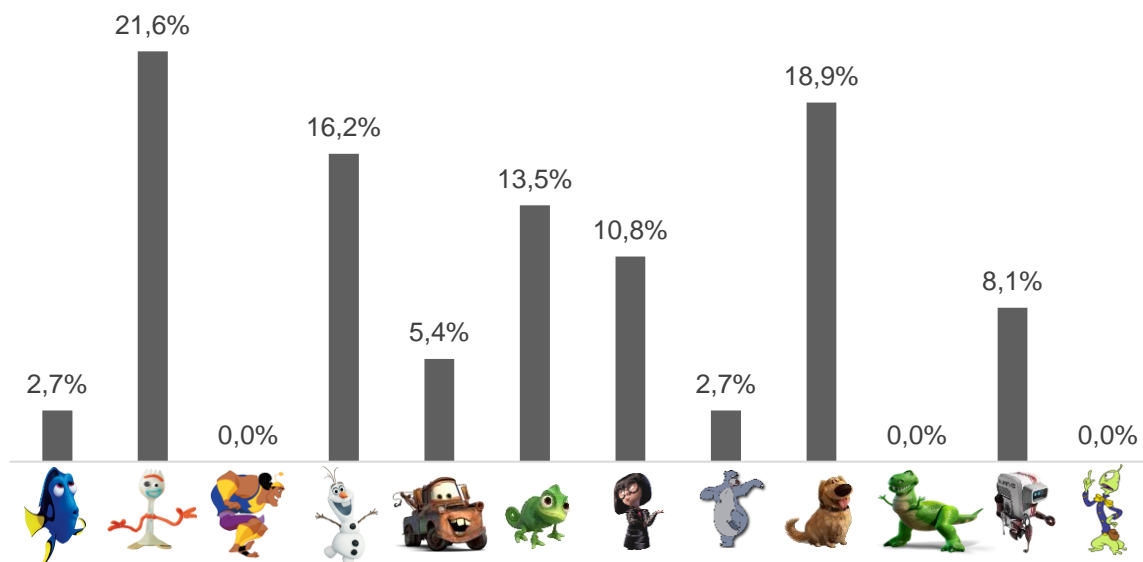


**Fonte:** A Autora

Em comparação, pode-se perceber que o contexto e questões como gênero aparecem nas escolhas, pois para os meninos os personagens mais escolhidos foram de filmes de carros e brinquedos, enquanto para as meninas são de filmes com princesas ou talvez por serem personagens mulheres, identificando que a projeção do sexo da criança conta significativamente na hora da escolha e identificação com o personagem.

Outro contraste nos resultados da pesquisa é visto quando é separado pela idade dos respondentes. Para as crianças de 3 anos ou menos, houve empate entre os personagens Olaf e Mate, seguido pela Dory. Tendo em vista que foram onze do sexo feminino e dez do masculino, é perceptível a mescla entre os dois personagens mais escolhidos. No entanto, não houve nenhum que selecionou o Garfinho ou o BURN-E. Quando foi pego apenas as respostas das crianças de 4 e 5 anos, quinze sendo do sexo masculino e quatorze feminino, o Olaf permanece no topo, seguido pela Dory, Garfinho e Mate. Para as de 6 e 7 anos, houve uma diferença muito grande na escolha, conforme se é visto na Figura 18:

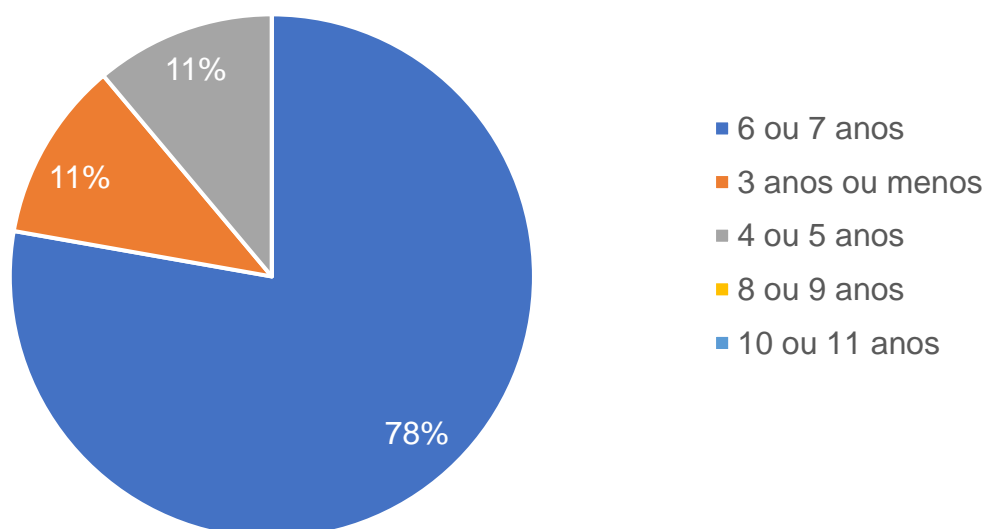
Figura 18 - Gráfico dos personagens escolhidos apenas pelos respondentes com idade entre 6 e 7 anos



Fonte: A Autora

O Garfinho, o qual ficaria em quarto lugar na pesquisa em geral, foi o mais escolhido por essa idade, seguido pelo Dug, sétimo na geral com nove escolhas. Ou seja, Dug tem praticamente 80% das seleções pelas crianças de 6 e 7 anos apenas. Conforme a tabela a seguir, nenhuma criança com mais de 7 anos escolheu o Dug como o personagem a analisar, o que é interessante devido ao fato de pertencer a um filme feito em 2009, ou seja, deveria ter mais chance dos mais velhos escolherem.

Figura 19 – Gráfico de idade dos respondentes do personagem Dug

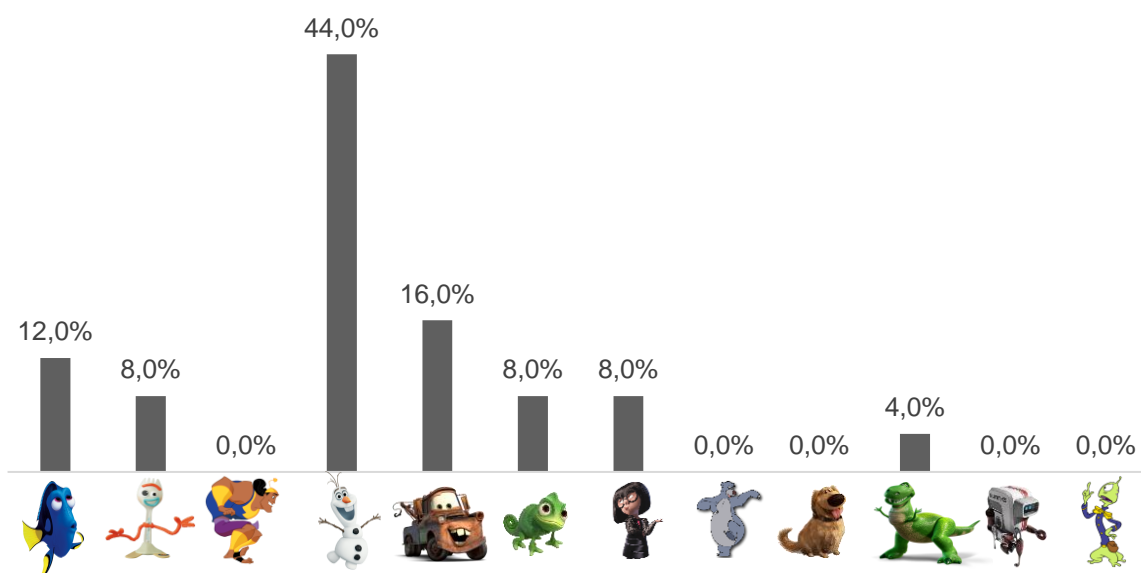


Fonte: A Autora



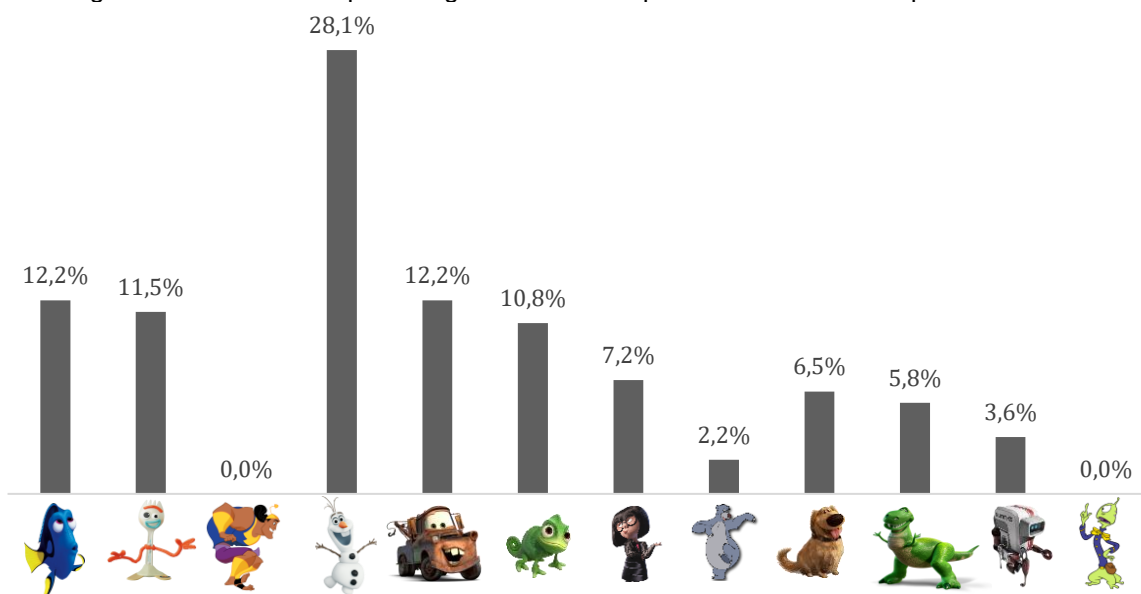
Ao seleccionar somente os respondentes de 8 e 9 anos, tendo 5 crianças do sexo feminino a mais em relação ao masculino, a ordem permaneceu com o Olaf em liderança com 33% das seleções, seguido por Pascal, Rex, Dory e Edna em empate, com 11,1%. Já com as crianças de 10 e 11 anos, o gráfico se manteve relativamente igual em ordem a obtida pela tabela geral de respostas representada nas Figura 20 e Figura 21:

Figura 20 - Gráfico dos personagens escolhidos apenas pelos respondentes com idade entre 10 e 11 anos



Fonte: A Autora

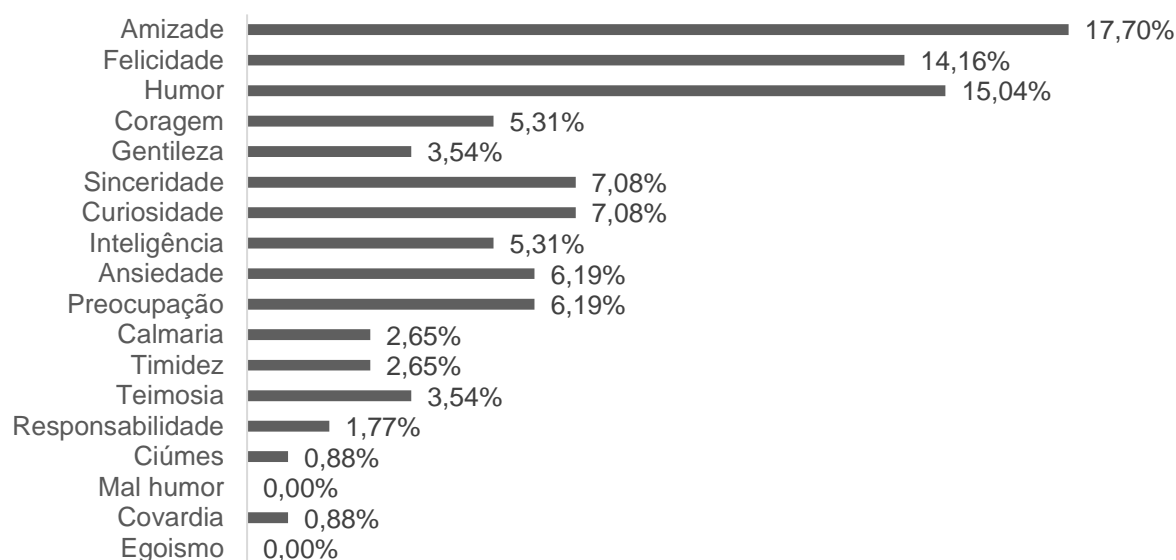
Figura 21 - Gráfico dos personagens escolhidos pela totalidade dos respondentes



Fonte: A Autora

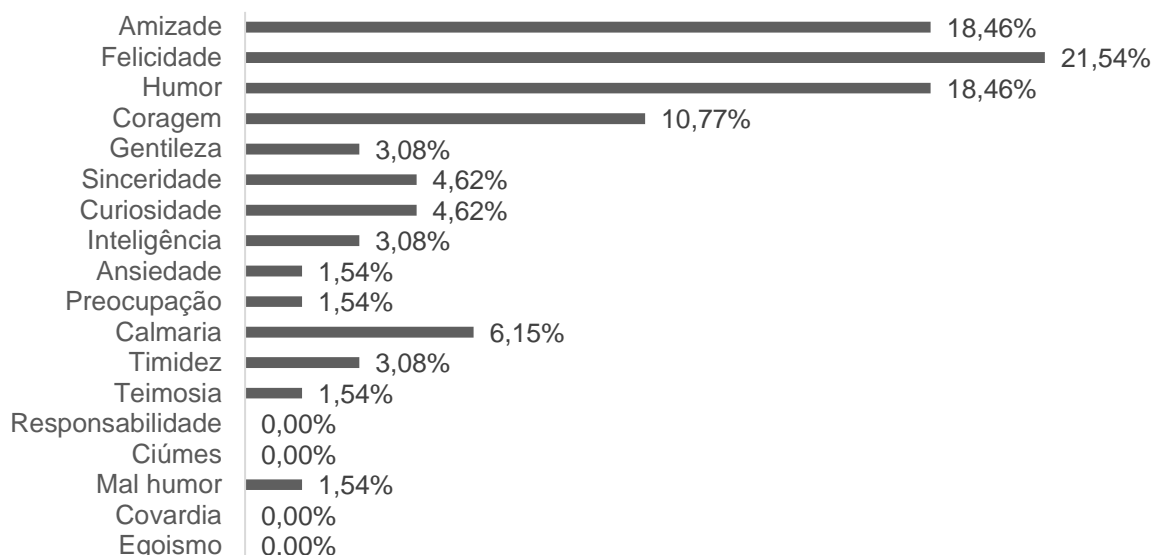
Dentre as características percebidas nos personagens, separando por todas idades e sexos, sempre permaneceu na mesma ordem com amizade, felicidade e humor nos primeiros lugares, conforme Figura 15. Apenas uma modificação com as idades entre 10 e 11 anos que identificaram humor em segundo lugar em vez de terceiro no ranking das características, conforme Figura 22. Essa informação pode estar relacionada ao fato de crianças mais novas não perceberem tanto o humor nas ações e diálogos e exaltar questões como amizade, algo que já é presente em suas vidas. Outra consideração que é interessante perceber é que características como sinceridade, curiosidade, ansiedade e preocupação seguem logo abaixo de felicidade, entre as mais percebidas. Tais traços, em comparação com a Figura 23, não são tão identificados, e calma e coragem, por exemplo, são muito mais visíveis aos menores em relação a questões de ansiedade e preocupação (com apenas 1,54%). Conforme a Figura 24, há uma crescente identificação de ansiedade e preocupação, sempre com a mesma quantidade de votos, com 3,47%. Pode-se ver que conforme o crescimento, mais as crianças percebem tais traços nos personagens. Ainda de acordo com a Figura 24, calma há uma diminuição, no entanto, coragem continua sendo uma característica forte para essa idade.

Figura 22 - Gráfico das características de todos os personagens para crianças de 10 e 11 anos



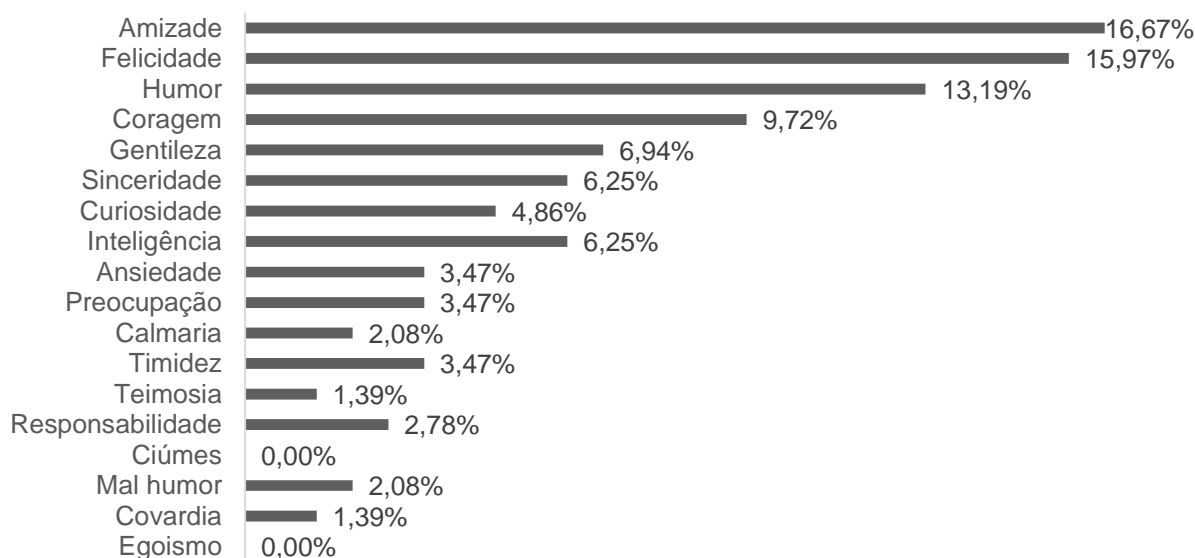
Fonte: A Autora

Figura 23 - Gráfico das características de todos os personagens para crianças de 3 anos ou menos



Fonte: A Autora

Figura 24 - Gráfico das características de todos os personagens para crianças de 6 e 7 anos

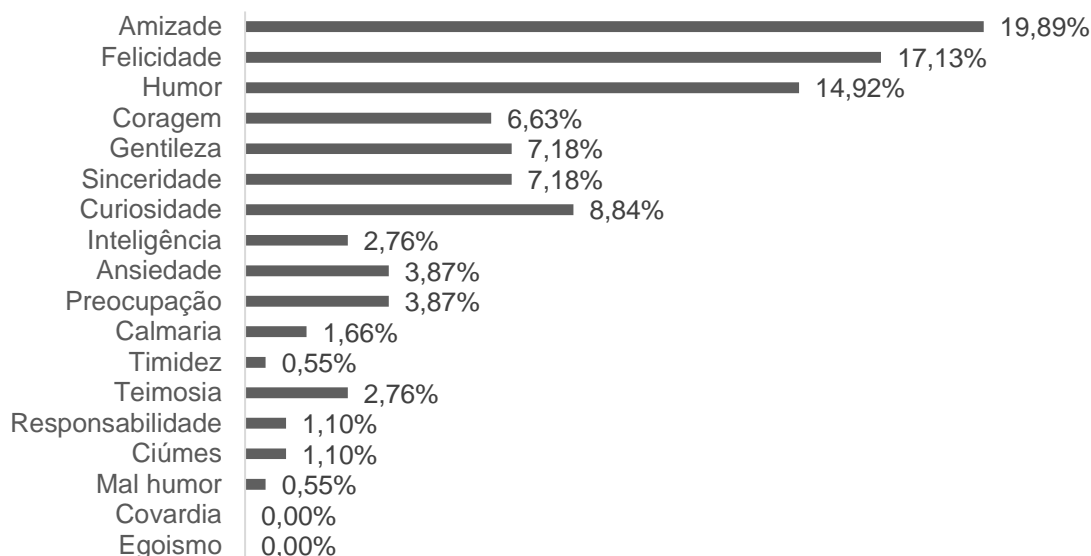


Fonte: A Autora

Em relação ao personagem Olaf, um dos personagens mais escolhido entre todas as idades, gentileza, sinceridade e curiosidade, além de amizade, felicidade e humor, formam seus traços pelas percepções dos respondentes. Covardia e egoísmo não são percebidos, podendo ser características contrastantes à coragem e amizade, de acordo com a Figura 25. Da mesma forma, na Figura 26, o personagem com menos escolhas, mostra os mesmos traços principais de personalidade do Olaf como amizade, felicidade, humor, gentileza e sinceridade. Em contrapartida, coragem se torna um ponto forte na visão das crianças em relação ao personagem, o qual quando

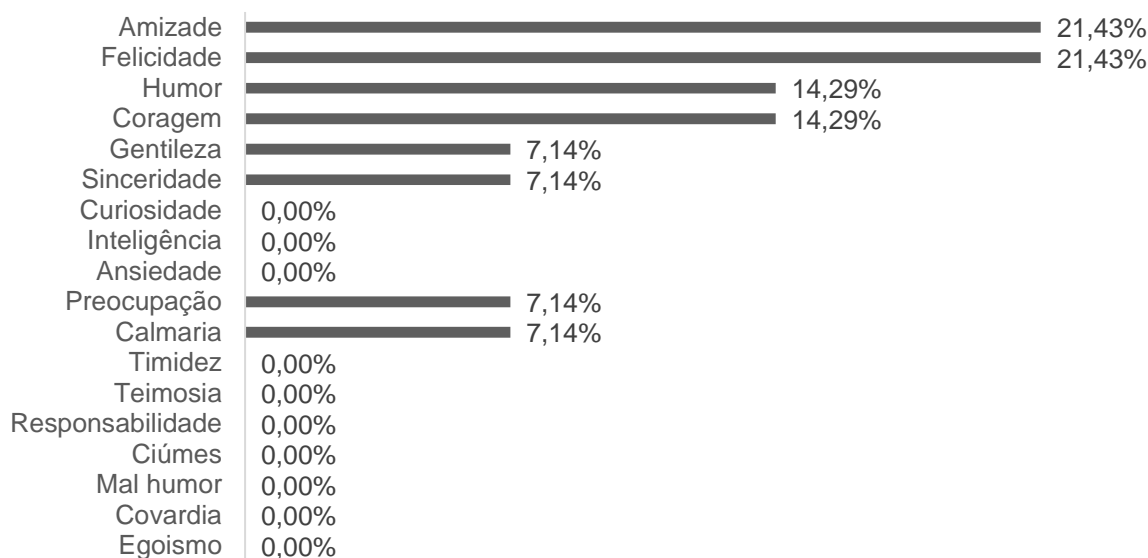
em relação ao Olaf não há tanto. Interessante perceber, também, que com o mesmo percentual, 7,14%, três traços opostos se compõem: preocupação, ansiedade e calma.

Figura 25 - Gráfico das características do personagem Olaf



Fonte: A Autora

Figura 26 - Gráfico das características do personagem Baloo

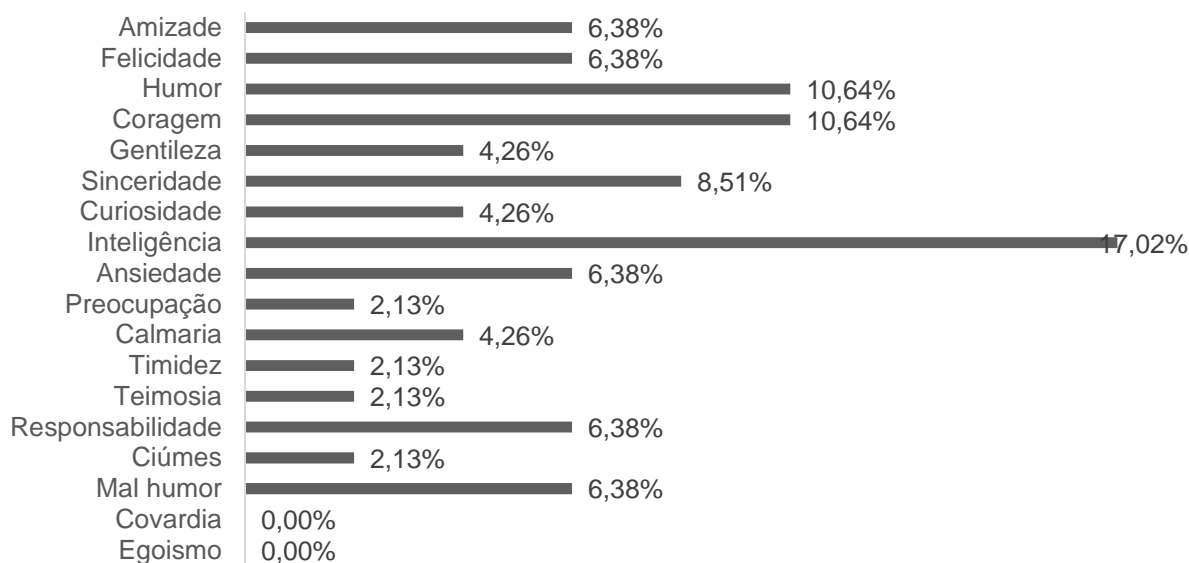


Fonte: A Autora

Quando analisadas as características que escolheram para cada um dos personagens, houve apenas dois personagens que se diferiram dos outros: a Edna e o BURN-E. Em ambos, o atributo mais percebido foi a inteligência, com muito mais votos em relação aos outros. É interessante também perceber que o BURN-E não fala em nenhum momento nem de seu filme e nem de seu curta, mas apenas com os gestos foi possível a percepção de suas características pelas crianças. No restante

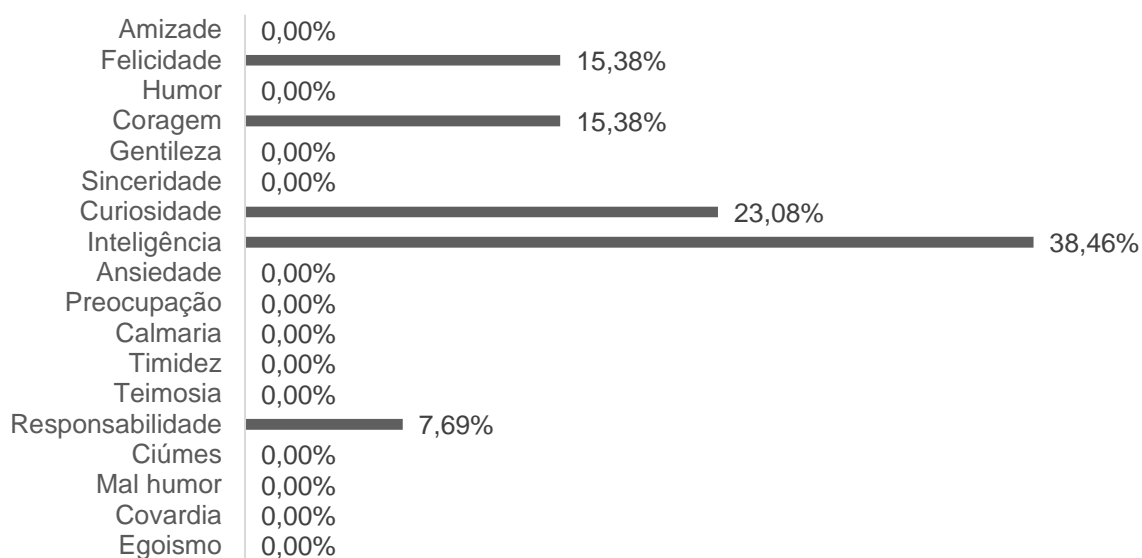
dos nove personagens, se mantiveram felicidade, amizade e humor nas principais características.

Figura 27 - Gráfico das características da personagem Edna



Fonte: A Autora

Figura 28 - Gráfico das características do personagem BURN-E



Fonte: A Autora

Para entender de onde os personagens mais selecionados demonstram seus jeitos e características, precisa-se entender as suas trajetórias nos filmes em que foram apresentados, ou seja, nos primeiros filmes em que apareceram:

Frozen (2013) - Uma Aventura Congelante, onde o Olaf, o personagem mais escolhido tem sua primeira aparição: o filme se passa em Arendell, onde Elsa e Anna são separadas ainda na infância por conta dos poderes de Elsa. Assim que seus pais morrem em um acidente marítimo em uma viagem, Elsa se prepara para assumir o

reino e reencontra sua irmã mais nova, a qual tem ideias e pensamentos positivos e inocentes demais. Elsa se assusta com seus próprios poderes e inseguranças quando está ao redor de outras pessoas e resolve se isolar no meio do gelo sozinha. Com o reino congelado pelos poderes de Elsa, Anna parte para uma missão de resgate de sua irmã para quebrar o feitiço jogado. Nesse percurso, Anna encontra seus novos amigos Kristoff e Sven, além de se reencontrar com Olaf, o boneco de neve que Elsa criava em suas brincadeiras.

Carros (2006), o filme com a primeira aparição de Mate: o carro famoso de corridas Relâmpago McQueen está se preparando para sua próxima corrida da Copa Pistão e, com seu estrelismo e arrogância, faz com que o caminhão de sua equipe o transporte durante a noite inteira para ser o primeiro carro a chegar na pista. No entanto, Mack, o caminhão, acaba dormindo e Relâmpago McQueen escorrega e se perde no meio do nada. Nisso, se encontra em uma pequena cidade de moradores humildes Radiator Springs, os quais o ensina bons modos, valor da amizade e do trabalho-duro. Lá, o carro de corrida conhece seu novo melhor amigo, Mate, um lata-velha que o apoia nos momentos bons e ruins.

Procurando Nemo (2003), com a personagem Dory: Marlin e Nemo, família peixes palhaços, moram nos corais e vivem uma vida tranquila e segura após o grande trauma de Marlin, que perdeu seus outros filhos e sua mulher para virarem alimento de animais maiores. Super protetor, Marlin leva Nemo para começar a escola, porém Marlin sem confiar em Nemo o segue e deixa seu filho muito irritado pela falta de confiança. Nemo então nada até o mar aberto onde é capturado por um mergulhador. A partir disso, Marlin parte mar afora para reencontrar seu filho e o trazer de volta para casa, criando experiências assustadoras e incríveis junto a Dory, uma recém-conhecida com perda de memória recente. Nemo, ao mesmo tempo, conhece um novo mundo perigoso e muito diferente ao lado de seus novos amigos de aquário.

Com tais sinopses é possível identificar que todos esses personagens coadjuvantes selecionados (Olaf, Mate e Dory) estão sempre a ajudar os personagens principais, além dos três serem extremamente simpáticos e humildes em todas as situações. Em Frozen - Uma Aventura Congelante (2013) e Procurando Nemo (2006) há uma aventura de procurar algum personagem perdido como objetivo principal, com aventuras aterrorizantes e outras super divertidas. Nesses dois filmes também há uma perda dos pais dos personagens principais, fazendo tais personagens crescerem com tais traumas. Para finalizar, em todos os filmes houve um aprendizado em comum: a

amizade. Os amigos que todos os personagens principais fazem durante a trama se tornam essenciais para conseguirem chegar aonde querem, além de trazer muita felicidade e ensinamentos durante o percurso.

Em resumo e de todas as formas, foi importante perceber que independente de qual parte do Brasil, qual idade ou qual sexo, houve identificação das crianças em relação aos personagens feitos pela The Walt Disney, ou seja, mesmo que talvez não conhecessem todos, pelo menos algum eles conheciam a ponto de conseguir analisar suas características. Isso é um efeito da indústria cultural que dá a possibilidade de distribuir cultura, como esses filmes, para todas as crianças. Além disso, foi possível identificar as tendências e modelos que o cinema mostra por meio dos filmes, juntamente com a identificação e projeção para que entre as idades e os sexos houvessem tantos traços em comum na hora de decidir qual personagem escolher.

Claro, há uma escolha abundante do personagem Olaf, principalmente entre as meninas, e isso pode se relacionar com a personalidade do personagem e o jeito que a The Walt Disney o fez, no entanto, quando relacionado com os outros personagens, todas as características listadas, mesmo que com pequenas alterações, continuavam as mesmas como principais em sua maioria. Essa semelhança de atributos na personalidade exhibe que a criação dos personagens coadjuvantes pela The Walt Disney tende a serem felizes, amigos e engraçados principalmente pelos olhos das crianças. E, os que não são, possuem traços específicos de inteligência, porém são minoria dentre os personagens analisados.

Além disso, os personagens de animação estão se tornando cada vez mais importante para o crescimento e aprendizado das crianças, criando um laço emocional com os seus personagens favoritos. Atualmente, com as crianças crescendo em frente a televisão e mídias em geral, passando mais tempo em frente a estes do que com pais e professores, esse fenômeno de amor e inspiração pelos personagens se tornam cada vez maior e mais significativo para criar sua identidade e sua personalidade.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho conseguiu entender todas as questões propostas, passando por uma linha de ideias e compreensões até alcançar seus objetivos e resultados. A indústria cultural foi de grande importância para conseguir ter a sociedade e cultura obtida atualmente, aderindo o cinema e todas as suas vertentes posteriores, como os conteúdos e produtos feitos a partir dele.

O cinema consegue criar e apresentar padrões e modelos para os espectadores, podendo correlacionar o imaginário com o cotidiano de cada um. Além disso, com essa tecnologia, houve um movimento de amor pelos personagens e estrelas do cinema, criando uma identificação do espectador pelo personagem. Quando isso ocorre, as publicidades e produtos feitos a partir desse personagem tomam proporções incomparáveis e de valores imensuráveis. Ainda sobre tais personagens, ao olhar da criança, os principais destinatários dessa produção, podem criar maneiras de viver e ver a vida, ou seja, projetando as situações em como os personagens agiriam, podendo criar sua personalidade com base nessas percepções.

A infância é a fase mais importante para a definição de uma identidade, por isso a exposição de certos estímulos e inspirações se tornam tão importantes nessa fase. Com a facilidade de as crianças migrarem do real para o imaginário, a troca que elas possuem com o cinema é tão forte, além de criar laços reais de amizade e admiração com os personagens de seus filmes favoritos, os quais normalmente são de desenhos animados. Por isso, o "Maravilhoso Mundo da Disney" se torna tão relevante para essa idade, pois além de conter os conteúdos de animação mais reconhecidos pelo mundo, contam com a criação de produtos e conteúdos adicionais ao filme, deixando ainda mais fácil de a criança ter representações e situações para se projetarem, além de poder obter os produtos e criar laços emocionais ainda mais fortes.

Desta forma, o estúdio The Walt Disney se utiliza de estratégias psicológicas, como a criação do imaginário, projeção e identificação das crianças com os personagens. Isso acontece desde características humanas que eles possuem nos personagens, histórias e situações cotidianas misturadas com magia, a voz usada para dublar os desenhos, além do excesso de personalidade, podendo identificar tais personagens apenas por suas características. Também se é aproveitada a criação dos personagens coadjuvantes como uma maneira de deixar a história mais leve e



divertida para as crianças, trazendo valores importantes e marcantes como amizade, felicidade e humor principalmente.

Em contextos de aventura e características como humildade e valores da amizade, como estar sempre disposto a ajudar, além de estar sempre com um sorriso no rosto, demonstrando felicidade até em momentos mais delicados, os três personagens mais selecionados pelas crianças possuem traços comuns entre si. Entre os 12 personagens selecionados, quando não possuem esses traços principais, como a Edna e o BURN-E, fogem do padrão para traços de responsabilidade e inteligência, principalmente.

De modo geral, a relação que os personagens coadjuvantes criam com as crianças é de um laço de identificação. Identificação essa que se é passada pela projeção dos espectadores com os personagens em momentos cotidianos nos filmes, assim como seus modos de ser e agir. Os personagens selecionados e estudados da The Walt Disney representam uma questão forte de amizade, felicidade e humor.

Além de tal resultado, foi possível observar a relação que as crianças, principalmente do sexo feminino, criaram com o Olaf, mesmo possuindo traços apresentados tão parecidos com os outros personagens apresentados. Dessa maneira, por ser tão gostado por eles, podem acabar se projetando e aderindo a seus conteúdos e produtos.

De qualquer forma, há padrões aparentes nas percepções das crianças em relação aos personagens coadjuvantes da The Walt Disney, criando alguma distinção entre as idades e sexos, porém independente do personagem, são sempre analisadas os mesmos traços como os mais fortes e tais traços podendo ser projetados e inseridos nas personalidades das crianças espectadoras.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**A historia dos desenhos animados.** 2010. Disponível em: < <https://desenhosanimado5.wordpress.com/a-historia-do-desenho-animado/> >. Acesso em: 18 set. 2020.

**AminoApps.** 2017. Disponível em: < [https://aminoapps.com/c/lilo-and-stitch/page/item/pleakley/MQjB\\_zdec0I7IQ8L3Z3JLJ3L0Gn65JM4nZK](https://aminoapps.com/c/lilo-and-stitch/page/item/pleakley/MQjB_zdec0I7IQ8L3Z3JLJ3L0Gn65JM4nZK) >. Acesso em: 3 nov. 2020.

**AminoApps.** 2019. Disponível em: < [https://aminoapps.com/c/pixarbr/page/item/burn-e/GjVX\\_wNIVIVPXNkvpJG3rW7IXG33pwxkVD](https://aminoapps.com/c/pixarbr/page/item/burn-e/GjVX_wNIVIVPXNkvpJG3rW7IXG33pwxkVD) >. Acesso em: 3 nov. 2020.

AMORIM, José Salomão David; AMORIM, Sônia Naves David. **A Criança e a Mídia: Imagem, Educação e Participação.** 2002.

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família.** 1981.

BARBALHO, Alexandre; MARÔPO, Lidia. **Infância, Juventude e Mídia: Olhares Luso-Brasileiros.** 2015.

BARBOSA, Jorge Luiz. **A Arte de Representar como reconhecimento do Mundo: o Espaço Geográfico, o Cinema e o Imaginário Social.** 2000.

BOYNARD, Ana Lúcia Sanguêdo. **Desenho Animado e Formação Moral: Influências Sobre Crianças dos 4 aos 8 Anos de Idade.** 2000.

**Business Insider.** 2016. Disponível em: < <https://www.businessinsider.com/actors-in-pixar-movies-2016-8> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

CAPODAGLI, Bill; JACKSON, Lynn. **O Estilo Disney.** São Paulo. 2017.

COELHO, Fernanda Mendes; DIAS, Adelaide Alves. **Representações Infantis Sobre Desenhos Animados Televisivos: Um Estudo Com Crianças Entre Quatro e Cinco Anos.** 2013.

**Courtney Coherent.** 2013. Disponível em: < <https://courtneycoherent.wordpress.com/2014/01/21/how-frozen-warmed-my-heart/> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

DA COSTA, Alda Cristina Silva; PALHETA, Arlene Nazaré Amaral Alves; MENDES, Ana Maria Pires; LOUREIRO, Ari de Souza. **Indústria Cultural: Revisando Adorno e Horkheimer.** Belém. 2003.

DE ARAÚJO, Érica Daniela; H. AGUSTINI, Carmen Lúcia. **A Leitura do Não-Verbal nos Filmes Infantis e a Educação Moral.** 2009.

**Disney Wiki.** 2004. Disponível em: < <https://disney.fandom.com/wiki/Baloo> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

**Disney Wiki.** 2009. Disponível em: < <https://disney.fandom.com/wiki/Dug> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

**Disney Wiki.** 2019. Disponível em: < [https://disney.fandom.com/wiki/The\\_Disney\\_Wiki](https://disney.fandom.com/wiki/The_Disney_Wiki) >. Acesso em: 12 out. 2020.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria Crítica da Indústria Cultural**. Belo Horizonte. 2007.

**EL PAÍS Brasil.** 2019. Disponível em: < [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/03/cultura/1567518278\\_350381.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/03/cultura/1567518278_350381.html) >. Acesso em: 29 set. 2020.

**Elo7.** 2018. Disponível em: < <https://www.elo7.com.br/painel-mate-carros-disney-banner-festa/dp/5A030F> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

ESPERANÇA, Joice Araújo; DIAS, Cleuza Maria Sobral. **Das Infâncias a uma única infância: mídias, relações de consumo e construção de saberes**. 2008.

**Estudo Prático.** 2017. Disponível em: < <https://www.estudopratico.com.br/literatura-conheca-os-tipos-de-personagens/> >. Acesso em: 2 out. 2020.

FANTIN, Monica. **Cinema e o Imaginário Infantil: a Mediação Entre o Visível e o Invisível**. 2009.

FOSSATTI, Carolina Lanner. **Categorias de Narratividade no Cinema de Animação: Atualização dos Valores Éticos de Aristóteles Segundo Edgar Morin**. 2010.

FUSARI, Maria Felismina de Rezende. **O Educador e o Desenho Animado que a Criança vê na Televisão**. São Paulo. 2002.

**InfoEscola.** 2009. Disponível em: < <https://www.infoescola.com/historia/revolucao-industrial/> >. Acesso em: 20 set. 2020.

LEITE, César Donizetti Pereira. **Infância, Cinema e Formação: Contornos de Modulações, Subjetividades e Singularidades**. 2012.

MODERNO, Maria Cláudia Simões. **Mecanismos Psicológicos da Publicidade e do Marketing**. 2000.

MORIN, Edgar. **As Estrelas Mito e Sedução no Cinema**. 1972.

MORIN, Edgar. **As duas globalizações: complexidade e comunicação uma pedagogia do presente**. [s.l.] : Editora Sulina, 2001. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books?id=EzzMAAAACAAJ> > 2001.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX: O Espírito do Tempo - 1: Neurose**. 2002.

MOYA, Álvaro. **O Mundo da Disney**. 1996.

NADER, Ginha. **A Magia do Império Disney**. São Paulo. 2019.

**NerdBunker.** 2019. Disponível em: < <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/toy-story-4-pelucia-do-garfinho-sofre-recall/> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

OLIVEIRA, Dilian Martin Sandro; MORAIS-SHIMIZU, Alessandra. **A Criança e o Desenho Animado: Concepções Sobre os Desenhos Mais Assistidos e os Personagens Preferidos**. São Paulo. 2011.

**Oxford Languages and Google**. 2020. Disponível em: < <https://languages.oup.com/google-dictionary-pt/> >. Acesso em: 6 out. 2020.

**Pinterest**. 2020a. Disponível em: < <https://br.pinterest.com/pin/107523509826011537/> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

**Pinterest**. 2020b. Disponível em: < <https://br.pinterest.com/pin/826269862877155529/> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

PINTO, Manuel. **As Crianças Contextos e Identidades**. 1997.

PRADO, Ana Lucia Penteado Brandão; MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. **Educomunicação e mediação escolar: um projeto educ comunicativo para a relação Criança, Desenho Animado e Consumo**. 2016.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. **Comunicação e imaginário nos contos do cinema contemporâneo: uma estética em transição**. São Paulo. 2008.

REGO, Teresa Cristina et al. **Edição Cultura e Sociologia da Infância: A criança em foco**. 2013.

**Revista Galileu**. 2016. Disponível em: < <https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2016/07/diretor-comenta-inovacoes-da-tecnologia-em-procurando-dory.html> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

RÜDIGER, Francisco. **Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural: comunicação e teoria crítica da sociedade**. Porto Alegre. 2004.

SARMENTO, Manuel Jacinto. **Imaginário e Culturas da Infância**. 2002.

SILVA, Juremir Machado; MAFFESOLI, Michel. **Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade**. v. 8 Disponível em: < <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123> > 2008.

SIROTA, Régine. **A indeterminação das fronteiras da idade**. 2007.

TONIN, Juliana; KURTZ, Gabriela Birnfeld; FRAGA, Larissa Caldeira; SEVERO, Mariana Leoratto. **Cinema como Tecnologia do Imaginário**. Porto Alegre. 2015.

TONIN, Juliana; AZUBEL, Larissa. **Do Imaginário às Tecnologias: a noção de imaginário para pensar em comunicação**. 2014.

**Twitter**. 2019. Disponível em: < <https://twitter.com/euchamaria/status/1158075282126987264?lang=da> >. Acesso em: 3 nov. 2020.

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. **Fábrica de Personagens: A Escritura dos**

**Desenhos Animados de Hanna-Barbera.** São Paulo. 2011.

**waz.de.** 2018. Disponível em: < <https://www.waz.de/wochenende/glueckwunsch-alter-micky-die-weltberuehmte-maus-wird-90-id215815935.html> >. Acesso em: 5 out. 2020.

ZUIN, Antônio Álvaro Soares. **Sobre a atualidade do conceito de Indústria Cultural.** [s.l.] : scielo, 2001. v. 21 2001.

## **APÊNDICE**

Pesquisa qualitativa feita com o formulário do Survio:

# Personagens Coadjuvantes Disney

## 1. Qual a sua idade?\*

Selecione uma resposta

3 anos ou menos

4 ou 5 anos

6 ou 7 anos

8 ou 9 anos

10 ou 11 anos

## 2. Qual o seu sexo?\*

Selecione uma resposta

Feminino

Masculino

Outro

## 3. Qual o seu colégio?

Escreva o nome da sua escola.

Escreva uma ou algumas palavras...

#### 4. Escolha um destes personagens:\*

Selecione uma figura como resposta.





## 5. A partir do personagem escolhido acima, quais características você percebe nele?\*

Selecione uma ou mais respostas.

Humor

Timidez

Egoísmo

Amizade

Coragem

Inteligência

Responsabilidade

Teimosia

Gentileza

Ciúmes

Preocupação

Curiosidade

Mal humor

Sinceridade

Covardia

Calmaria

Ansiedade

Felicidade

Link: <https://www.surveio.com/survey/d/Y4O9U0R9O0J6I9L1A>



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Pró-Reitoria de Graduação  
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar  
Porto Alegre - RS - Brasil  
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564  
E-mail: [prograd@pucrs.br](mailto:prograd@pucrs.br)  
Site: [www.pucrs.br](http://www.pucrs.br)