

A IMPORTÂNCIA DOS DESENHOS ANIMADOS COMO REPRESENTAÇÃO IDEOLÓGICA: FORMAÇÃO DA IDENTIDADE INFANTIL

Tânia Cristina do Ramo Silva*
Ana Claudia Fernandes Gomes**

RESUMO: O presente artigo propõe-se a analisar a importância dos desenhos animados na educação infantil. A imagem é de suma importância para a formação de identidade do indivíduo. Desta maneira, a imagem em movimento (cinema) pode ser inserida num campo maior do ato cognitivo. Trata-se de uma análise das representações artísticas e ideológicas presentes em desenhos animados, em especial nas produções do estúdio Walt Disney, que demonstram situações do cotidiano (diversidade, comportamento e relacionamento interpessoal). Os critérios utilizados na pesquisa foram assuntos sobre a Indústria Cultural e a visão de alguns pensadores a partir das ideias iluministas – Adorno e Horkheimer, o cinema e suas representações na sociedade. A partir da leitura e linguagem fílmica é possível observar a relevância da ideologia contida em seus conteúdos. A imagem nos transmite subjetividades e objetividades, tendo na semiótica um campo apropriado para esta análise. A ideologia assume a contemporaneidade tanto por seu caráter informativo quanto formativo.

PALAVRAS-CHAVE: Walt Disney; Indústria Cultural; Desenhos Animados; Identidade.

THE IMPORTANCE OF CARTOONS AS IDEOLOGICAL REPRESENTATION: CHILD'S IDENTITY FORMATION

ABSTRACT: The present article intends to analyze the importance of cartoons in children's education. The image is very important on the formation of the identity of a being. Therefore, the image in motion (movie) can be inserted in a broader area of cognition. This is an analysis of artistic and ideological representations that are present in cartoons, especially on Walt Disney Studios productions, which demonstrate everyday situations (diversity, behavior and interpersonal relationships). The criteria used in the research were topics on Cultural Industry and the point of view of illuminist philosophers – Adorno and Horkheimer, the movie industry and its representation in society. Through reading and movie language it is possible to observe the importance of the ideology in them. The image transmits subjectivity and objectivity, being semiotics its appropriate area of analysis. The ideology assumes the contemporaneity for its informative and formative character.

KEYWORDS: Walt Disney; Cultural Industry; Cartoons; Identity.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS: DESENHO ANIMADO E IDEOLOGIA

A animação... Arte em movimento... Gerando vida através de uma ilusão, imagens paradas sobrepostas quadro a quadro no tempo brincam com nossa visão. Nos levam para outro mundo, no

* Graduada em Educação Artística – Habilitação em Artes Plásticas pela Universidade Guarulhos – UnG; Especialista em História e análise da Obra de Arte pela Universidade Guarulhos – UnG. E-mail: tania.ramo@gmail.com

** Docente Mestre em Sociologia da Universidade Guarulhos – UnG. E-mail: acfernandes@bol.com.br

qual sonhos se tornam realidade¹.

O presente texto visa discutir a importância das imagens no cotidiano infantil, enfatizando os desenhos animados produzidos pela Walt Disney Pictures como fonte de ideologia para a formação da identidade. Esse estudo é decorrente da pesquisa que foi finalizada em fevereiro de 2008, intitulada "Os desenhos produzidos pela Walt Disney como instrumento para o ensino de educação artística: representações sócio-artísticas e ideológicas presentes em *Lilo e Stitch* – o filme". A partir da leitura filmica do filme infantil *Lilo e Stitch*, foram observados em seu conteúdo temas representativos para a formação da identidade, tais como: subjetividade, objetividade, ideologia, imagem e indústria cultural.

O desenvolvimento humano depende da sua inquietação sobre sua realidade, sobre o que é diferente, e ainda, do interesse pelo conhecimento. Com isso, analisa tudo o que está ao redor, buscando a percepção, a sensibilidade do real e seus aspectos relevantes, mudando a realidade analisada.

As subjetividades criadas pelo sistema educacional fazem-nos ter falsas visões sobre a realidade, entrando em contradições a todo instante. O sistema nos faz pensar de acordo com seus propósitos, impondo-nos sua maneira de pensar. É a realidade invertida diante dos nossos olhos. Fischer (2002), remete o pensamento das particularidades contidas nos desenhos animados – todos, em geral. Desenhos que simbolizam guerras mitológicas, lutas do cotidiano entre o bem e o mal, e rivalidades geralmente não parecem manifestar nenhuma importância sob a identidade, porém, essa afirmação não condiz com o comportamento infantil das crianças de hoje. As imagens falam por si e demonstram vários significados, os aspectos variam de acordo com o olhar crítico.

Ao falarmos de imagem em movimento, conceituamos uma infinidade de possibilidades e formação de novas ideologias. Essas ideologias geralmente já estão presentes na sociedade, por sua vez transmitidas como forma de desvelamento ao sujeito. Disney demonstrava suas narrativas, sua maneira de ver o mundo, por meio dos seus longas e seus seguidores fazem o mesmo com novas produções.

Os desenhos produzidos pela Walt Disney desde o início de suas produções transmitem ideologias fundamentais para a formação da identidade do indivíduo ainda em formação. Segundo Fischer (2002), existem subjetividades que condicionam as crianças por meio dos desenhos animados. Deste modo, é importante observar os seus conteúdos.

A 'verdade' presente nos saberes estabelecidos pela mídia, tecida redes simbólicas das quais emergem discursos dos mais variados campos, produz modos de ser que constituem subjetividades. Na medida em que é também construtora e propagadora de imaginários, a mídia de referencial para a produção de identidades (GOMES, 2001).

Giroux (1995) relata que Disney foge de temas que abordam preconceito e discussões sociais. Porém, seus filmes abordam muito mais do que preconceito e discussões sociais: eles representam o pensamento e a forma de agir da sociedade. Disney procura apresentar seus desenhos animados com cadência simples e conservadora, usando sua ideologia para representar assuntos que movem a sociedade. Um exemplo é o machismo, um conceito utilizado no filme "A pequena Sereia" de 1989, onde Ariel é uma jovem sereia que troca sua voz por "pernas" para poder ficar com o seu amado. Úrsula, a bruxa, diz que os homens não gostam de mulheres que falam e a engana. Porém, Disney se retrata no filme "Mulan" de 1998, contrapondo a idéia do machismo enfatizado por Giroux (1995), ocorre a exaltação da mulher quando uma jovem chinesa vai para a guerra no lugar do seu pai. Mulan descobre um novo mundo, em que mulheres não são apenas donas de casa, esquecidas pelos homens – uma guerreira salva a China. Deste modo, Disney retrata-se do preconceito machista apresentado em outros filmes. Considerando assim, Disney segue parâmetros impostos pela sociedade (que mudam com o passar do tempo), transmitindo mensagens de discussões sociais e preconceito. É fato que sua personalidade exercia grande influência sobre seus trabalhos. Um exemplo disto é a alusão da música dos Três Porquinhos à queda da bolsa de valores de Nova Iorque, em 1929, com o presidente Roosevelt. Nesta fase, artistas inconformados com a guerra usavam o teatro como forma de protesto, e Disney não foi diferente. Com a queda da bolsa de valores de Nova Iorque, muitos passaram por dificuldades financeiras. Na fábula "Os três porquinhos", relata esse acontecimento: fugir do lobo mau era como "fugir do desemprego". Walt Disney é considerado um gênio e sua grande contribuição para o cinema foi a arte da imaginação (MOYA, 1996).

Existem várias maneiras de contar uma história infantil: pode ser a partir de uma lenda, fábula ou conto de fadas. Para cada estilo, existe uma diferença; afinal, toda história tem seu cunho moral, instigando o imaginário infantil. Os contos de fadas são narrativas de fácil memorização. São histórias imagi-

¹ Disponível em: <www.eba.ufmg.br/midiaarte/quadroquadro/>

nárias de personagens encantados, que vivem em reinos distantes. Essas histórias podem ter variações no conto popular. As fábulas são narrativas curtas. Na maioria das vezes, são de origem grega, produzidas pelo escravo “Esopo”. Essas fábulas em desenhos animados geralmente são narradas por animais que sustentam o diálogo em prosa, verso ou em forma descritiva, que determina o início, meio e fim da história apresentada. (DANNEMANN, 2007). Desta maneira, as histórias – encantadas ou não – além de ajudar o desenvolvimento do imaginário infantil, também podem ser usadas como jogo de raciocínio, um jogo cujo objetivo é o aprendizado, com cunho de moralidade, transmitindo sempre a fraqueza sobre a força, a bondade sobre a astúcia e a derrota de presunçosos.

Conforme Mariuzzo (2007), as histórias infantis são formadoras de identidades. É um ícone para uma vida mental saudável, pois a imaginação de uma criança é diferente da noção de realidade de um adulto.

Os personagens de desenhos animados, “os mocinhos”, passam por muitos apuros antes de triunfar sobre o mal. A temática revela grande consistência de informação para o desenvolvimento pessoal de um indivíduo em formação. Nos trabalhos de Walt Disney são demonstradas situações muito representativas, diferenciando as práticas do bem e do mal. Porém, é uma questão de ética e moralidade, pois o que é certo para um indivíduo, pode ser errado para outro.

Disney pensava em todo o processo de seus longas minuciosamente, detalhe por detalhe, pois todo seu contexto é relevante: as cores, os cenários e a trilha sonora são fundamentais, pois envolvem o receptor na ação que remete à emoção. Todo o processo musical é feito de acordo com as imagens, cenário e personagens. Cada personagem tem uma música específica, criando uma trilha sonora prazerosa.

As “fábricas de imaginário” é um termo utilizado por Kincheloe (1997 apud GOMES, 2001) e Giroux (1995 apud GOMES, 2001), em que designam as grandes corporações produtoras e criadoras de imagens, como Walt Disney, que utilizam muito desse recurso (sujeitos imaginários) em seus desenhos animados, transmitindo a ideologia do bem e do mal (maniqueísmo).

Os grandes criadores de lendas e fábulas infantis – estúdios de animação – demonstram um mundo mais doce e cheio de fantasias. As subjetividades criadas ou não por Disney são relevantes para o desenvolvimento humano. Piaget (2002) diz que a aprendizagem baseia-se em nossa história e no meio social em que vivemos. O conceito criado pela sociedade também é considerado relevante, através do qual a mensagem é transmitida, tornando-se um mito ou uma lenda.

Walt Disney é um produtor de sujeitos. Seus filmes sempre demonstram sua ideologia de vida. Na verdade, o que Disney transmite é o que aprendemos com os padrões impostos pela sociedade, isto é, transmitido de maneira simples para seus longas de animação; os seus conceitos dependem do pensamento crítico do receptor.

Disney brinca com o imaginário infantil e de adultos, trazendo de volta sensações antigas, já esquecidas quando adultos.

A fantasia existe dentro de todos nós, porém, nos esquecemos de usá-la quando crescemos e nos tornamos escravos do sistema denominado “capitalismo”.

2 LINGUAGEM E LEITURA FÍLMICA – IMAGEM EM MOVIMENTO

A leitura de um filme contém vários aspectos a serem analisados. A representação da imagem necessita ser perfeita. Existe um conjunto de signos típicos que influenciam a percepção humana: o figurino, a música de fundo, o local da história fílmica, a cultura do povo analisado, os cenários e as ideologias são transmitidos a partir dos signos.

O desenho de signos visuais sempre existiu e faz parte da evolução do homem, nos conceitos visuais. O desenvolvimento científico, tecnológico, econômico e sócio-cultural exige não só contínuas adaptações, mas novos significantes ou significados.

Barthes (2000) diz que a existência de uma ciência geral dos signos, ou semiologia, e essa linguagem articulada está em todos os lugares e não só constituem linguagens: são sistemas de significação.

O vínculo para nos comunicarmos é a linguagem. Porém, para que isso ocorra é necessário trabalharmos nossos sentidos (“ver, ouvir, ler e aprender”), para que haja comunicação e relacionamento interpessoal. Essa linguagem é observada não só na dinâmica da língua, mas também através das formas, volumes, massas, cores, linhas e movimentos. Na verdade, nos comunicamos por meio de imagens, gráficos, sinais, luzes, músicas, objetos, expressões, cheiro, do olhar, do sentir e do tato. “Somos uma espécie animal tão complexa quanto são complexas e plurais as linguagens que nos constituem como seres simbólicos, isto é, seres de linguagem” (SANTAELLA, 2007, p. 2).

A linguagem e a comunicação transcendem com aspectos interessantes, pois para definir um sistema de imagens ou objetos cujos significados possam existir fora da linguagem é

necessário que esteja pré-determinado. Esse mundo dos significados não é outro senão o da linguagem. Vygotsky (1993) relata que os signos podem variar da teologia à medicina, como comportamento de estímulo e resposta – afinal, o que vemos é o que enxergamos e particularmente está pré-determinado sem conceitos; porém, unindo os signos com outros signos são produzidos novos condicionamentos, variando seus conceitos.

O significado de uma palavra representa um amálgama tão estreito do pensamento e da linguagem, que fica difícil dizer se se trata de um fenômeno da fala ou de um fenômeno do pensamento. Uma palavra sem significado, portanto é um som vazio da palavra, seu componente indispensável. Pareceria, então, que o significado poderia ser visto como fenômeno da fala. Mas, do ponto de vista da psicologia, o significado de cada palavra é uma generalização ou um conceito (BARBOSA, 2006, p. 1104)

O signo é composto de um significante e de um significado. O significado consiste na expressão literal da imagem e o significante é o conceito que é dado à imagem, o plano de conteúdo semiológico. Percebe-se que não existe linguagem e sim, conceitos específicos.

Nos desenhos animados, a representação semiótica é relativa ao aprendizado. Afinal, tudo o que aprendemos está condicionado a imagens e à linguagem no geral.

3 INDÚSTRIA CULTURAL E CINEMA

A indústria cultural é alegria, entretenimento, um mundo imaginário de signos e símbolos, onde o imaginário transcende os parâmetros impostos pela sociedade, demonstrando, muitas vezes, simulações da realidade humana. É um verdadeiro mundo “mágico”, no qual todos podem ser o que desejam.

O cinema é maior que a filosofia composta pelos conceitos/ideias dos pensadores tradicionais, pois na medida em que as imagens são exibidas permite-se uma análise fílmica e várias maneiras de interpretação fílmica surgem, sendo elas subjetivas ou objetivas. O cinema difere da leitura, pois ele causa maior impacto emocional do que a leitura em si, que somente induz a imagens. Em relação ao cinema, a leitura proporciona o desenvolvimento psicológico interior, pois instiga o imaginário. Porém, as emoções transmitidas pela imagem em movimento são diferentes, provocando sentimentos aparentes.

A visão marxista era de certa forma aceita pelos estudiosos

e futuros filósofos da época. Porém, Benjamin (1994) destacou-se por suas dissociações no contexto marxista, e escreveu alguns textos descrevendo sobre a vivência e a experiência, relatando que a experiência é adquirida por meio de vivências. Adorno e Horkheimer (1985), em suas críticas, contesta o fetichismo tecnológico proposto por Benjamin (1994), pois considerava um meio de alienação social em massa. Um fato interessante é que Benjamin (1994) não discute as relevâncias e particularidades dos filmes, só retrata o caráter revolucionário elevando sua teoria de que a tecnologia é mais importante do que os seres humanos. Adorno (2002) diz que o cinema não era nada revolucionário. Pelo contrário: está envolvido com a sociedade capitalista, é um elemento de reprodução em massa, pois, no contexto cultural, trata-se de produtores especialistas produzindo novas formas de alienação.

O termo “Indústria Cultural” foi descrito por Adorno e Horkheimer (1985) no livro “Dialética do Esclarecimento” e vem suscitando muita polêmica no decorrer dos anos, pois a cultura de massa é uma condição social, um paradigma científico e um mito criado pelos produtores de cultura. Os autores expressaram sua indignação pela cultura de massa em relação aos Estados Unidos. A maior potência mundial não só vende imagens, mas sim, sua estratégia de marketing para continuar com a imagem de país perfeito. Isso se dá por meio dos meios de comunicação, através dos quais o comportamento humano é condicionado. A sétima arte é uma ferramenta de observação e ilustração do temperamento humano, realidade e imaginário, retratando situações que fazem parte da filosofia humana.

A indústria cultural faz parte do sistema capitalista. Ela traz informações e entretenimento. Tudo o que se relaciona à comunicação de massa pertence, de alguma forma, à indústria cultural. As modernas sociedades industrializadas desenvolvem produtos que controlam essa massa. “A indústria cultural parece homogeneizar a vida e visão do mundo das diversas populações” (SANTOS, 2005, p. 67).

De acordo com Benjamin (1994), o cinema é como um dos veículos que abrange as massas mais rapidamente, tendo grande importância na sociedade, promovendo o equilíbrio entre o homem e o aparelho. As imagens denotam vivências do nosso cotidiano. A partir de recursos utilizados por um profissional, a montagem pode causar inversões, interruptos isolamentos, extensões, acelerações, aplicações e miniaturização, abrindo a experiência do inconsciente ótico. Muitos filmes podem atingir, de forma sutil, o mundo dos sonhos e das psiques.

Conforme Benjamin (1994), os filmes não têm bom conteúdo pragmático para o estudo ideológico e crítico. Ele cita os

filmes produzidos pela Walt Disney, explica que estes longas são explosões terapêuticas do inconsciente e que não passam de “apólogos da cultura de massa”. Numa ótica de má vontade, seria um sintoma de imponência, pois por meio da imaginação gostaríamos de ser tudo, não sendo nada. Benjamin não conseguiu observar o significado real de Disney – seu mundo foi feito para criar fantasias e, por meio da animação, atingir as massas poderosas.

De acordo com Adorno (2002), a indústria cultural induz o consumidor de forma tão sutil, que seus produtos são consumidos em estado de distração, e em tudo está a massa, manipulando desde o início, mantendo essa pressão. Toda massa coopera para a produção, mesmo que imaginária, retirada de um estereótipo e, ainda, de tudo aquilo que não foi pensado. Os que fazem parte da sociedade midiática não estão decodificando as mensagens, mas somente absorvendo-as e digerindo de forma errada, deixando que essa mensagem faça parte de sua realidade. Com isso, o homem tornou-se isolado, criando “teias de independência comunicativa”. Antigamente, a cultura era transmitida como um legado social para todas as pessoas, o homem não era centrado em si mesmo. “A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação, é o caráter repressivo da sociedade que se auto-aliena” (ADORNO, 2002, p. 9).

A cultura erudita está sendo transformada pela indústria cultural, ou seja, a industrialização da arte, causando a mercantilização. De certa forma, ajudou aqueles que não conhecem a arte erudita a conhecê-la, mesmo que industrializada. O hábito da leitura está perdendo-se cada dia mais, o desinteresse pela arte e pelo conhecimento são visíveis. Com isto, quem perde é apenas o cidadão que não sabe aonde buscar referências para formação da sua identidade. O cinema fixa fragmentos da realidade no tempo, fazendo e retratando a história como um arquivo simbólico e real.

A indústria cultural está presente em todos os momentos no cotidiano escolar. A produção de sujeitos sociais produzidos pela cultura de massa se faz presente em filmes, novelas e propagandas, condicionando o comportamento e formas de expressões com influências do imaginário estereotipado.

O cinema evoluiu de maneira significativa tanto na tecnologia quanto nas questões moral e ética. Tornou-se uma Arte sofisticada e transformou-se em uma das linguagens de expressão mais significativas de todos os tempos. A imagem em movimento faz parte da cultura contemporânea.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS: OS DESENHOS ANIMADOS COMO INSTRUMENTO DE ENSINO

É interessante observar como os processos culturais vêm transformando a sociedade, banalizando conceitos antes significativos e referentes à ética, à moralidade e à educação. Os estereótipos produzidos pela cultura de massa confundem-se com nossa realidade, agora tão virtual.

A sociedade depara-se com muitas informações. As subjetividades produzidas pelos produtores de massa manifestam seu poder a cada dia que passa, mostrando quem manda em um mundo de falsas ilusões poéticas. Hoje, a educação depara-se com alunos com interesses diversos pelo conhecimento em um contexto social complexo que envolve pais, professores e Estado.

De fato, existem pontos de vista diferentes em relação às ideologias de Walt Disney e sua concepção de mundo. Porém, a análise filmica dos desenhos animados de Walt Disney ou de outra produtora podem interferir na formação da identidade. Sua ideologia sobre o bem e o mal vai além da ética e moralidade impostas pela sociedade; suas ideias transmitiram durante anos uma visão sobre o comportamento humano e desejos subjetivos.

É visível que a educação necessita de novos meios para garantir a interação e a formação de identidade do cidadão na sociedade. Enfim, ideologias contidas em desenhos animados e suas representações sócio-artísticas e culturais são relativamente relevantes para o desenvolvimento infantil. Embora existam aspectos negativos, a maioria refere-se ao cotidiano vivido em sociedade.

Por fim, ressalta-se o grande potencial dos desenhos animados como forma de aprimorar o desvelamento e a representação para a inclusão do indivíduo na sociedade e na formação de sua identidade. Julga-se por meio de várias opiniões que os desenhos são fontes facilitadoras de aprendizado, tanto para o bem quanto para o mal.

A sociedade está repleta de informações. As subjetividades produzidas pelos produtores de massa manifestam seu poder a cada dia que passa, mostrando quem manda em um mundo de falsas ilusões poéticas. Hoje, a educação depara-se com alunos interessados em várias formas de conhecimentos.

A indústria cultural alcançou o seu espaço nas vidas de seus espectadores, reforçando suas ideologias. O poder que a mídia tem sobre as pessoas é relevante. Sendo assim, por que não usar esse recurso na educação? É aí que entra a arte cinematográfica: as imagens em movimento falam por si, demonstrando

que por meio delas é possível transmitir ideologias, crenças, costumes, hábitos e todo o processo cultural do ser humano. As divergências existem, cabe aos educadores administrar.

A indústria cultural é importante na sociedade capitalista. Seu papel é fundamental para o desenvolvimento da cultura de massa e, conseqüentemente, na cultura popular. Esta expressão já trouxe muita polêmica e hoje, infelizmente, não é abordada como deveria – está praticamente esquecida, não mais se ouve falar abertamente sobre indústria cultural, sociedade de consumo ou midiática (termo técnico). Adorno e Horkheimer (1985) foram os idealizadores deste termo. Para eles significava o fim da cultura erudita e início da cultura de massa – manipulação e alienação da sociedade. Em contrapartida, Walter Benjamin não acreditava que fosse um meio de alienação, mas um meio da cultura chegar à grande massa.

Um conjunto de características une a Indústria cultural e a educação, destacando-se a importância da mídia na formação da identidade do indivíduo, já que meios de comunicação estão presentes em seu cotidiano, seja em desenhos animados, revistas, rádio, jogos eletrônicos ou televisão.

Walt Disney foi um criador de sujeitos. Destaca-se neste caso os filmes mais recentes que, na verdade, nem são mais de ideologia de Walter Elias Disney, mas sim de seus seguidores, que por fim demonstram, além do maniqueísmo, a educação, a moral e a ética dentro da sociedade.

A sociedade é, de certa forma, manipulada pelos meios dos produtores de cultura. Em outras palavras: somos seres pensantes, porém, esses meios ajudam-nos em nossa formação e interação na sociedade e a seguir as regras dos parâmetros sociais e políticos, aos quais somos impostos.

Enfim, as narrativas, subjetividades e ideologias encontradas em contextos fílmicos são de suma importância para a formação do caráter humano.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor; HORKHEINER, Max. A Indústria cultural: o esclarecimento como mistificação da massa. In: _____. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1985.
- ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. 3. ed. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2002. (Coleção leitura).
- BARBOSA, Ana Mae. Arte-Educação no Brasil: realidade hoje e expectativas futuras. **Estudos Avançados**, v. 3, n. 7, p. 170-182, set./dez. 1989. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v3n7/v3n7a10.pdf>>. Acesso em: fev. 2006.
- BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. 13. ed. São Paulo, SP: Cultrix, 2000.
- BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas**: magia e técnica, arte e política: ensaios sobre a literatura e história da cultura. 7. ed. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994. v. 1.
- DANNEMANN, Fernando Kitzinger. **Biografias** - Esopo. 24 ago. 2007. Disponível em: <<http://recantodasletras.uol.com.br/biografias/621597>> Acesso em: 2007.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: educar na (e pela) TV. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 151-162, jan./jun. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022002000100011&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt> . Acesso em: fev. 2007.
- GIROUX, Henry A. Memória e Pedagogia no Maravilhoso Mundo Disney. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Alienígenas na sala de aula**: uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- GOMES, Paola Basso Menna Barreto. Mídia, Imaginário de consumo e educação. **Educação & Sociedade**, v. 22, n. 74, p. 191-207, abr. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302001000100011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: jan. 2007.
- LILO e Stitch*. Direção: Chirs Sanders e Dean Deblois. Los Angeles: Disney, c2002. 1 DVD (85min).
- MARIUZZO, Patrícia. **Contos de fadas ensinam as crianças a lidar com seus medos**. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=29&id=342>>. Acesso: out. 2007.
- MOYA, Álvaro de. **O mundo Disney**. São Paulo, SP: Geração, 1996.
- PIAGET, Jean. A psicologia do desenvolvimento: uma área da psicologia. In: BOCK, Ana Mercês Bahia; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes Trassi. **Psicologia**: uma introdu-

ção ao estudo de psicologia. 13. ed. reform. ampl. São Paulo, SP: Saraiva, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/6918621/Santaella-Lucia-O-que-e-Semiotica>>. Acesso em: mar. 2007.

SANTOS, José Luiz. **O que é cultura**. São Paulo, SP: Brasiliense, 2005.

VYGOTSKY, Lev Semenovich. **Pensamento e linguagem**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1993.

Recebido em: 30 abril 2008

Aceito em: 05 fevereiro 2009