

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO**

EVELIN DE OLIVEIRA HASLINGER

**ERA UMA VEZ FROZEN: O CONTO DE FADAS E SUAS RESSIGNIFICAÇÕES
NA CIRCULAÇÃO MIDIÁTICA**

São Leopoldo

2018

Evelin de Oliveira Haslinger

ERA UMA VEZ FROZEN: O CONTO DE FADAS E SUAS RESSIGNIFICAÇÕES NA
CIRCULAÇÃO MIDIÁTICA

Dissertação apresentada como requisito
para obtenção do título de Mestre pelo
Programa de Pós-Graduação em Ciências
da Comunicação da Universidade do Vale
do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientadora: Professora Dra. Ana Paula da Rosa

São Leopoldo

2018

H352e Haslinger, Evelin de Oliveira

Era uma vez Frozen : o conto de fadas e suas ressignificações na circulação midiática / por Evelin de Oliveira Haslinger. – 2018.

115 f. : il., 30 cm.

Dissertação (mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2018.

Orientação: Profa. Dra. Ana Paula da Rosa.

1. Frozen. 2. Miatização. 3. Contos de fadas.
4. Circulação. I. Título.

CDU 82-343.4.09

Catálogo na Fonte:

Bibliotecária Vanessa Borges Nunes - CRB 10/1556

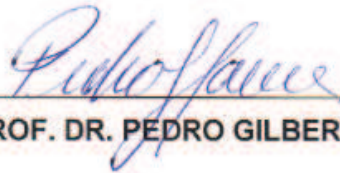
EVELIN DE OLIVEIRA HASLINGER

**ERA UMA VEZ FROZEN: O CONTO DE FADAS E SUAS RESSIGNIFICAÇÕES
NA CIRCULAÇÃO MIDIÁTICA**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

APROVADA EM 10 DE SETEMBRO DE 2018.

BANCA EXAMINADORA



PROF. DR. PEDRO GILBERTO GOMES – UNISINOS



PROF. DR. ANTONIO FAUSTO NETO – UNISINOS



PROFA. DRA. ANA PAULA DA ROSA – UNISINOS

AGRADECIMENTOS

Em todo o conto de fadas, o protagonista (herói) conta com a ajuda de seres fantásticos para chegar ao seu destino e viver o seu “feliz para sempre”. O meu final feliz só foi possível porque contei com ajuda de fadas, anjos, príncipe e gatos. Sem eles, não teria concluído este conto real chamado “mestrado”. Por isso, gratidão a todos que estiveram comigo nesta trajetória, em especial:

Ao Príncipe Nelson Beuter Júnior, que, com seu ato de amor verdadeiro, esteve sempre ao meu lado;

Aos filhos gatos John, Yoko e Elvis, pela proteção e afeto;

Aos meus pais, motivos da minha existência e os pilares da minha formação;

Avô Edmundo Haslinger, que despertou meu interesse pelos livros;

Sobrinha Maryna Haslinger, que me apresentou a magia dos contos de fadas;

Às minhas irmãs e sobrinhos, família que amo;

À família Beuter, que me acolheu e deu todo o suporte, quando necessário;

À Princesa Luísa Schenato, pela paciência e apoio incondicional;

Amigas Fernanda Zabka, Janes Henrique Martins e Maria Luíza Z. Gomes, que, nos momentos de desânimo, deram o carinho e apoio;

Aos amigos da Academia Kátia Paul, pela convivência e afetos compartilhados;

Amiga Virginia Resem, pela contribuição com os empíricos e incentivo na escrita;

À minha mestra do Reiki, Francisca Fidelis, por todos os ensinamentos e carinho;

Aos colegas do PPGCom da Unisinos, especialmente: Marcelo Igor de Sousa, Marcos Fábio Matos, Frank Jorge, Aline Weschenfelder, Eduarda Lemes, Cintia Miguel Kaefer, Bruno Vinhola, Edu Jacques, Bernardo Cortizo, Manoella Neves, Ricardo Vernieri, Marina Z. de Albuquerque;

Aos professores do PPGCom Unisinos, principalmente aos da linha de pesquisa Midiatização e Processos Sociais;

Ao Prof. Dr. Pedro Gilberto Gomes, pela oportunidade de ter sido sua bolsista AT CNPq;

À minha orientadora Prof. Dra. Ana Paula da Rosa, que cativou o meu respeito e admiração. Uma educadora incrível e uma “fada madrinha”. Sem o seu apoio, eu não teria concluído a pesquisa.

RESUMO

Esta pesquisa é um estudo sobre as transformações dos contos de fadas na sociedade em vias de midiatização. Nosso objetivo central é investigar estas transformações a partir do processo de circulação dos contos de fadas, tomando como referência seu percurso histórico. Trata-se da circulação dos contos de fadas, suas atualizações e permanências inscritas em circuitos, isto é, no fluxo adiante (BRAGA, 2012) por meio de multidispositivos que reiteram a valorização e agenciam novas formas de contato, modificando o próprio público e seu papel. Para tal, selecionamos um conto de fadas para a constituição do nosso caso de pesquisa, sendo ele: a animação “Frozen: uma aventura congelante” (Disney, 2013). Esta obra se destaca como um dos contos de fadas mais populares na atualidade e está entre os que mais geram produtos midiáticos e não midiáticos. O problema de pesquisa que guia nosso estudo é: **Como os sentidos sobre Frozen são construídos a partir da tensão entre gramáticas de produção e reconhecimento?** Tendo este problema como eixo, voltamo-nos para a análise da animação Frozen a partir de três instâncias: do livro para a animação; da animação e sua circulação e, por fim, a inscrição do conto em uma lógica de consumo. Como aportes teóricos, mobilizamos em especial os conceitos de sociedade dos meios, midiatização e circulação, com atenção aos autores latino-americanos. O trabalho dá pistas não apenas de transformações de meio (do livro para o digital), mas do próprio sentido do conto, cada vez mais cogido pelos atores sociais.

Palavras-chave: Frozen; Midiatização; Contos de Fadas; Circulação.

ABSTRACT

This research is a study about the transformations of fairy tales in the society in process of mediatization. Our central objective is to investigate these changes from the movement of fairy tales, referring to their historical course. It means the flow of fairy tales, their updates and stays inscribed in circuits, namely in the flow forward (BRAGA, 2012) through multi-devices that reiterate the valorization and organize new forms of contact, modifying the public itself and its role. To that end, we selected a fairy tale for the formation of our survey, being: the animation "Frozen: a freezing adventure" (Disney, 2013). This piece of work stands out as one of the most popular fairy tales nowadays and is among the ones that generate the most media and non-media products. The research problem guiding our study is: **How the meanings about Frozen built from the tension among grammars of production and recognition?** Highlighting this problem, we return to the analysis of Frozen animation based on three instances: from book to animation; on animation and its circulation and, finally, the inscription of the fairy tale in a logic of consumption. As theoretical contributions we mobilize in particular the concepts of media society, mediatization and circulation with attention to Latin American authors. The work gives clues not only of changes in the media (from the printed to the digital book), but also in the very meaning of the story, which is increasingly co-managed by the social actors.

Keywords: Frozen; Mediatization; Fairy Tale; Circulation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplos de <i>Memes</i> com a Música “Let it Go”	16
Figura 2 – Exemplo de <i>Memes</i> relacionados ao movimento LGBTI.....	17
Figura 3 – Exemplo de <i>Memes</i> relacionados às questões de gênero	17
Figura 4 – Capa do Livro “Frozen: Aventureiros Em Ação”	18
Figura 5 – Contracapa do livro “Frozen: Aventureiros Em Ação”	19
Figura 6 – Representação Esquemática da Mídiação	26
Figura 7 – Circulação Discursiva.....	31
Figura 8 – Snow Queen (Rainha da Neve).	63
Figura 9 – Cronologia das Princesas <i>Disney</i>	67
Figura 10 – Princesa Elsa.	70
Figura 11 – Princesa Elsa não concorda com o casamento de Anna e Hans.....	71
Figura 12 – Princesa Anna sonhando com o Príncipe Encantado	71
Figura 13 – O encontro de Kristoff, Stev, Olaf e Anna.	72
Figura 14 – Música “Let it Go” (Livre Estou).....	74
Figura 15 – Princesa Elsa	75
Figura 16 – Imagem com efeitos.....	75
Figura 17 – Pato Donald (<i>Disney</i> , 1934).	76
Figura 18 – Branca de Neve.....	77
Figura 19 – Produtos para venda no site da Frozen.	79
Figura 20 – Loja Frozen	79
Figura 21 – Comentário relacionado à <i>hashtag</i> #GivaElsaAGirlfriend.	82
Figura 22 – Comentário relacionado à <i>hashtag</i> #GivaElsaAGirlfriend.	83
Figura 23 – Publicação da fanpage Igreja Shalon Tatuquara.	85
Figura 24 – Publicação Radio Ate	86
Figura 25 – <i>Meme</i> do Presidente dos EUA Donald Trump	87
Figura 26 – <i>Meme</i> Princesa Anna.....	88
Figura 27 – Paródia Frozen.....	89
Figura 28 – Poc Sou – Paródia de Livre Estou.....	89
Figura 29 – Imagem publicada na fanpage <i>TNT Brasil</i>	91
Figura 30 – Imagem publicada na <i>fanpage TNT Brasil</i>	91
Figura 31 – Comercial postos Petrobrás (2017/2018).....	93
Figura 32 – Comercial Chevrolet Spin 2019.....	93

Figura 33 – Capa do Livro “Frozen: Aventureiros Em Ação”.....	94
Figura 34 – Trailer Once Upon a Time – 4ª Temporada.....	95
Figura 35 – Sapato Feminino Princesa Anna.....	99
Figura 36 – Camiseta Masculina Olaf	99
Figura 37 – Capa do livro “Frozen: um Coração Congelado”.....	100
Figura 38 – Capa do livro “Frozen: Aventureiros em Ação”.	101

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 A CONSTITUIÇÃO DO CASO	12
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	13
2.2 CAMPO DE OBSERVAÇÃO	15
2.3 PERGUNTAS, PROVOCAÇÕES E INFERÊNCIAS PRELIMINARES	19
3 APORTES TEÓRICOS	24
3.1 DA SOCIEDADE DOS MEIOS À SOCIEDADE EM VIAS DE MEDIATEZADAÇÃO...24	
3.1.1 Circulação e as Gramáticas de Produção (GP) e Gramáticas de Reconhecimento (GR)	30
3.2 OS CONTOS DE FADAS E SUAS TRANSFORMAÇÕES	37
3.2.1 Literatura infantil	37
3.2.2 Contos de fadas	39
3.2.2.1 - Charles Perrault (1628-1703).....	42
3.2.2.2 – Jacob Grimm (1785-1863) e Wilhelm Grimm (1786-1859).....	43
3.2.2.3 – Hans Christian Andersen (1805-1875)	44
3.2.3 Contos de Fadas: do livro a suas transformações na mediação	45
3.2.4 Dos princípios da animação até o fenômeno Frozen	48
4 PERCURSO METODOLÓGICO	53
4.1 DEFINIÇÃO E TÁTICA DE ABORDAGEM DO <i>CORPUS</i>	57
5 ANÁLISES	59
5.1 FASE 1 - DO CONTO À ANIMAÇÃO	59
5.1.1 A Rainha da Neve - inspiração	60
5.1.2 Frozen – Uma Aventura Congelante	64
5.1.4 Gramáticas e Circulação da Indústria Cultural	77
5.2 FASE 2 - CIRCUITOS INTERACIONAIS	80
5.3 FASE 3 - FROZEN NA LÓGICA DO CONSUMO: CONTO-PRODUTO	97
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	103
REFERÊNCIAS	107

1 INTRODUÇÃO

As histórias fazem parte de nosso imaginário coletivo desde o início da humanidade. Já nos tempos pré-históricos, homens e mulheres pintavam as paredes das cavernas (artes rupestres) como forma de narrar histórias. E, também, quando os caçadores retornavam para suas aldeias contavam suas aventuras e expedições para os demais integrantes da tribo. Na mitologia grega, os mitos ganhavam vida a partir de narrativas.

Na grande maioria das vezes, essas narrativas eram transmitidas pela oralidade, afinal, mesmo após a invenção da escrita, poucas pessoas tinham acesso a esse conhecimento. Somente em 1450, quando Gutenberg criou o tipo móvel, foi que a cultura escrita começou a se tornar, lentamente, mais massiva. A possibilidade de impressão e reprodução desses materiais permitiu que traduções fossem feitas e que os livros fossem distribuídos com maior facilidade. Atualmente, mesmo com todo o avanço tecnológico e as mudanças sociais operadas pelo cenário da midiatização, que modificam a relação dos leitores com a obra, entendemos que o livro não perde a sua força, mas sim se transforma, ganhando outros contornos e gerando novas formas de produção e de consumo. Como afirmam Carrière e Eco (2010, p. 17),

O livro venceu seus desafios e não vemos como, para o mesmo uso, poderíamos fazer algo melhor que o próprio livro. Talvez ele evolua em seus componentes, talvez as páginas não sejam mais de papel. Mas ele permanecerá o que é.

Dentro deste universo literário, destacamos os contos de fadas como temática central desta investigação. Assim, nosso trabalho consiste em um estudo sobre os contos de fadas e suas transformações na sociedade em vias de midiatização. Trata-se da circulação dos contos de fadas, suas atualizações e permanências inscritas em circuitos, isto é, no fluxo adiante (BRAGA, 2012) por meio de multidispositivos que reiteram a valorização e agenciam novas formas de contato, modificando o próprio público e seu papel. Para tal, selecionamos um conto de fadas para a constituição do nosso caso de pesquisa, sendo ele: Frozen. Ele se destaca entre os contos de fadas mais populares da atualidade e está entre os que mais geram produtos midiáticos e não midiáticos.

Para fins desta pesquisa, definimos os contos de fadas conforme Vladimir Propp (2003) entende por contos maravilhosos, em virtude da presença de algum

elemento mágico ou fantástico nestas narrativas. Outra característica é que não necessariamente precisam conter em suas narrativas a presença de fadas, “mas devem conter algum elemento extraordinário, surpreendente, encantador.” (CORSO, 2006, p. 27). Por isso, consideramos Frozen um conto de fadas, pois apresenta elementos fantásticos em seu enredo e sua narrativa foi parcialmente inspirada em um conto popular “A Rainha da Neve” (1984), obra de Hans Christian Andersen.

É importante salientar a origem dos contos de fadas na cultura oral e coletiva, sendo histórias anônimas inspiradas a partir de mitos pagãos. Além disso, a grande maioria dessas histórias era narrada por mulheres. De acordo com Marina Warner (1999, p. 22), “os contos de fadas sugerem uma situação em que o próprio menosprezo pelas mulheres, abriu para elas, a possibilidade de exercitar a imaginação e comunicar as suas ideias”.

Apesar de a narração ser, geralmente, realizada por mulheres, um homem é considerado o responsável por constituir as bases para este gênero literário. Charles Perrault (século XVII) reuniu os contos e lendas da Idade Média que, até então, eram passados de geração para geração por meio da oralidade e os adaptou para formato de livros, definindo assim os chamados contos de fadas. Porém, somente no século XVIII tais contos passaram a ser mais populares. No Brasil, a disseminação dessas histórias aumentou a partir da coleta de contos populares e estudos realizados pelos alemães Irmãos Grimm (CADEMARTORI, 2010).

Por conta do acelerado processo de midiatização, entendemos que, na atualidade, os livros de contos de fadas não são mais os mesmos. Conservaram-se as histórias, mas muitos dos seus aspectos se adaptaram e se modernizam para atender a um novo leitor, um leitor de uma sociedade em vias de midiatização, que, como afirma Gomes (2013, p. 137-138), vive imerso em uma “nova ambiência” (HASLINGER, 2016, p.2).

Diante desse contexto, nossa pergunta central de pesquisa é: **Como os sentidos sobre Frozen são construídos a partir da tensão entre gramáticas de produção e reconhecimento?** Nosso objetivo geral é investigar esta reconfiguração a partir do processo de circulação dos contos de fadas, tomando como referência seu percurso histórico. Para isso, observaremos os empíricos selecionados, a fim de compreender o modo como os diferentes objetos se inscrevem na circulação, logo, na midiatização. Como objetivos específicos, destacamos:

- a) Compreender as transformações ocorridas na narrativa, representação imagética e na produção de sentido do conto selecionado;
- b) Identificar que “produto” comunicacional emerge desse processo de midiatização;
- c) Verificar que operações técnicas/tecnológicas são realizadas, tanto por instituições não midiáticas como por atores sociais midiatizados, para reconfigurar o conto de fadas;
- d) Analisar que valores simbólicos estão em disputa na circulação intermidiática do caso Frozen.

O tema escolhido surge a partir de minha inquietação acerca da natureza dos livros atuais de contos de fadas e sua pretensa midiatização, motivada pelo contato com o livro “Meu diário secreto da Cinderela”, de Kees Moerbeek (2012). Cabe registrar que, em meu percurso, este não foi o tema apresentado na seleção de mestrado. A proposta inicial tinha relação com a minha trajetória profissional e pessoal, ligada a movimentos sociais e à educomunicação. Antes mesmo da seleção para o mestrado, iniciei a minha relação com o conceito da midiatização, após ingresso como bolsista de apoio técnico CNPq no projeto de pesquisa “A Plurivocidade do Conceito de Midiatização”, coordenado pelo Professor Dr. Pedro Gilberto Gomes.

A mudança de tema se justifica, pois traz um eixo temático que possibilita estudos de interface para as pesquisas em comunicação, no caso entre educação, literatura e comunicação. Além disso, acreditamos que seja um objeto mais rico do ponto de vista de contribuição ao campo da comunicação e à teoria da midiatização. Afinal, é um tema largamente pesquisado em outras áreas do conhecimento, com mais enfoque em questões sociais e de gênero. Portanto, um estudo com o foco comunicacional e nos processos midiáticos poderá colaborar com futuras pesquisas na área da comunicação. Outra contribuição possível que identificamos está no próprio objeto de estudo – os contos de fadas. Será que o conto (e o dispositivo livro) está perdendo seu valor na sociedade em vias de midiatização? Como as histórias permanecem em circulação, nos dias atuais?

Nossa pesquisa da pesquisa foi desenvolvida, levando em conta os principais bancos de publicações acadêmicas como Capes, Intercom e Compós. Dos aproximadamente 2.200 artigos disponíveis na Compós, encontramos somente três

que tratam sobre os contos de fadas. Buscamos trabalhos publicados em todos os GTs de encontros realizados entre 2000 e 2016, através das palavras-chave: contos de fadas, animação Frozen, contos de fadas e a midiatização. No Google Acadêmico, buscamos pesquisas específicas do nosso caso de pesquisa (Frozen: uma aventura congelante) e localizamos 113 resultados, sendo que a maioria dos estudos estavam mais direcionados para as questões de gênero e não para os fenômenos comunicacionais ou da midiatização. Este levantamento preliminar reitera a importância do atual estudo para o campo comunicacional, afinal encontramos um baixo número de trabalhos apresentados sobre o tema em um dos principais eventos de comunicação do país.

Para atender aos objetivos propostos neste trabalho, a apresentação de nossa pesquisa está organizada em seis capítulos.

Nosso primeiro capítulo trata da introdução da pesquisa, em que apresentamos nossa temática, problema de pesquisa e objetivos.

O segundo capítulo (“A Constituição do Caso”) traz a constituição do caso e a descrição do empírico, a fim de evidenciar o campo de observação.

Em nosso capítulo 3, intitulado “Aportes Teóricos”, focamos na discussão do horizonte teórico que norteia a dissertação. Dividimos esse capítulo em duas partes: a primeira parte diz respeito aos aportes teóricos, específicos da midiatização, linha de pesquisa na qual nos inscrevemos. A segunda dá conta dos conceitos mobilizados por outras áreas do conhecimento.

No Capítulo 4, “Percurso Metodológico”, discorremos sobre o processo de construção dessa dissertação, bem como evidenciamos o método e os procedimentos metodológicos utilizados.

O capítulo 5 – “Análises” – foi dividido em 3 partes, são elas: Fase 1 - Do Conto à Animação, Fase 2 – Circuitos Interacionais e Fase 3 – Frozen na lógica do consumo: conto-produto.

Por fim, nosso sexto capítulo traz as considerações finais, apresentando de forma sistematizada as inferências e descobertas centrais decorrentes dessa pesquisa, bem como apontamentos transversais derivados da análise.

2 A CONSTITUIÇÃO DO CASO

A fim de analisar os contos de fadas¹ na perspectiva da comunicação, nosso olhar se volta para o "desentranhamento do comunicacional", concepção criada por Braga (2010). Segundo o autor, esse desentranhamento contempla o empenho em elaborar perguntas mais próximas do fenômeno da comunicação, buscando "desentranhá-lo" das preocupações e questionamentos próprios das outras Ciências Humanas e Sociais já estabelecidas, como a Literatura, Sociologia, História, etc. Essa visada não pretende separar o que é essencialmente comunicacional criando uma fronteira, mas sim "articular os ângulos postos por várias disciplinas inferindo, em sua transversalidade, características próprias do fenômeno comunicacional" (BRAGA, 2010, p. 02). Portanto, acionaremos conhecimentos de outras áreas como a Literatura e a Educação para compreender o fenômeno comunicacional que investigamos, quando necessário.

Partindo de nosso problema de pesquisa (que sentidos sobre Frozen são construídos a partir da tensão entre gramáticas de produção e reconhecimento?) elaboramos o nosso campo de observação. Tal campo está formado pela animação de "Frozen: uma aventura congelante" (*Disney*, 2013) e o circuito ambiente derivado a partir de sua circulação intermediária na qual os atores sociais acionam operações de coprodução. Trata-se de observar as transformações de sentido e de lógicas pelas quais esta animação passa e que são características (ou marcas) do processo de midiatização dos próprios contos de fadas na atualidade. Esta ação está vinculada ao método de estudo de caso, conforme definido por Howard Becker (1993, p. 117) : "[...] método que supõe que se pode adquirir conhecimento do fenômeno adequadamente a partir da exploração intensa de um único caso [...]".

Como observáveis, selecionamos da história de Frozen: um livro que acompanha projetor de imagens, a animação da *Disney* "Frozen: uma aventura congelante" (2013), trilha sonora da animação ("Let it Go"), bem como *memes* e paródias derivados da animação.

¹ Neste trabalho, definimos contos de fadas de como histórias que surgem em culturas orais e coletivas e que, não necessariamente, tratam sobre fadas em si, mas estão relacionadas ao mágico ou ao fantástico. Este conceito será mais bem aprofundado no capítulo dedicado aos aportes teóricos.

No próximo tópico, descreveremos os observáveis de nosso caso de pesquisa e suas versões inseridas em diferentes dispositivos midiáticos (livros, animações, sites e páginas no Facebook), que configuram sua circulação midiática.

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Produzida pela *Walt Disney Animation Studios*² no ano de 2013³, a animação “Frozen: uma aventura congelante” bateu recordes de bilheteria, sendo a mais assistida nos cinemas mundialmente⁴ até o momento. No Brasil, foi ultrapassada recentemente por “Moana” (2016), da mesma produtora. Além de fenômeno de bilheteria, o longa foi premiado na Cerimônia do Oscar de 2014 como melhor animação e melhor canção original para a trilha sonora *Let it Go*. Dessa forma, Frozen é considerado um dos contos de fadas mais populares da atualidade.

O filme inicia mostrando o reino de Arendelle, governado por um rei, sua rainha e suas duas filhas: Elsa e Anna. Elsa descobre ainda criança que tem poderes mágicos, ao fazer ondas de neve e gelo com as mãos. Nesta época, ela cria o seu amigo Olaf, um boneco de neve que acompanha a personagem até o final da história. As irmãs vivem isoladas, até o dia em que Elsa é coroada rainha.

No dia da cerimônia de coroação, Anna conhece o príncipe Hans e os dois se apaixonam. Elsa não aprova a aproximação da irmã com o príncipe. E, sem querer, tira suas luvas revelando seus poderes para todos, quando um jato de neve sai de sua mão. A jovem sai correndo congelando tudo em seu caminho e cria um palácio de gelo em uma montanha, que acaba por se tornar seu novo lar.

Anna, entendendo o porquê de Elsa ser mantida afastada, deixa o reino aos cuidados de Hans e sai à procura da irmã. No caminho, ela conhece o jovem Kristoff (um colhedor de gelo aventureiro) e sua rena chamada Sven.

Chegando ao palácio, Anna tenta convencer Elsa a voltar para o reino. As irmãs discutem e Elsa acerta um golpe de neve no peito de Anna. Neste instante, Anna percebe que seu cabelo começa a ficar branco, pois ela está congelando. Kristoff logo

² Os Estúdios da *Disney* fazem parte da *Walt Disney Company*. Nesta pesquisa, optamos por empregar os termos: *Estúdios Disney*, *Walt Disney Animation Studios* ou simplesmente *Disney* como sinônimos. <https://www.Disneyanimation.com/studio/our-films> e <https://www.thewaltDisneycompany.com/>

³ No Brasil, a animação estreou em 2014.

⁴ De acordo com notícia publicada no dia 31/01/2017 no Portal G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/moana-supera-frozen-e-se-torna-animacao-da-Disney-mais-vista-no-brasil.ghtml>>. Acesso: 23 de maio de 2017.

percebe que ela estava assim por causa do golpe de Elsa e pede ajuda aos *trolls*. Um *troll* ancião diz a Anna que somente um ato de amor verdadeiro poderá derreter um coração gelado. Kristoff sugere que Anna procure Hans, pois acredita que um beijo de amor verdadeiro poderia salvá-la.

Em Arendelle, Hans e os guardas do Duque saem para procurar Anna, mas encontram Elsa e a trancam em um calabouço. Kristoff deixa Anna no castelo. Muito fraca, Anna diz a Hans que só um ato de amor verdadeiro poderá quebrar a magia. Hans zomba dela, afinal não a amava, só tinha interesse em governar Arendelle. Ele a deixa sozinha para que congele.

Nesse momento, Elsa consegue escapar e Hans a segue. Desesperada, ela cai de joelhos e Anna aparece. Anna vê Hans levantar a espada para atirar em Elsa e se joga na frente para proteger a irmã, transformando-se instantaneamente em gelo. Ao salvar Elsa, Anna dá a prova de amor verdadeiro e é salva. Os habitantes do reino veem toda a situação e dão as boas-vindas a Elsa e a Anna. Kristoff beija Ana e Elsa aprova o novo romance.

Para realização dessa animação, a *Disney* buscou inspiração em um conto de fadas do século XIX, “A Rainha da Neve”, do dinamarquês Hans Christian Andersen⁵.

O conto “A Rainha da Neve” é considerado uma das maiores narrativas da literatura infantil e representa uma transformação no estilo de escrita de Andersen, pois elevou seus contos de fadas de histórias simples para algo mais complexo e reflexivo (ANDERSEN, 2008 p. 17). A obra está dividida em sete histórias, articuladas entre si: “Que trata do espelho e dos seus estilhaços”, “Um menino e uma menina”, “O jardim de flores da mulher que sabia encantar”, “Príncipe e a princesa”, “A menininha dos ladrões”, “A laponiana e a finlandesa”, “O que houve no palácio da Rainha da Neve e o que aconteceu depois”.

Inicia com a história de um *troll*⁶ malvado e seu espelho mágico que se quebra. Na sequência, apresenta as personagens Kay e Gerda, protagonistas da história. Em um dia de inverno Kay, sentiu algo gelado e pontudo em seus olhos. Era um caco do espelho mágico do duende e, por conta disso, ele ficou cruel e frio. Neste mesmo dia, Kay embarca no trenó da Rainha da Neve. Sua amiga Gerda vai atrás dele.

⁵ Conforme <https://ohmy.Disney.com/insider/2013/07/30/the-story-behind-the-story-of-frozen/>.

⁶ Trolls são seres sobrenaturais do folclore escandinavo (Suécia, Noruega, Dinamarca, Finlândia, Ilhas Faroé, Groelândia e Islândia). No capítulo de análises, falaremos mais sobre eles. Disponível em: <https://casadecha.wordpress.com/2009/10/02/estorias-de-trolls/>. Acesso em: 28 de junho de 2018.

Depois de procurar por muito tempo, ela encontra o garoto. Gerda chora ao encontrar o amigo e suas lágrimas caem sobre ele, amolecendo o gelo e destruindo o estilhaço preso no coração de Kay. Assim, Gerda e Kay deixam o palácio da Rainha da Neve e partem em direção à cidade onde viviam. Quando retornam para suas casas, dão-se conta de que já se passou muito tempo e que eles são adultos.

Além do conto de Andersen, referenciado acima, podemos identificar semelhanças de Frozen com o conto popular russo “Donzela da Neve”⁷ (ainda que a *Disney* não faça nenhuma menção a este conto como inspiração para a construção do roteiro de Frozen). A Donzela da Neve, em russo chamada de *Snegurochka*, é filha do Pai Inverno e da Mãe Primavera. *Snegurochka* é mandada por seus pais para viver na floresta, para que não tivesse contato com os raios de sol que poderiam derretê-la. Com medo de que Deus do Sol (*Yarilo*) a derretesse, pediram para que seu amigo Espírito da Floresta a protegesse. *Snegurochka* vagou por muito tempo pela floresta triste e solitária, até que um dia se apaixona por *Lel*. Os dois passam a noite cantando e dançando com seus amigos, mas, ao raiar do dia, a Donzela da Neve derrete assim que entra em contato com os primeiros raios do sol. De acordo com o conto, isso aconteceu porque o amor por um homem penetrou em seu coração.

Esta narrativa surgiu pela primeira vez no século XIX. Alguns estudiosos consideram que as raízes dessa história e de sua personagem central estão nas crenças pagãs eslavas, outros defendem que ela teve origem em contos populares de outras regiões e não da Rússia. Portanto, sua origem não é plenamente conhecida.

2.2 CAMPO DE OBSERVAÇÃO

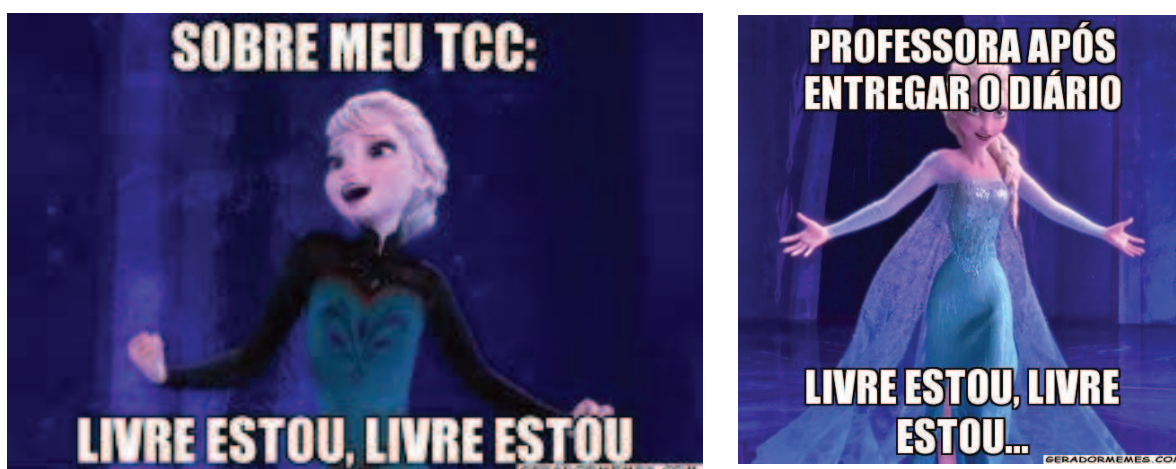
A animação “Frozen: uma aventura congelante” (*Disney*, 2013), dirigida por Chris Buck e Jennifer Lee, é nosso primeiro observável. Frozen traz muitos aspectos diferentes das demais princesas da *Disney*: é uma personagem feminina forte e não busca o amor de um príncipe. Além disso, a prova de “amor verdadeiro” não vem do beijo de um príncipe e nem se restringe à noção de amor “romântico”. A narrativa parece estar adaptada para um contexto atual, em que a mulher ganha destaque na sociedade e se identifica com personagens mais fortes e independentes, tais como Elsa. Por isso, a animação “Frozen” conquistou não só as crianças como também o

⁷ Disponível em: <http://fairytalelandstories.com/2012/11/19/conto-a-donzela-de-neve/>. Acesso em: 28 de junho de 2018.

público adulto. O filme gerou diversos produtos midiáticos e não midiáticos, com forte apelo ao consumo, como, por exemplo, decorações de festas, roupas, sapatos, bonecas, etc.

Outro destaque de *Frozen* é a popularidade da trilha sonora *Let it Go* ("Livre Estou", na versão brasileira), composição de Kristen Anderson-Lopez e Robert Lopez, música escrita a partir das características da personagem central do filme⁸. Por isso, a música *Let it Go* é nosso segundo observável. Em nossas observações, percebemos que a canção ultrapassou o espectro do filme e passou a circular por conta própria, sendo conhecida por pessoas que não têm interesse e nem sequer assistiram à animação. Há uma autonomização da música que circula para além dos espaços vinculados à obra, como o *Spotify*, por exemplo. Podemos encontrar centenas de versões, paródias⁹ e *memes* com o tema *Let It Go*, o que marca o nosso terceiro observável.

Figura 1 – Exemplos de *Memes* com a Música “Let it Go”



Fonte: Página de Facebook *Disney Irônica*¹⁰.

Também encontramos diversos materiais associados às questões de gênero e ao movimento LGBTI¹¹, o que gerou uma campanha¹² por parte dos atores sociais e

⁸ *Making of* da música *Let It Go* disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0eEHYbH2lQg>. Acesso em: 30 de junho de 2018.

⁹ Exemplo de paródias: <https://www.youtube.com/watch?v=e3tsTMjX7e4> e https://www.youtube.com/watch?v=8u9NjJA_KSU. Acesso em: 23 de maio de 2017.

¹⁰ <https://www.facebook.com/Disneyironica/>. Acesso em: 23 de maio de 2017.

¹¹ Lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e pessoas intersex. Esta nomenclatura é utilizada pelas Nações Unidas (ONU).

¹² <http://revistadonna.clicrbs.com.br/comportamento-2/depois-de-frozen-possivel-casal-de-lesbicas-em-procurando-dory-gera-polemica/>.

fãs para que Frozen fosse lésbica e tivesse uma namorada em uma possível sequência da animação.

Figura 2 – Exemplo de *Memes* relacionados ao movimento LGBTI



Fonte: Página de Facebook He-Mana¹³.

Figura 3 – Exemplo de *Memes* relacionados às questões de gênero



Fonte: Página de Facebook He-Mana¹⁴.

O terceiro observável é o livro “Frozen: Aventureiros Em Ação”, de autoria de Bill Scollon e ilustrado por artistas da *Disney Storybook*. Foi produzido pela Editora

¹³

<https://www.facebook.com/HeManaOficial/photos/pcb.641421382671938/641421109338632/?type=3&theater>.

¹⁴

<https://www.facebook.com/HeManaOficial/photos/pcb.641421382671938/641421109338632/?type=3&theater>.

Melhoramentos no ano de 2013, com direitos reservados - *Disney Enterprises*. A narrativa do livro é exatamente a mesma da animação descrita no segundo observável que compõe o presente caso. No entanto, a obra é acompanhada de um projetor de imagens. Ao ler, a criança pode projetar 20 imagens com cenas da animação para ter uma experiência com o cinema. Na contracapa, encontram-se informações de como usar o projetor e, ao longo das páginas, indicações da lâmina de imagens a projetar. Isso faz com que o livro se assemelhe a um manual de instruções. Isto é, o foco deixa de ser a história para ser o brinquedo/dispositivo. Observa-se aí uma transformação de sentido e uma hibridização de lógicas midiáticas e de midiaticização.

Figura 4 – Capa do Livro “Frozen: Aventureiros Em Ação”



Fonte: Livro “Frozen: Aventureiros Em Ação” (Disney, 2013).

Figura 5 – Contracapa do livro “Frozen: Aventureiros Em Ação”



Fonte: Livro “Frozen: Aventureiros Em Ação” (Disney, 2013).

Na sequência, abordaremos as principais perguntas e inferências preliminares que esses observáveis geraram na primeira fase de nossa pesquisa.

2.3 PERGUNTAS, PROVOCAÇÕES E INFERÊNCIAS PRELIMINARES

Nossa pesquisa, constituída pelo caso Frozen, versa sobre os contos de fadas e suas transformações na sociedade em vias de midiatização, levando em conta o eixo do problema de pesquisa. A partir desses observáveis, levantamos algumas

inferências ou percepções iniciais. Essas inferências integram o nosso método de pesquisa, conforme dissertaremos no capítulo dedicado ao percurso metodológico (Capítulo 4). De acordo com Kaefer (2016), a partir das inferências o detalhamento do ambiente de pesquisa pode ser mais bem compreendido. É o que buscamos com este subcapítulo.

A *priori*, consideramos os nossos observáveis como dispositivos interacionais, dentro da acepção de Braga (2011, p. 12), que os denomina como “táticas-padrão, de modelos reconhecíveis, mas com grande plasticidade de acionamento, que podem ser chamados pelos participantes a serviço da comunicação”. Para o autor, não existe comunicação sem interação e nossos observáveis se configuram como dispositivos interacionais na medida em que vão além da relação obra - leitor/espectador, trazendo a história para o diálogo intersubjetivo dentro do ambiente no qual está inserida.

No caso específico dos livros infantis, entendemos que, na sociedade em vias de midiaticização, estes mantêm sua força como dispositivos interacionais. Entretanto, passam por modificações sócio-técnico-semio-discursivas (FERREIRA, 2013), o que os torna dispositivos midiáticos e permite o surgimento de uma relação de coprodução de conteúdo com este novo leitor (HASLINGER, 2016). Nesse processo, o leitor ora é receptor e ora é produtor, configurando-se como participante ativo no processo de comunicação. Além disso, consideramos que os acessórios como câmeras, áudios, jogos, imagens em *pop-up*, em 3D, projetor de imagens, entre outros, não são apenas brinquedos, mas aspectos que estabelecem uma nova forma de interação e, por conseguinte, de efetivação de um novo vínculo entre produção e reconhecimento de sentidos. Estes acessórios transformam os livros de contos de fadas em produtos que, através do lúdico, criam estratégias para o consumo.

Salientamos que a indústria cultural tem investido em produtos midiáticos nos quais as narrativas têm como foco o indivíduo (espectador/leitor/consumidor). Inferimos que acontece certo processo de “personificação” dos contos de fadas, ou seja, o foco está na associação do produto com a personalidade individualizada do sujeito, isso pode ser observado em diversos enunciados direcionados ao leitor, tais como: “este produto foi feito para você!”.

Em nossos observáveis, essa personificação aparece de forma mais explícita nos livros datados a partir de 2012. Antes disso, o foco estava mais na história e menos no livro-produto. Observamos que, nas publicações anteriores a esse período, quase não há essa lógica de personificação. O leitor, nesse contexto, é aquele que se

envolve apenas com o teor da narrativa, sendo um “observador passivo” dos fatos e tem como ação imaginar. Atualmente, ao colocar o sujeito como parte da história, existe um incentivo para sua interação direta com o livro, que busca simular uma proximidade, trazendo a ideia de que aquilo foi feito especificamente para você, por meio de verbos acionadores na voz imperativa, como: faça, construa, etc.

Outro movimento que percebemos é que o processo de circulação destes contos de fadas tem permitido às instituições não midiáticas (marcas de produtos alimentícios, sapatos, bolsas, roupas, entre outras) e às midiáticas (cinema, literatura e jornalismo) criar uma estratégia de transformação dos contos em produtos. Ao atrelar um produto ao outro, identificamos uma fagia social (ROSA, 2016), ou seja, um consumo que gera outro, incentivado pela indústria e reiterado nos espaços dos atores sociais.

Outro aspecto que ressaltamos diz respeito à existência de uma forte tentativa de adaptar a linguagem e a própria narrativa para uma realidade mais contemporânea, buscando a aproximação com a lógica de comunicação via internet. Identificamos alguns movimentos nesse sentido, tais como: imagens *pop up* simulando um site, *emoticons* e uso de gírias comumente utilizadas por crianças e adolescentes em ambientes próprios do universo digital como o Facebook e as conversas de WhatsApp.

Também assinalamos que os contos de fadas em sua origem - na cultura oral - eram destinados ao público adulto. Somente em 1697 (CADEMARTORI, 2010; WARNER, 1999), estas narrativas passaram a ser dirigidas ao público infantil, a partir da coletânea intitulada “Contos de Mãe Gansa”, de Charles Perrault. Após as adaptações feitas por Perrault, este tipo de literatura se manteve quase que exclusivamente direcionado ao público mirim, até a atualidade. Percebemos, com base na observação de nossos empíricos, que há uma espécie de “retorno” dos contos de fadas destinados a adultos. Isso implica dizer que as históricas nasceram voltadas para o público adulto e tinham uma forte ligação com a figura do mediador, ou seja, aquele que lia/contava as narrativas. Tais formas de mediação se davam coletivamente, uma vez que as comunidades se reuniam para ouvir os contos. Hoje em dia, ainda que a figura do mediador esteja presente numa espécie de rito de leitura (por exemplo, quando um familiar lê para uma criança dormir ou na hora do conto em uma escola), ela perde seu potencial, pois as crianças ganham certa autonomia para

utilizarem os livros sozinhas, por meio dos dispositivos midiáticos, tais como: projetor, áudio, vídeo, etc.

Preliminarmente, constatamos que as instituições midiáticas e não midiáticas vêm investindo massivamente em mercadorias geradas a partir das narrativas dos contos de fadas, que atraem não só o público infantil, mas também os adultos. Isso contempla produtos midiáticos como filmes, seriados e produtos não midiáticos como sapatos, bolsas, roupas e acessórios. Além disso, há uma produção de dispositivos midiáticos que referenciam os contos, relacionando-os com outras situações vividas no mundo adulto, como problemas em relacionamentos amorosos.

Do mesmo modo, existe uma lógica que permeia a produção dos filmes e animações da *Disney* que se baseia na reiteração de símbolos já constituídos em nosso imaginário. O amor como a arma mais poderosa. Mas, ao contrário do amor romântico das histórias clássicas, as narrativas atuais o trazem para a amizade ou para consanguinidade, como o caso das irmãs Elsa e Anna. Inferimos, portanto, uma mudança de percepção, na qual o amor não precisa ser, necessariamente, representado pelo homem e mulher, o que já atende a pressões exercidas por uma sociedade que se abre para processos de mediação.

Além dos livros, encontramos através dos *memes* e paródias a participação dos atores sociais no processo de circulação da animação e da trilha sonora *Let it Go* de Frozen. Há uma apropriação do conteúdo por parte desses atores, tornando-os coprodutores de conteúdo. Nesse processo, ocorre a geração de novos sentidos, que se distanciam do sentido original da obra.

Após explicitar nossas inferências preliminares, retomamos nosso problema da pesquisa: **como os sentidos sobre Frozen são construídos a partir da tensão entre gramáticas de produção e reconhecimento?** E, para além dessa questão central, outras perguntas derivadas foram surgindo ao longo do processo de observação dos empíricos. Listamos a seguir algumas dessas provocações que revelam nossa inquietude diante da temática:

- a) Como as narrativas dos contos de fadas criam circuitos (BRAGA, 2012) e quais modificações os contos de fadas sofrem diante do processo social de apropriação da cultura midiática?
- b) Que operações de produção e de reconhecimento são identificadas na formação do circuito ambiente Frozen?

- c) O conto, de fato, como produto, perde seu valor simbólico ou adquire novo papel social?
- d) Como os atores sociais e as instituições se revezam na produção de sentido?

3 APORTES TEÓRICOS

Depois de constituído nosso campo de observação dedicamos este capítulo aos nossos aportes teóricos. Optamos por iniciar a discussão pelos referenciais teóricos relacionados com a temática da midiatização (linha de pesquisa na qual estamos inseridos), a fim de contextualizar e explicitar nosso “ponto de partida” teórico. Na sequência, apresentamos subcapítulos relacionados ao conceito de contos de fadas e suas transformações, a partir do que chamamos de “sociedade em vias de midiatização”.

3.1 DA SOCIEDADE DOS MEIOS À SOCIEDADE EM VIAS DE MUDIATIZAÇÃO

Pensar o conceito de midiatização não é uma tarefa fácil. Trata-se de um conceito em construção e um fenômeno que está acontecendo enquanto os processos científicos e sociais se desenvolvem. Além disso, cada pesquisador o emprega conforme sua perspectiva, pois observa a midiatização a partir de seus objetos de pesquisa e de certos elementos epistemológicos. Devido a essas “múltiplas vozes” sobre o mesmo conceito, Gomes (2015) afirma que a aceção de midiatização é “plurívoca”. Portanto, entende-se que vivemos em uma sociedade que pode ser referida como “em vias de midiatização” (FAUSTO NETO, 2006), algo que está em andamento, não finalizado.

Antes de entrar mais especificamente nas concepções acerca da midiatização, é importante falar sobre a passagem da sociedade dos meios para a sociedade em midiatização, uma vez que “a midiatização resulta da evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais” (FAUSTO NETO, 2008, p.90). Exatamente o fenômeno que nos propomos a investigar, quando pensamos na transição dos contos de fada da oralidade para os livros impressos e, destes, para as animações e livros digitais atuais.

Na sociedade dos meios, entende-se que havia uma centralidade dos meios de comunicação e os próprios campos sociais¹⁵ tinham estruturas mais rígidas, ou seja, “[...] as mídias estariam a serviço de uma organização de um processo interacional e sobre o qual teriam uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos”

¹⁵ Os campos sociais são microcosmos autônomos, com regras e leis específicas (BOURDIEU, 2004, p. 86).

(FAUSTO NETO, 2008, p. 93). Dessa forma, o processo de comunicação era compreendido como linear, no qual um produtor “falava” (transmitia mensagens) para muitos receptores. Ressaltamos que, apesar desse entendimento de linearidade, as correntes teóricas de Palo Alto e a cibernética dos anos 1940 já indicavam a existência de alguma forma de retroação.

Os estudos de Martín-Barbero sobre a teoria das mediações, feitos a partir da década de 1970, marcaram “os caminhos de transição entre a situação dos meios como suportes de veiculação da vida dos campos sociais e aquela na qual se tornam em novas instâncias de mediação” (FAUSTO NETO, 2006, p. 8), sendo essa formulação também importante para os estudos de midiatização.

Para Martín-Barbero (2015), as mediações são os processos através dos quais a cultura se concretiza, mudando a relação dos indivíduos com a mídia e deslocando a ênfase dos meios para um entendimento mais complexo da comunicação. Nesse sentido, as mediações são marcadas pelas interações entre os meios, as outras formas de comunicação e a produção de sentidos gerados por outros campos e atores sociais. Martín-Barbero (2015) acrescenta que as mediações estão divididas em quatro eixos: institucionalidade, tecnicidade, sociabilidade e ritualidade. A mediação da institucionalidade é caracterizada por interesses e poderes contrapostos que afetam a regulação dos discursos. Através do uso da tecnicidade, acontece a capacidade de inovar nos formatos industriais, ou seja, a cultura é mediada pela técnica. Na sociabilidade, encontramos a trama das relações cotidianas que servem de ancoragem da “práxis comunicativa”. Já a ritualidade se refere ao simbólico, à memória, aos cenários de interação e repetição (MARTÍN-BARBERO, 2015).

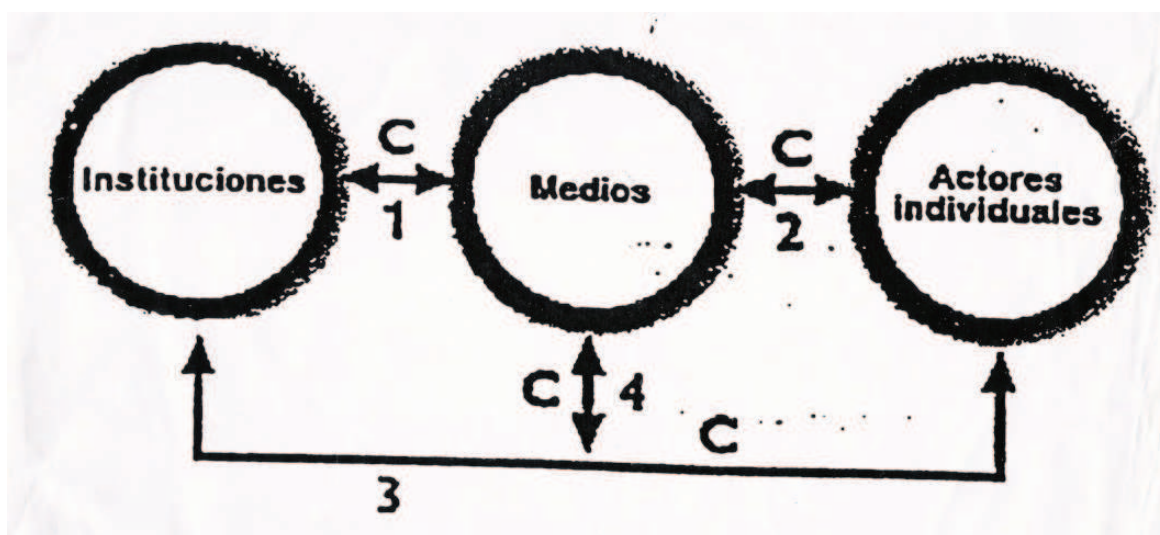
Na transição da sociedade dos meios, onde a mediação era central, para a sociedade em vias de midiatização, compreendemos que “a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnico-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica própria da sociedade” (FAUSTO NETO, 2008, p. 93).

Considerado pioneiro nas investigações acerca da midiatização, Verón (1992) defende que a passagem da sociedade dos meios para a sociedade em vias de midiatização tem início quando as práticas sociais e instituições passam a sofrer afetações, tensionamentos e transformações por conta de uma forte presença dos meios de comunicação, que é decorrente de invenções tecnológicas e sociais. Já em 1997, o autor apresenta uma definição mais aprofundada, deixando claro que a

mediatização ultrapassa o meio em si, mudando igualmente os meios de comunicação, os atores sociais e as instituições. Dessa forma, as mídias passam a ocupar um lugar central na sociedade, “se misturam com todos os aspectos significativos do funcionamento social, instituindo relações que por natureza são complexas, não causais e pouco lineares” (VERÓN, 1997, p. 3). Nesse sentido, pode-se afirmar que a cultura da mídia estabelece conexões entre atores sociais e instituições, modificando, por meio de suas lógicas, o funcionamento dos mais diversos campos sociais.

Além disso, Verón (1997) elaborou um esquema para a análise da mediatização, no qual podemos perceber essa complexificação das relações entre as instituições, meios e atores sociais próprias da sociedade em mediatização:

Figura 6 – Representação Esquemática da Mediatização



Fonte: *Esquema para el Analisis de la Mediatización* (VERÓN, 1997, p.8).

A partir desse desenho, Verón (1997) afirma que não há processos lineares entre uma causa e um efeito. Estaríamos diante de enredamento de circuitos de *feedback*, em que as duplas flechas procuram sugerir a complexidade. O esquema aponta quatro “zonas” de produção dos coletivos: a dupla flecha C1 representa a relação entre os meios e as instituições; a C2, a relação dos meios com os atores sociais; a dupla flecha C3 representa a relação das instituições com os atores sociais e a dupla flecha C4 retrata que os meios afetam a relação entre as instituições e os atores sociais (VERÓN, 1997).

Além dos teóricos já mencionados, os estudos realizados pelo pesquisador Adriano Rodrigues acerca do campo dos media trazem importantes contribuições para

a compreensão da transição da sociedade dos meios para a sociedade em midiatização. Segundo ele,

O campo dos media é a instituição que possui a competência legítima para criar, impor, manter, sancionar e restabelecer a hierarquia de valores, assim como o conjunto de regras adequadas a respeito desses valores, no campo específico da mediação entre os diferentes domínios da experiência sobre os quais superintendem, como vimos, na modernidade, os diferentes campos sociais (RODRIGUES, 2000, p. 202).

Adriano Rodrigues (2000) também ressalta que, na sociedade dos meios, os campos sociais eram sistemas fechados que “falavam” com o resto da sociedade usando lógicas próprias. Com a midiatização, isso se transforma e tais campos passam a “conversar” com a sociedade usando de lógicas do campo das mídias. Nesse sentido, Rodrigues (2000, p. 10) diz que “O papel mais importante do campo dos media será provavelmente a sua capacidade de tematização pública e de publicização do confronto entre os discursos especializados em torno de questões suscitadas pelos diversos domínios”.

Conforme essas perspectivas levantadas por Rodrigues, consideramos que, na chamada “sociedade dos meios”, a mídia era um campo social localizado “ao lado” dos demais. Com o cenário da midiatização, este processo se modifica, pois os campos sociais não funcionam mais de forma autônoma e isolada. Porém, Fausto Neto (2014) avança na teoria apresentada por Rodrigues. Para ele, Rodrigues teria ficado na sociedade dos meios, considerando o contexto em que foi escrita sua teoria sobre o “campo dos media”. Logo, segundo o autor, estaríamos “pisando no solo da mediatização” e a teoria dos campos sociais não daria mais conta de explicar o fenômeno comunicacional diante deste contexto de interfaces e entrelaçamentos. Atualmente, os campos sociais são atravessados um pelo outro, inclusive o campo midiático.

Já Braga (2007) afirma que a midiatização estaria fazendo com que as mídias se transformem no que ele chama de “processo interacional de referência” caracterizado por ser um aspecto norteador, que organiza os setores da vida, que determina as lógicas e parâmetros dos outros setores. Ou seja, Braga (2007) defende que o campo das mídias está, lentamente, passando a ocupar o lugar da escrita nas sociedades humanas. Contudo, isso não está plenamente estabelecido, pois, como o

próprio autor afirma, o funcionamento desse novo processo interacional de referência ainda é “despercebido, disperso, canhestro e difuso” (BRAGA, 2007, p.166).

Gaston Cingolani (2014), pesquisador argentino, considera a midiatização como um processo de transformação de sentido, a partir de determinada organização material. Para ele, esta transformação seria o que Luhmann (1995) já descrevia como a emergência de uma comunicação, envolvendo dois processos ou duas instâncias de processos associados à produção de sentido. Segundo o autor, o que Verón (1988) nomeia como produção e reconhecimento, em sentido semelhante, Luhmann chamou de enunciação e entendimento. Cingolani afirma que a transformação da midiatização é o que possibilita a produção-e-reconhecimento de sentido, graças a saltos espaciais, temporais e intersubjetivos, que, de outra maneira, não se havia produzido.

Assim, de acordo com Cingolani (2014, p. 11), “analisar os processos de midiatização como produtores e transformadores do social é o que nos convoca precisamente agora em uma época de crise e transformação dos próprios processos de midiatização”. Cingolani também afirma que as transformações da midiatização estão em andamento, ainda há muito o que analisar (HASLINGER; LUNELLI, 2016).

Outro pesquisador portenho que acionamos é Mario Carlón. Através do artigo “En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de facebook durante a transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitário”, Carlón analisa os efeitos da midiatização em aplicativos de redes sociais, como o Facebook, a partir da reação dos usuários. Conforme o autor, pesquisar estes aplicativos é uma oportunidade ímpar para discutir o alcance e os efeitos da midiatização neste novo momento histórico. Acreditamos que nosso trabalho vai na mesma direção, já que nos voltamos a compreender os efeitos da midiatização não em aplicativos ou páginas específicas, mas quando os contos de fadas são catapultados ao espaço da circulação. Carlón reconhece que

O principal mérito dos estudos sobre midiatização consiste em que se ocupam de questões cruciais, em que parecem articular-se com os níveis analíticos aos quais havíamos anteriormente referenciado. Ou seja, eles atendem, por um lado, ao estatuto dos diferentes meios (dos meios massivos (MM) aos meios digitais (MD), com seus respectivos dispositivos e linguagens) e, por outro, dos distintos sujeitos que já estejam em produção ou reconhecimento se articulam com os discursos produzidos por estes diferentes sistemas de midiatização. Por outro lado, que atendem perguntas tais como: em que se diferenciam os discursos dos MM e dos MD e como distinguir os sujeitos que se articulam com eles? (CARLÓN, 2012, p. 178)

A provocação de Carlón quanto aos discursos que circulam e como meios massivos e digitais, que tendem a uma nova lógica, se articulam é central para a compreensão do processo de midiatização, já que se rompe com a centralidade dos meios, mas ao mesmo tempo estes meios são desencadeadores de práticas sociais, de novos fazeres por parte dos sujeitos.

Neste sentido, o dinamarquês Stig Hjarvard, considera a midiatização como um quadro teórico capaz de refletir sobre a influência da mídia na transformação da cultura e da sociedade. “A sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais” (HJARVARD, 2012, p.54). Segundo ele, hoje experimentamos uma intensa midiatização da cultura e da sociedade, que não se limita ao domínio da formação de opinião pública, mas atravessa quase todas as instituições sociais e culturais, como a família, o trabalho, a política e a religião. A influência da mídia sobre a mudança cultural e social não está baseada numa mídia de “colonização” de outras instituições, mas sobre as mudanças nas relações interinstitucionais. Hjarvard defende que todas as instituições, incluindo os meios de comunicação, dependem de uma variedade de outras instituições, podendo surgir mudança cultural e social através de novas configurações de relações entre mídia e outras instituições (HASLINGER; LUNELLI, 2016).

No entanto, a perspectiva de Hjarvard ancorada na noção de influência acaba por recuperar a centralidade da mídia, o que conflita com as visões mais latinas que não acompanham a corrente institucionalista, mas sim que trazem aportes de um atravessamento social potencializando um ‘novo modo de ser no mundo’ (GOMES, 2016).

Ante o exposto, reconhecemos que não há consenso entre os autores sobre o conceito de midiatização, bem como quando teria iniciado o fenômeno. Convergimos com Verón (2014) de que não conseguimos demarcar quando inicia a midiatização, porém os fenômenos midiáticos estão presentes nas sociedades desde o surgimento da humanidade, quando acontece o primeiro estágio da semiose com a produção de ferramentas de pedra.

Sendo assim, salientamos que, apesar da midiatização ser um conceito plural e complexo, para fins dessa pesquisa, conceituaremos midiatização conforme sugere Gomes (2015, p. 34), isto é, como um elemento essencial para a compreensão do fenômeno comunicacional nos dias de hoje:

A midiatização tornou-se cada vez mais um conceito chave, fundamental, essencial para descrever o presente e a história dos meios e a mudança comunicativa que está ocorrendo. Desse modo, se se tornaram parte do todo, não se pode vê-los como uma esfera separada. É necessário desenvolver uma compreensão de como a crescente expansão dos meios de comunicação muda nossa construção da cultura, da sociedade e das diferentes práticas sociais. Nessa perspectiva, a midiatização é usada como um conceito para descrever o processo de expansão dos diferentes meios técnicos e considerar as inter-relações entre a mudança comunicativa dos meios e a mudança sociocultural (GOMES, 2015, p. 34).

Consideramos que é nesse espaço que nosso objeto de pesquisa se inscreve. Afinal, o processo de midiatização afeta e transforma os contos de fadas, bem como a própria cultura literária. Dentre estas transformações, deparamo-nos com a circulação e as gramáticas de produção e de reconhecimento geradas a partir da animação Frozen, nosso caso de estudo. Desta forma, na sequência do texto, dedicamos um subcapítulo específico a estes conceitos, os quais serão essenciais para as nossas análises.

3.1.1 Circulação e as Gramáticas de Produção (GP) e Gramáticas de Reconhecimento (GR)

Conforme sugere Castro (2017 p. 7), o momento atual exige atenção dos pesquisadores sobre a circulação discursiva. Segundo ele, estaríamos diante de uma “*circulation turn*” (momento/vez da circulação), quando boa parte da circulação é provocada pelo fenômeno da internet e, mais recente, pelas redes sociais.

Nosso objeto de pesquisa está diretamente relacionado a este contexto contemporâneo da circulação. Sendo assim, o conceito passa a ser central em nosso trabalho, estando diretamente relacionado com nosso problema de pesquisa: **que sentidos sobre Frozen são construídos a partir da tensão entre gramáticas de produção e de reconhecimento?**

Como explicitado anteriormente no item 3.1 (p.23), a comunicação na sociedade dos meios era compreendida como “linear”, ou seja, havia uma centralidade dos meios de comunicação, cenário em que um produtor “falava” (transmitia mensagens) para muitos receptores.

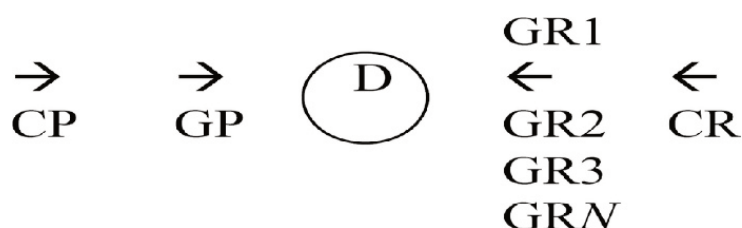
Diferentemente desta concepção, Eliseo Verón aponta a não linearidade da comunicação trazendo à tona o conceito de circulação. Para ele, produção e recepção (o autor prefere chamar recepção de reconhecimento) são articuladas através da

circulação, formando assim o “sistema produtivo”. Sendo que a circulação é compreendida como uma “defasagem, num dado momento, entre as condições de produção do discurso e a leitura feita na recepção”, o que possibilita pesquisar a articulação entre produtores, receptores e o discurso em si (VERÓN, 2004, p. 53). Eliseo Verón afirma que

O conceito de circulação designa precisamente o processo pelo qual o sistema de relações entre condições de produção e condições de recepção é, por sua vez, produzido socialmente. "Circulação" é, portanto, o nome do conjunto de mecanismos que fazem parte do sistema produtivo, que define as relações entre "gramática" de produção e "gramática" de reconhecimento, para um discurso ou um determinado tipo de discurso (Verón, 1993 p. 20. tradução nossa).

Para melhor compreensão dos problemas de recepção e a assimetria do modelo comunicacional, Boutaud e Verón (2007) exemplificam a circulação discursiva (expressando a sua não linearidade), utilizando recurso da figura abaixo:

Figura 7 – Circulação Discursiva



Fonte: Boutaud e Verón (2007).

A partir desse desenho, os pesquisadores afirmam que, por meio da figura, fica evidenciada “a não-linearidade da comunicação, que resulta do estudo empírico da circulação discursiva”. Nas palavras de Boutaud e Verón (2007), o diagrama representa que

Se partirmos, no curso de uma investigação, um conjunto de discursos tomado como "corpus" (D), isso pode ser abordado como uma configuração de superfícies discursivas constituídas por operações que reenviam a uma gramática de produção (GP), que por sua vez é explicada por um conjunto de condições de produção (CP). Se a reconstituição de uma GP pode ser considerada como um trabalho descritivo, de identificação de variáveis operatórias identificadas no conjunto D de superfícies discursivas, a GP, uma vez caracterizada, permite definir a D como uma classe de discurso: é o caso de uma GP como um contrato de leitura de um meio de imprensa, por exemplo. (BOUTAUD; VERÓN, 2007 p. 3, tradução nossa).

Trazendo esta figura para nosso objeto de pesquisa, podemos dizer que a animação “Frozen: uma aventura congelante” tem condições de produção típicas da indústria cultural, algumas delas evidenciadas no modo de constituir o conto em animação (as imagens em movimento, a referência no real que transita para o fantástico, as lógicas institucionais dos estúdios *Disney*, a preocupação mercadológica). Tais condições manifestadas em operações configuram uma gramática de produção que incide na produção de sentidos. Aliás, a partir do século XX, “a indústria é a situação de circulação mais estabelecida”, centrada em um “sistema de produção de materiais, audiovisuais, sonoros, impressos”. E, este próprio sistema assegura sua distribuição, “fazendo os produtos circularem”. (BRAGA, 2017 p. 52).

Porém, na circulação não basta apenas que os produtos circulem, pois entram em jogo múltiplas condições de reconhecimento, que vão para além do fato de os produtos estarem ou não disponíveis. Trata-se de pensar no reconhecimento e na coprodução do sentido, visto que este é infundável. Isto indica as defasagens e diferenças entre produção e reconhecimento e, conseqüentemente, nas gramáticas em jogo. Já que, do mesmo modo que há condições de produção, os atores sociais também se manifestam por meio de discursos e de condições de reconhecimento e de operações de reconhecimento próprias. Estamos, assim, diante da complexidade da mediatização.

Diante desta complexidade, inspiradas pelos estudos de Eliseo Verón, especialmente em sua contribuição acerca da passagem da sociedade dos meios para a sociedade em vias de mediatização, as concepções de circulação trazidas pelos pesquisadores da Linha de Mediatização e Processos Sociais da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) enriquecem o debate acerca do conceito e nos permitem novos ângulos de olhar.

Na presença da mediatização, a sociedade aprofunda as relações entre instituições e indivíduos, e estes indivíduos passam a utilizar meios e produzir conteúdo que, antes, eram restritos às instituições de comunicação ou especialistas da área.

Seguindo este raciocínio, Fausto Neto (2010, p.6) considera que, na sociedade em vias de mediatização, surgem novos processos de circulação de mensagens, especialmente, de produção de sentidos, os quais “organizam uma nova arquitetura

comunicacional, afetando as condições de vínculos entre produtores e receptores”. Para o autor,

Na “sociedade em vias de midiatização” estamos diante de um novo cenário sócio-técnico-discursivo que constitui as novas interações entre produção/recepção. Estas resultam diretamente, de novas formas de organização de circulação dos discursos. A problemática dos efeitos de sentido assume uma nova complexidade, requerendo dispositivos analíticos, especialmente procedimentos refinados que possam descrever como a circulação deixa se mostrar em novos cenários. Nesta, a circulação re-situa além das interações, conceitos clássicos ao processo da comunicação, como por exemplo, o de notícia e o de acontecimento (FAUSTO NETO, 2010 p.6).

Desta maneira, podemos considerar os sujeitos como coprodutores, o que os torna, igualmente, participantes do processo de circulação de conteúdos, um dos pilares da estrutura da midiatização. Isto é o que acontece com os contos de fadas na atualidade, quando os atores sociais/leitores/narradores são convocados a interagir com as narrativas, participando da produção de conteúdo. Por exemplo: através da gamificação do livro, por meio dos elementos como o “faça você mesmo”, “crie o cenário da história”. Ou em redes sociais como *Facebook*, onde os usuários produzem novos sentidos aos contos de fadas, gerando *memes*, paródias ou até mesmo outros contos inspirados no conto original.

Braga (2007) concebe a midiatização como processo interacional. Para ele, na sociedade midiatizada, a realidade social se estabelece ao passo em que vão se organizando possibilidades de interação entre os indivíduos, coletivos e os diversos setores da sociedade. Porém, Braga afirma que não é possível falar em midiatização como processo interacional sem que a circulação aconteça.

Para Braga (2012), o conceito de “fluxo adiante” é central para compreensão do processo comunicacional atual. Ou seja, trata-se de “ir além das relações entre produtor e receptor”, quer dizer, o importante é o ato de o receptor fazer seguir “adiante as reações ao que recebe”. Este ir adiante estaria relacionado não apenas à presença de novos meios, mas a produtos originados da “mídia de massa” sendo retomados em outros ambientes, além dos da recepção (BRAGA, 2012 p. 39). Portanto, o “fluxo adiante” pode se manifestar das mais variadas formas:

[...] desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples “conversa de bar” sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de debates, análises, polêmicas – em

processo agonístico; a esforços de sistematização analítica ou estudos sobre o tipo de questão inicialmente exposta; passando ainda por outras e outras possibilidades, incluindo aí, naturalmente a circulação que se manifesta nas redes sociais (BRAGA, 2012, p. 39).

Nestes contextos, os discursos são ocupados por sentidos, gerando o que o autor nomeia como “circuitos”, ao ponto que teríamos dificuldades para identificar o ponto de partida da produção. Isto ocorre, em nosso caso de estudo, quando os atores sociais se apropriam do conteúdo da narrativa de Frozen, atribuindo a ela novos sentidos que não o original, e levam adiante outros discursos e construções como, no caso, via redes sociais, novos conteúdos são gerados a partir da animação.

Em Ferreira (2007; 2013), encontramos o entendimento de que a circulação acontece em meio e no cerne de diversos dispositivos. Estaríamos diante de uma sociedade onde o digital, enquanto processo social, atinge a reestruturação do mercado das mídias no Brasil, internacionalizando desta maneira os sistemas de produção, captando para seu “funcionamento as propensões de usos e interações de indivíduos conectados” (FERREIRA, 2013, p.140).

Assim, “a circulação é um objeto onde se sugere pensar esses processos no âmbito das relações intra e intermediárias, em que as redes digitais estão em interação com a ‘indústria massiva” (FERREIRA, 2013, p.141). Sendo assim, a circulação ocorre de duas maneiras, segundo Ferreira e Rosa (2011): a circulação intermediária - aquela realizada entre os dispositivos midiáticos; e a *circulação intramediática* - aquela que acontece dentro do dispositivo. Em nosso caso, vemos a circulação intermediária nas múltiplas apropriações e desdobramentos da animação, inclusive descaracterizando a noção de público. Já a circulação intramediática aparece dentro da própria animação ou no livro como dispositivo.

Ferreira (2013) afirma que, a partir da circulação, é possível dar visibilidade ao fenômeno da midiatização, pois, afinal, no contato entre os dispositivos e os contextos socioantropológicos, tecno-tecnológicos e discursivos, vamos encontrar um conjunto de valores, crenças e referências simbólicas (FERREIRA, 2013). Deste modo, a circulação pode ser entendida como elemento central da midiatização, diante de toda sua complexidade.

Portanto, nos processos midiáticos, em redes digitais online, há uma nova relação entre consumo e produção. A circulação é objeto emergente. Ferreira apresenta o conceito de recepção produtiva ou produção consumidora como chave do próprio conceito de midiatização.

Rosa (2017), ao analisar a circulação de imagens referentes ao atentado em Westminster¹⁶, afirma: “[...] consideramos que a circulação é exatamente a acentuação de uma relação de atribuição de valor, na qual as operações de polaridade não implicam o fim da circulação, mas sua amplificação” (ROSA, 2017, p. 13). Tome-se como exemplo Frozen, a animação, mesmo quando questionada sobre aspectos de gênero ou de reprodução de estereótipos, é amplificada na circulação. A música do filme é outro aspecto a ser destacado, já que, a cada nova aparição, seja em um *meme* ou comercial de veículos, passa a ser revalorizada, remetendo à animação de origem.

Ou seja, quando determinado conteúdo é replicado, é inserido na circulação (seja ela uma imagem fotojornalística, seja um *meme* ou até mesmo uma narrativa), passa a ser reconfigurado e se torna uma espécie de “objeto-síntese”, algo autônomo que pode ser socialmente apropriado e utilizado para os mais diversos fins (ROSA, 2017). A pesquisadora ainda acrescenta:

Esta sociedade midiaticizada que tem suas lógicas atravessadas pelo fazer das mídias, mas que elabora suas próprias interações, desvinculando-se da noção de midiacentrismo tão presente nos estudos dos anos 90. Na ambiência da midiaticização, onde o ser no mundo já não é concebível sem ser midiaticizado, as imagens enquanto textos e discursos postos em circulação adquirem força quando agenciam fluxos de produção de sentido. Isto é, a característica central da imagem enquanto registro, gradativamente, se perde para que esta assuma a condição do próprio acontecimento. (ROSA, 2017, p. 14).

Para além dessa questão da problemática da circulação em si, a pesquisadora Ana Paula da Rosa também traz a ideia de imagens-totens (que é seu objeto de estudos) relacionada com o conceito de midiaticização. Imagens estas, segundo a autora, “invisíveis aos olhos em uma primeira instância, mas convocadas pelo imaginário coletivo e social em uma segunda, movidas pelos fenômenos midiáticos” (ROSA, 2015, p. 136). Para ela,

As imagens-totens são imagens autorreferenciais que são produzidas na circulação, pois elas só existem nessa tramitação, mobilizando a tríade freudiana de lembrança, repetição e perlaboração em potência. A primeira diz respeito à lembrança efetiva do acontecimento, ou do trauma no caso da psicanálise; a segunda, a uma forma de não recordar, ou seja, uma espécie de impedimento à lembrança. Já a perlaboração configura-se como uma

¹⁶ https://pt.wikipedia.org/wiki/Atentado_em_Westminster_de_2017.

reconciliação com o reprimido, portanto, lembrar para perlaborar ou elaborar de novo (ROSA, 2014 p. 45).

Sendo assim, podemos dizer que imagens-totens são imagens de poder, de maneira a constituir símbolos de um acontecimento “superando mesmo os espaços polêmicos gerados, o que implica em dizer que esta imagem torna-se uma estrutura estruturante ou, nas palavras de Bourdieu, um poder simbólico” (ROSA, 2014, p. 40).

Nesse sentido, entendemos que as imagens que aparecem nos contos de fadas, nos mais diversos meios, ao estar inseridas no referido processo de midiatização, têm potencial de mobilizar símbolos, reatualizando-os. Assim, quando elementos simbólicos são convocados, como por exemplo a noção de princesa, evidencia-se uma reiteração da sua força totêmica, pois, através da fixação, inscrevem-se no processo de circulação. Isso significa que, ainda que outros discursos concorrentes sejam produzidos, há um poder que se instala e imagens que restringem a presença de outras.

Rosa (2016a) atualiza essa perspectiva, argumentando que, para a proliferação dessas imagens totem ocorrer, é necessário que despertem os sentidos, um certo “prazer” em “devorá-las”. Como se, no contexto da midiatização, potencializasse-se o que a autora chama de “gula” em consumir imagens. Segundo Rosa (2016a), esse processo de gula se dá em três etapas;

1) devorar o mundo dos sentidos; 2) transformá-lo em um sistema de símbolos e 3) jorrar máquinas e instrumentos. Se pensarmos que a circulação de imagens envolve a produção de sentidos, a valorização em disputa que constitui a fixação de símbolos por meio da inscrição das imagens em pluridispositivos de atores sociais, instituições midiáticas e não-midiáticas temos a configuração do programa. (ROSA, 2016a, p.11).

Seguindo nessa linha de pensamento, Rosa (2016b) desenvolve e argumenta sobre outro conceito relevante em suas pesquisas, a ideia de fagia social, definida como

[...] **Fagia Social** (movimento de consumo cíclico/reiteração das imagens com novos sentidos sendo agregados, mas preservando a relação com a imagem original. Imagens devoradas pelo coletivo, mas reforçando imagens primeiras)¹⁷ [...]. (ROSA, 2016b, p. 10).

¹⁷ Destaques da autora.

Dessa maneira, na perspectiva da circulação, a fagia social ocorre quando atores sociais fazem criações/produções a partir de algo lançado por uma instituição e reinscrevem isso na circulação, gerando novos sentidos (ROSA, 2016b). Um exemplo bastante comum desse processo são *memes*, nos quais imagens são transformadas, ressignificadas e até mesmo descontextualizadas, e recolocadas no fluxo comunicacional, criando um processo de retroalimentação contínuo e ininterrupto. Especificamente em nosso objeto, a fagia social pode ser observada, por exemplo, nas inúmeras paródias feitas com a música tema de Frozen “Let It Go” ou até mesmo em *memes* elaborados utilizando imagens das personagens da animação.

3.2 OS CONTOS DE FADAS E SUAS TRANSFORMAÇÕES

Dedicamos este subcapítulo às teorias provenientes de outras áreas de conhecimento. Elas não respondem às questões diretamente vinculadas ao campo comunicacional, mas são essenciais para que possamos compreender os contos de fadas e suas origens na ambiência da midiatização. A mobilização de teorias advindas da literatura e da educação possibilita a aproximação e o tensionamento de nosso objeto.

3.2.1 Literatura infantil

Os livros infantis acompanham a infância há muito tempo. Na tentativa de localizar na História o início de uma literatura infantil, Zilberman (2003, p. 15) afirma que “os primeiros livros para crianças foram produzidos ao final do século 17 e durante o século 18”. Antes desse período, não existia uma produção voltada para crianças, pois a própria concepção de “infância¹⁸” não existia. Em muitos lugares, crianças eram consideradas pequenos adultos. Estas trabalhavam e viviam junto aos adultos, praticamente “imitando” seus comportamentos para aprender como viver. Além disso, eram expostas à totalidade da vida, incluindo mortes, nascimentos e doenças. Alguns historiadores defendem que, a partir do século 18, com a ascensão da burguesia, as famílias se tornaram nucleares e o Estado passou a interferir mais ativamente na

¹⁸ Philippe Ariès (2015) afirma que, até o século 18 não havia diferenças entre os adultos e as crianças. As crianças conviviam entre o universo adulto, vestiam-se como eles, participavam de seus jogos e de suas festas. A partir do século 18, passou-se a separar as crianças do mundo dos adultos, construindo uma noção inicial de infância.

formação dos indivíduos. Dessa forma, foram definidas e conceituadas uma série de características biológicas, éticas, filosóficas e sociais sobre a infância, chegando até a conceituação que temos nos dias atuais. E, para construir um contexto social, a autora salienta:

Entre os gêneros literários existentes, um dos mais recentes é constituído pela literatura infantil, que a apareceu durante o século XVIII, época em que as mudanças na estrutura da sociedade provocaram efeitos no âmbito artístico, mudanças que vigoram até os dias atuais (ZILBERMAN, 2003, p. 33).

Assim, a literatura infantil historicamente esteve situada em dois sistemas: o literário e o educacional (CADEMARTORI, 2010). No literário, é comparada como produção estética ou forma de arte materializada; alimenta o imaginário e desperta a criatividade da criança. Já na educação, o livro tem valor formativo.

Em nossa pesquisa, entendemos que os contos de fadas, na atualidade, fazem parte da literatura infantil, porém estes frequentemente são confundidos como sinônimo de literatura infantil (GÓES, 2010; ZILBERMAN, 2003). Portanto, acreditamos ser necessário apontar esse aspecto. Como afirma Zilberman (2003), a literatura infantil foi criada por meio de duas fontes diferentes e opostas. Uma é a adaptação dos clássicos para um público infantil a outra é de origem folclórica, na qual entram os contos de fadas.

Ainda sobre literatura infantil, Zilberman (2003) explica que um livro infantil, para cumprir seu papel pedagógico e de entretenimento, deve possuir enredo linear e personagens facilmente identificáveis. O uso de flashbacks ou intervenções na história a fim de introduzir/explicar um conceito ou um valor moral é desejável. O vocabulário deve ter uma formulação sintática que se aproxime do mundo linguístico das crianças, optando pela prevalência da expressão oral sobre a escrita formal. A autora ainda ressalta que, para uma história infantil, é produtivo se adaptar ao meio das crianças, criando livros com ilustrações, gráficos “chamativos”, jogos, inserções de outras mídias, entre outros. Salientamos que não se trata de entender a literatura infantil como algo simplório, mas sim como algo coerente e atrativo para as crianças, respeitando o desenvolvimento cognitivo de cada idade. O que, em certa medida, vê-se hoje atravessado pelas lógicas de midiatização.

3.2.2 Contos de fadas

Na obra “Da fera à loira – sobre os contos de fadas e seus narradores”, Marina Warner relata a sua tentativa frustrada de situar os contos de fadas em relação à sociedade e à história pela dificuldade de compor qualquer tipo de cronologia ou origens sólidas (WARNER, 1999).

Entendemos as frustrações da autora, pois ao longo da pesquisa enfrentamos questões semelhantes. Não existe um consenso na conceituação dos contos de fadas, bem como de sua origem. Diante desse cenário, optamos por referenciais com abordagens centradas nas narrativas eurocêntricas e estadunidenses, com base no percurso histórico de três dos principais escritores de contos de fadas: Charles Perrault, Irmãos Grimm e Hans Christian Andersen. Esta escolha foi feita porque nos interessam os contos de fadas a partir do momento em que são reunidos em livros. Priorizamos, também, referências cujas informações convergem entre os autores devido à diversidade de opiniões e fontes.

Embora tenhamos feito esta escolha, cabe o registro de que nesse histórico tivemos a expressiva participação de mulheres escritoras como, por exemplo, Marie Cathérine d’Aulnoy (França, 1650 – 1705), Gabrielle Suzanne de Villeneuve (França, 1695 – 1755), Madame Le Prince de Beaumont (França, 1711 – 1780) e Angela Carter (Inglaterra, 1940 – 1992).

Mesmo que não existam registros exatos do local de origem dos contos de fadas, os estudos apontam que surgem a partir da tradição oral. Na Idade Média, como afirma Velay-Vallantin (apud PERRAULT, 2016, p. 415), os contos tinham a função

[...] estética e social de recrear as assembleias de camponeses e de artesãos durante as longas vigílias de inverno, de acompanhar certos trabalhos sedentários ou monótonos, de propiciar um instante de evasão e de sonho aos marujos e soldados nos momentos de ócio, entre períodos de trabalho e aos trabalhadores, durante horas de repouso.

Segundo Ângela Carter (2005, p. 7), “a expressão *contos de fadas*¹⁹ é uma figura de linguagem, usada para descrever as histórias anônimas que eram e ainda são transmitidas e difundidas mundo afora”. Por sua vez, a etimologia da palavra

¹⁹ Grifo da obra original.

“fada” tem sua origem no latim “*fatum*”, que significa fado, destino. Assim, podemos dizer que os contos de fadas são “contos do destino”²⁰.

Conforme Corso (2006) e Warner (1999), podemos entender os contos de fadas a partir do que o estruturalista Vladimir Propp denominou como conto maravilhoso, em função da presença de algum elemento mágico ou fantástico nas narrativas. Propp “preferia utilizar o termo ‘contos maravilhosos’, derivado do alemão *Wundermärchen*, para englobar tanto os contos de fadas como os contos folclóricos” (WARNER, 1999 p. 17).

Podemos também identificar um conto de fadas com base em quatro características: a) origem nas contações orais e coletivas; b) narrativas com origens pagãs; c) histórias anônimas e que d) deturpam ou reciclam mitos ou lendas. A narrativa apresenta uma estrutura linear, ou seja, simples, porém com inquietações profundas. Seus personagens são planos (não têm profundidade) – diferente de um personagem complexo - e agem de acordo com seus arquétipos²¹²². Os arquétipos, por sua vez, reforçam os mitos. Os mitos são, de acordo com Sears (2015 p. 11), criados através das “interpretações orais de seu povo”. Eles evoluem toda vez que são contados e recontados ao longo de gerações, e, como são transmitidos por diferentes pessoas em diferentes épocas e contextos, muitas vezes há mais de uma versão para o mesmo mito.

Dois exemplos, na contemporaneidade, de histórias que podemos considerar contos de fadas a partir destas referências são: O Senhor dos Anéis e o Harry Potter. Nessas narrativas, há uma forte inspiração em mitos e lendas anteriores. Já o livro Alice no País das Maravilhas, muitas vezes considerado como conto de fadas, não entra nessa categoria, pois se trata de uma narrativa inspirada em uma menina real e não há relação com outras lendas ou mitos conhecidos anteriormente. Salientamos que, para nosso objeto, não consideramos essas características, afinal, mesmo que o enredo de Frozen seja inspirado no conto “A Rainha da Neve”, a animação inova em seu conteúdo e forma. Portanto, definimos que Frozen não é uma recriação do conto “A Rainha da Neve”. Podemos considerar, desta maneira, Frozen como um conto de

²⁰ Grifos da autora. Curso de extensão “O conto de fadas na era midiática: ética, estética e poética”, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre (RS), abril a maio de 2017.

²¹ Arquétipos – concepção criada pelo psicanalista Carl G. Jung para definir um conjunto de imagens presentes em nosso imaginário, que dão significado às histórias passadas de geração a geração, e que vêm a representar o conhecimento no inconsciente coletivo. (JUNG, 2014).

²² Idem 20.

fadas contemporâneo, pois apresenta elementos fantásticos e é inspirado em um conto popular. Esse hibridismo e certa dificuldade em classificar as narrativas dentro de um gênero específico denotam as afetações causadas pela midiatização.

Ressaltamos que os contos folclóricos dos irmãos Grim não eram tão fantasiosos e nem direcionados às crianças. Foram inspirados em narrativas populares contadas por homens e mulheres que não pertenciam às classes mais abastadas. Todos os contos de fadas, por definição, possuem algum elemento extraordinário (fadas, bruxas, magia, etc.) que é usado para passar algum tipo de valor ético, religioso ou moral, em uma tentativa de usar essas histórias para fins pedagógicos. O que coincide com as primeiras experiências educacionais para as crianças, nas quais esses contos foram largamente utilizados. Como, por exemplo, a história da Chapeuzinho Vermelho, na qual o arquétipo da menina inocente e do lobo mau são metáforas para questões sexuais (ZILBERMAN, 2003).

Estas primeiras narrativas, diferentemente daquelas que hoje conhecemos, traziam em seu conteúdo cenas imorais e violentas. Muitas vezes, eram através dos contos de fadas que as mulheres denunciavam as violências que sofriam e também retratavam os problemas sociais existentes na época. Como mulheres não tinham acesso à cultura e educação na Idade Média, essas narrativas eram dirigidas ao público adulto. Darnton (2015) chega a compará-las com pesadelos. Evidenciamos isso em versões como a de Cinderela, na qual a madrasta tenta empurrá-la para dentro de um fogão, mas por engano incinera sua própria filha. Ou ainda, a história do Barba Azul, que colecionava cadáveres de suas ex-esposas pendurados na parede de um quarto escuro, entre outras.

A inserção de valores morais às histórias, bem como a diminuição da violência contida nas mesmas, só acontece em 1697, quando Charles Perrault reuniu (na França) oito histórias recolhidas da memória do povo e publicou os “Contos da Mãe Gansa”. De acordo com Darnton (2015, p. 24), Perrault “retocou tudo” para atender ao gosto da burguesia e da nobreza as quais ele dedicou a primeira versão de seus contos. Por conta dessas mudanças, essa obra é considerada a primeira coletânea de contos de fadas dedicada ao público infantil.

Embora Perrault seja reconhecido pela adaptação dos “Contos da Mãe Gansa”, marcando historicamente os primeiros contos dedicados à infância, foi na segunda metade do século XIX que notamos que, de fato, as histórias passam a ser dedicadas a este público. As obras passam a ser narradas por meninos e meninas, como “Alice

no País das Maravilhas” (LEWIS CARROL, 1965) ou por bonecos humanizados, como é o exemplo de “Pinóquio” de Carlo Collodi publicado, em 1940 (ZILBERMAN, 2003).

Ainda sobre os contos de fadas, destacamos que, entre os camponeses que contavam essas histórias, originalmente, a figura de uma mulher como narradora é recorrente e significativa, como afirma Warner (1999, p. 43): “[...] embora os escritores e colecionadores do sexo masculino tenham dominado a produção e a disseminação de contos maravilhosos populares, estes frequentemente eram transmitidos por mulheres no ambiente íntimo ou doméstico”. Essa característica de transmissão oral, de geração para geração, remete-nos de maneira análoga à problemática da circulação, como define Braga (2012). Pois o que identificamos nesse caso é um determinado discurso inserido em um processo de circulação, transformado e reinserido nessa circulação, gerando algo semelhante ao que Braga identifica como sistema social de resposta (BRAGA, 2006) e fluxo adiante (BRAGA, 2012), bem como a ideia de proliferação de Verón (2013).

Nesta propagação dos contos de fadas pela oralidade, novos sentidos são gerados pelos atores sociais que se apropriam das histórias, bem como surgem debates sobre as temáticas presentes nas narrativas. Trata-se de pensar que aqueles que são a recepção das histórias, os ouvintes neste período, não se restringem ao trabalho de “captação”, mas reelaboram sentidos, contam para outras pessoas, transformam detalhes a partir de suas percepções e vivências, isto é, respondem também socialmente. Este processo resulta num aspecto da proliferação, numa espécie de pulverização do conto, revalorizando-o toda e cada vez que é apresentado.

A seguir, faremos a apresentação dos principais nomes vinculados aos contos de fadas e que são referências para os mesmos.

3.2.2.1 - Charles Perrault (1628-1703)

Nascido na França, o poeta e escritor Charles Perrault pertencia a uma família burguesa e rica. Desde os anos de colégio, praticava a literatura e, depois de graduado no curso de Direito, iniciou sua carreira literária, período em que trabalhou com o seu irmão Pierre Perrault.

Na época em que Luís XIV (conhecido como Rei Sol) era rei, Perrault frequentava a corte francesa, sendo um dos destaques no circuito literário do país (PERRAULT, 2016). Cabe ressaltar que, historicamente, o início do reinado de Luís

XIV é considerado como luxuoso e marcado por festas. No entanto, em 1682, as festas diminuem em frequência e luxúria, dando espaço às brincadeiras literárias festivas e espirituosas. É nesse momento que os contos de fadas ganham força com a aristocracia francesa.

Como já citamos no tópico anterior, Perrault publicou os contos intitulados “Contos da Mamãe Gansa” direcionados ao público infantil, “adequando assim a proposta ético-pedagógica com a finalidade de educar o jovem da época” (MASTROBERTI, 2011, p. 169). Fazem parte da coletânea os contos: “Chapeuzinho Vermelho”, “O Mestre Gato (ou o Gato de Botas)”, “A Bela Adormecida”, “Cinderela (ou O sapatinho de cristal)”, “O Pequeno Polegar”, “Riquet, o Topetudo”, “Pele de Asno”, “Barba Azul” e “As Fadas”. Muitos pesquisadores atribuem a Perrault o título de “pai dos contos de fadas” ou “pai da literatura infantil”, pois, a partir dessa publicação, ele teria constituído as bases para o gênero literário conto de fadas, dando contornos ao gênero infantil (CADEMARTORI, 2010). Os contos de fadas fazem parte do que hoje é conhecido como Literatura Clássica Infantil²³ (COELHO, 2012).

3.2.2.2 – Jacob Grimm (1785-1863) e Wilhelm Grimm (1786-1859)

Conhecidos como Irmãos Grimm, os alemães Jacob e Wilhelm Grimm foram os responsáveis pelas coletas de contos populares na Alemanha do século XVIII. O livro “Contos maravilhosos infantis e domésticos” foi primeira coletânea dos irmãos, compilada em dois volumes, de 1812 e 1815. Juntamente com os “Contos da Mamãe Gansa”, são considerados “fonte autorizada dos contos hoje disseminados por muitas culturas anglo-americanas e europeias” (TATAR, 2013, p. 404).

Essa primeira coletânea é constituída por 156 contos e foi, inicialmente, concebida como documento para estudiosos, devido ao seu conteúdo extenso e ao fato de que os Grimm defendiam que estas histórias eram um reflexo da cultura germânica e precisavam ser preservadas. Porém, gradativamente, essas narrativas foram transformando-se em literatura para crianças (TATAR, 2013).

Os contos originais dos Grimm foram fortemente desaprovados por críticos da época pelo seu conteúdo “violento”. Diante disso, eles foram reescrevendo as

²³ Os contos são clássicos porque são antigos e não porque sejam eruditos. São considerados clássicos da literatura infantil aquelas histórias que passaram por várias gerações e que continuam vivas na contemporaneidade, sofrem adaptações e inspiram outras histórias (HASLINGER, 2016).

histórias, mas estas adaptações não foram publicadas em vida pelos Grimm. Somente em 1925, foi lançada uma nova coletânea, formada por 50 contos e com conteúdo mais voltado para um novo público-alvo: as crianças (TATAR, 2013, p. 406).

Além dessa compilação, os Irmãos Grimm são conhecidos por seus estudos linguísticos. A partir dessas pesquisas, os contos de fadas teriam se constituído e expandido pela Europa e pelas Américas (COELHO, 2012).

3.2.2.3 – Hans Christian Andersen (1805-1875)

Escritor e poeta de histórias infantis, Hans Christian Andersen nasceu na Dinamarca. Oriundo de uma família pobre, perdeu seu pai aos 9 anos, tendo assim que assumir desde cedo a responsabilidade adulta, trabalhando para ajudar no sustento da família. Por conta disso, teve seus estudos primários interrompidos. Aos 14 anos, parte para a capital Copenhague atrás do seu sonho de atuar como cantor, ator ou bailarino. Todas as suas tentativas foram frustradas e, para sobreviver, tornou-se aprendiz de marceneiro (COELHO, 2011).

Conheceu nessa época Jonas Collins, conselheiro de Estado e integrante da direção do Teatro Real. Collins, enxergando em Andersen um potencial talento, adotou-o com a condição de que ele fosse concluir os seus estudos básicos. Ao final dos estudos - em 1831 - Andersen ganhou uma bolsa de estudos para um estágio na Alemanha. Em 1833, foi contemplado com outra bolsa de estudos, concedida pelo rei Frederico VI, para um roteiro de viagens culturais pela Alemanha, Países Baixos, Bélgica, França, Suíça e Itália. Aos 30 anos, após ter seu romance (intitulado “O improvisador”) publicado na Itália, Andersen se consagra como escritor (COELHO, 2011).

Destacamos que, diferentemente dos Irmãos Grimm e de Perrault, Andersen escreveu mais de 150 contos novos. Entre os mais conhecidos está “A Rainha da Neve”, história que dá origem ao nosso caso de pesquisa, a animação de Frozen. Ele também foi o responsável por revalorizar os contos de fadas no século XIX.

Sobre o estilo literário de Andersen, Gongora e Martha (2007, p. 119) salientam que

Andersen reinventou o conto de fadas para os novos tempos. Seu primeiro livro de literatura infantil foi publicado em uma época em que as crianças já eram objeto de preocupação por parte dos adultos. A sociedade que passou

a valorizar a infância atentava para a construção da vida de cada indivíduo, considerando seus pensamentos, convicções, desejos e particularidades. A literatura, por sua vez, sofreu transformações, as personagens não eram mais estereotipadas e as aventuras incluíam aspectos relativos a tensões subjetivas. Como afirmam Corso e Corso (2006), Andersen colocou muito conflitos emocionais modernos, incluindo o sofrimento subjetivo das personagens, dentro de um formato que se beneficiou dos recursos dos contos maravilhosos. Assim, recriou os contos de fadas para as necessidades de outros tempos e contribuiu para a consagração do gênero.

Nesse sentido, Hans Christian Andersen, diferentemente de Perrault e dos Irmãos Grimm, escolheu as crianças como seu público desde o início de sua carreira como escritor. Seu primeiro livro de literatura infantil foi publicado em 1835 (CORSO, 2006). Lembrando que não é ao acaso que Andersen escolhe a literatura infantil. A criança passa a ser vista como tal e tem produtos dedicados especificamente a ela, a partir do século XVIII, o que Áries (2015) chama de invenção da infância.

Além disso, a obra de Andersen é notoriamente mais próxima da infância. Pois, ao contrário dos Irmãos Grimm e de Perrault, a maioria de suas narrativas contam com personagens principais infantis ou representações de crianças (incluindo “A Rainha da Neve”).

Dessa forma, ao centralizar as narrativas na criança, Andersen propiciou uma maior participação do leitor no mundo ficcional. O escritor, na tentativa de criar um universo literário infantil, parte da realidade concreta e, nesta, a criança descobre o maravilhoso. (GONGORA; MARTHA, 2007, p. 126).

Sobre isso, Gongora e Martha (2007, p. 126) complementam:

Andersen reinventou o conto de fadas para os novos tempos, na medida em que se valeu dos recursos dos contos maravilhosos, mas incluiu neles os conflitos emocionais modernos e as tensões subjetivas. Poucos autores infantis, tanto clássicos como contemporâneos, trataram a violência de forma tão dolorosa como Andersen. Entretanto, o que o singulariza é a maneira com que o faz, demonstrando uma extraordinária ternura pelo mundo das crianças em seus contos. Mesmo tratando de questões tão delicadas, o escritor, com a magia de sua arte, supera os aspectos negativos, os quais poderiam se sobressair perante tanta violência, e mostra à criança que tais assuntos fazem parte da vida.

3.2.3 Contos de Fadas: do livro a suas transformações na midiatização

Ainda que os contos de fada tenham sua origem em uma cultura oral, em nossa pesquisa interessa estudá-los a partir do ângulo da midiatização. Levando em conta o percurso histórico do objeto, teremos como orientação o momento em que são transformados em livro, ou seja, quando se constituem enquanto cultura escrita

literária; os contos de fadas inseridos na ambiência midiaticizada e inscritos através da circulação em um circuito (BRAGA, 2012).

Na sociedade atual, os contos são transpostos para animação e da animação viram livros. Isso constitui um novo processo de circulação também nas redes sociais, ou seja, os contos saem da cultura oral e se inscrevem na cultura midiática.

Para melhor compreensão, dividimos os contos de fadas em dois grandes cenários: um que representa a instância midiática e outro as instâncias midiaticizadas, partindo do livro (instância midiática) para os dispositivos múltiplos (instâncias midiaticizadas). Na instância midiática, localizamos o que pode ser chamado de sociedade dos meios e, na instância midiaticizada, o que chamamos de sociedade em vias de midiaticização.

Na sociedade dos meios, definimos que o dispositivo interacional livro de contos de fadas é permeado pelas características citadas, são elas: linearidade, valores ético-morais, imaginação, mediação, público consumidor, intramediático e oralidade.

Quanto à linearidade, entendemos que, na sociedade dos meios, o processo comunicativo ainda era fortemente marcado por uma linearidade, mesmo que os processos de interpretação sempre tenham existido. A linearidade diz respeito também ao próprio modo de ler que se dava pela materialidade livro e, portanto, seguindo um encaminhamento lógico, pré-definido pelos autores. Já no que se refere aos valores éticos e morais, destaca-se que o ponto alto dos livros, o clímax dos contos, estava na moral, no caráter educativo e reflexivo das histórias, que indicam condutas fora do universo da literatura.

Tais elementos, certamente, incidem na imaginação que, na sociedade dos meios, era muito mais estimulada, já que as fotografias e ilustrações eram reduzidas. O livro tinha o poder de criar mundos e, por isso, constituíam-se, muito fortemente, em uma instância midiática, na qual a mediação não se realizava apenas pelo livro enquanto meio, mas essencialmente na figura do mediador: o contador de história ou educador.

Na sociedade em midiaticização, compreendemos que o livro de contos de fadas, através de transformações sócio-técnico-semio-discursivas, expande-se para o que podemos chamar de “dispositivos múltiplos”, ou seja, o livro é desdobrado em muitos espaços diferentes. E passa a ser permeado pelas características citadas: não linearidade, personificação, circulação intermediática, motivação extrínseca, interação,

público coprodutor, produto, imagem e valor mercadológico. A inscrição em dispositivos múltiplos é o que potencializa a circulação intermediática, que entendemos como aquela que acontece entre os dispositivos e que vai modificando o sentido nesse processo.

Quanto à não linearidade, entendemos que, na sociedade em midiatização, o processo de comunicação se complexifica. Os leitores, ora são receptores e ora são produtores, configurando-se como público coprodutor. A partir dos dispositivos que usam e partilham, passam a gerar outros conteúdos, criando sentidos diferentes do que foi objetivado pelos autores originais. A leitura também passa a ser atravessada por essas outras formas de apresentação do conteúdo.

A interação tem relação com um novo modo de relacionamento entre o leitor e a obra. O leitor interage, de um lado, com a narrativa e, de outro, com o produto livro a partir de seus aspectos lúdicos, tais como montar um castelo, participar de um jogo, abrir imagens em *pop-ups*. Esses elementos permitem pensar na personificação. Em nosso trabalho, a personificação é entendida como uma estratégia (da editora e da indústria do cinema) para atrair o consumo, tendo como base a convocação do leitor para fazer parte da obra; trata-se aí de um efeito de pertencimento.

Percebemos que o livro é fortemente perpassado por um valor mais mercadológico, em detrimento dos valores éticos morais. Estes últimos permanecem, mas perdem espaço, pois a lógica do consumo ganha mais força.

Para fechar este item, trataremos da imagem. Essa concepção é importante, pois as próprias ilustrações e fotografias são produtos das transformações sócio-técnico-semio-discursivas, porém preservam algumas características das histórias clássicas. Esse preservar implica a convocação de imaginários consolidados na sociedade. Identificamos aí a possibilidade de articular o conceito de imagens-totens (ROSA, 2012). Destaca-se que as definições de circulação intra e intermediática são centrais em nossa discussão e tais esquemas serão mobilizados na análise empírica a ser desenvolvida posteriormente.

No próximo tópico, iremos discutir um dos aspectos da transformação do conto de fadas, que é a sua migração do livro impresso para as telas.

3.2.4 Dos princípios da animação até o fenômeno Frozen

A palavra animação, de acordo com o dicionário Aurélio, relaciona-se ao efeito de animar, dar vida ou movimento a algo. O vocábulo tem origem do verbo latino *animare*, ou seja, dar vida a. O desejo da humanidade de dar vida a suas imagens através da animação se manifesta na Pré-história por meio dos desenhos nas cavernas e vem se transformando até hoje (LUCENA JR, 2001, p. 29). Enquanto conceito, passa a ser utilizado para descrever imagens em movimento a partir do século XX (LUCENA JR, 2001). Manvell e Halas (1979, p. 13), afirmam:

Tudo o que se move é animado – em particular, tudo o que se move por ter vida. Todos os filmes são animados; mas, quando o cineasta emprega o termo “animação”, tem em mente um sentido muito especializado.

Alguns autores definem a animação como um gênero do cinema. Outros, a consideram um conjunto de técnicas. Para Pereira (2017, p. 12), animação é um gênero do cinema o qual apresenta diversas técnicas para a sua produção e, entre os métodos mais conhecidos, a autora destaca: animação de recortes, animação digital, animação do desenho e o *stop motion*. No que se refere ao cinema, “o termo animação é utilizado para designar formas de cinema nas quais o movimento aparente é produzido de maneira diferente da simples tomada de cena analógica” (PEREIRA, 2017, p. 12). A mais frequente, conforme Aumont (apud PEREIRA, 2017), seria a técnica de fotografar desenhos, um por um, cujo escaneamento fornecerá imediatamente a sensação de movimento.

Atualmente, no cinema de animação predominam os formatos 2D²⁴ (2 dimensões) e 3D²⁵ (3 dimensões), efeitos obtidos por meio de recursos da computação gráfica. Porém, até chegar a estes formatos atuais, o gênero passou por diversas transformações.

Ainda no século XVII, foi criado o primeiro mecanismo que buscava “animar imagens” e que viria, posteriormente, a influenciar a criação e o desenvolvimento de

²⁴ Imagem em 2 D quer dizer que ela é bidimensional, ou seja, as animações só podem se mover na horizontal e na vertical. Disponível em: <<https://www.getninjas.com.br/guia/design-e-tecnologia/animacao-motion/qual-a-diferenca-entre-animacao-2d-e-3d/>>. Acesso em 29 de abril de 2018.

²⁵ Desenho em 3 D significa que é tridimensional, quer dizer, a animação pode se mover nas direções horizontal, vertical, frente e trás. Disponível em: <<https://www.getninjas.com.br/guia/design-e-tecnologia/animacao-motion/qual-a-diferenca-entre-animacao-2d-e-3d/>>. Acesso em 29 de abril de 2018.

outras tecnologias para este fim. Em 1645, o alemão Athanasius Kircher revela ao mundo a sua invenção conhecida como a lanterna mágica. Este dispositivo, uma caixa com uma fonte de luz e um espelho, permitia a projeção de imagens derivadas de slides pintados em lâminas de vidros (FOSSATTI, 2009). Dando continuidade à descoberta de Kircher, o holandês Pieter Van Musschenbroek aprimora a lanterna mágica, possibilitando a ilusão das imagens em movimento, exibindo ao público em 1736 a primeira imagem animada. Em 1794, Etienne Gaspard Robert lança em Paris seu espetáculo *Fantasmagorie*, explorando todo o potencial de comunicação visual da lanterna mágica (LUCENA JR, 2005, p. 31).

A partir do século XIX, temos um aprimoramento das técnicas de animação de figuras. Em 1825, o taumatoscópio - um disco com uma imagem na frente e outra no verso, que, ao ser girado rapidamente, passa a impressão de as imagens assumirem a mesma aparência – é apresentado como instrumento para animação (LUCENA JR, 2005).

Posteriormente, em 1828 e 1832, o belga Joseph Plateau e o austríaco Simon Von Stampfer criam os primeiros instrumentos que, de fato, apresentaram animação de desenhos (LUCENA JR, 2005). O fenaquistoscópio, invenção de Plateau, e o estroboscópio, de Simon (FOSSATTI, 2009), ambos eram compostos por discos e, quando girados, o observador via as imagens em movimento.

A partir destas criações, em 1834, o inglês William Horner cria o zootrocópio, chamado também de “roda vida”. Semelhante aos modelos propostos por Plateau e Simon, porém os desenhos eram feitos em tiras de papel e montados num tambor giratório (LUCENA JR, 2005 p. 35).

Emile Reynaud, em 1877, dá origem ao *praxinoscópio*, através do qual se projetavam *pantomimes lumineuses* – filmes. Formado por espelhos e lentes, as figuras eram projetadas sobre a tela. Este recurso criou a base da tecnologia do cinema. Associado à invenção da fotografia (1830), este dispositivo, juntamente com os estudos de fisiologia dos movimentos humanos e animais do médico francês Etienne Jules Marey, transformaram-se em referências para os animadores (FOSSATTI, 2009 p. 4).

Somente em 1904 é que teremos de fato o desenho animado cinematográfico. O desenhista e animador Emile Cohl fica conhecido por inventar o desenho animado cinematográfico (MANVELL e HALAS, 1979). Cohn, inspirado pelas histórias em quadrinhos, produz para a Gaumont, em 1908, a animação “*Fantasmagorie*”,

reconhecida como a precursora no uso da técnica *frame a frame*, exibindo movimentos compostos de fluidez (FOSSATTI, 2009, p. 4). Podemos, a partir disto, destacar: a) a imagem interna transformada em externa; b) a fantasmagoria (a sensação de ilusão do movimento/odo duplo – logo da fantasia); c) a fotografia (quadro parado) como base para a fluidez; d) o processo de mediação, na perspectiva de Verón (2014), já se descortina a partir do momento em que as transformações não são só tecnológicas, mas se dão ao longo do tempo, atravessando as práticas sociais e os modos de criar o mundo.

Neste início do Século XX, acontece um significativo avanço técnico e artístico da animação através do movimento da industrialização dos desenhos animados (LUCENA JR, 2005). No mesmo período, surgem as salas de cinema e os desenhos animados “O Gato Félix”, “Betty Boop” e “Mickey Mouse”, ganham visibilidade (GUILLÉN, 1997 apud FOSSATTI, 2009). Entre os anos de 1910 e 1940, aconteceu o grande *boom do* cinema de animação, o que estimulou artistas no desenvolvimento constante de novas técnicas (FOSSATTI, 2009). Dentre os novos recursos, aparecem a *rotoscopia*²⁶ e o acetato²⁷, uso do desenho sobre a celuloide transparente, proporcionando novas possibilidades à animação tradicional (FOSSATTI, 2009).

No mesmo período, o escocês Norman McLaren emerge sendo considerado o precursor do filme em três dimensões, a partir de sua invenção chamada de *estereoscópio*. Por meio desta técnica, os desenhos eram fotografados quadro a quadro e expostos alternadamente por dois projetores (FOSSATTI, 2009).

Ao mesmo tempo, Walt Disney passa a receber notoriedade. A produção “Oswald – The Lucky rabbit” (Oswaldo, o coelho sortudo), comercializado pela Universal Studios, foi o pioneiro das animações da Disney. Em 1928, a Walt Disney lança a animação “Mickey, o navegador”, sendo o primeiro desenho animado com som sincronizado (THOMAS, 1969; WILLIAMS, 2016).

Ressaltamos que a Disney foi uma das grandes pioneiras em transformar a animação em grandes produções cinematográficas de sucesso mundial. Além disso, foi esta empresa que ficou famosa por adaptar as histórias dos contos de fadas para as telas do cinema, tema de nosso objeto de pesquisa.

²⁶ Criada em 2015 pelos irmãos Max Fleischer e Dave Fleischer, idealizadores de “Popeye”, “Betty Boop” e o palhaço “Koko” (FOSSATTI, 2009).

²⁷ Apresentado pelo animador e diretor Earl Hurd (FOSSATTI, 2009).

A história da “Branca de Neve e os Sete Anões” foi o primeiro longa de animação produzido pela *Walt Disney*, em 1938. Segundo Lucena Júnior (2001, p. 118), este desenho fez parte de um marco histórico para a animação e para o cinema e “transformou-se numa referência para além da arte”, passando de geração a geração, fazendo parte do imaginário e de brincadeiras infantis.

Além da “Branca de Neve e os setes anões”, os contos de fadas “A Pequena Sereia” (1989) e a “Bela e a Fera” (1991), dois longas-metragens de animação, popularizaram a *Disney*, consolidando o chamado momento “Era de Ouro” da empresa. O longa “A Bela e a Fera” contribuiu para o avanço da animação 3D, também foi a primeira animação indicada para o Oscar na categoria de melhor filme. Esta produção combinou as técnicas clássicas da *Disney* com as novas descobertas da tecnologia digital da época (FOSSATTI, 2009).

A década de 1980 foi um momento expressivo e determinante para a animação, a partir das técnicas de computação dos irmãos Whitney. Estas técnicas traçaram um caminho para a era digital. Os cineastas Steven Spielberg e George Lucas tiveram grande influência nos avanços computacionais, utilizando recursos que potencializaram o desenvolvimento dos efeitos especiais (FOSSATTI, 2009).

Novos recursos técnicos foram apresentados pela era digital, através da importante participação de estúdios como Lucasfilm²⁸, *Disney*²⁹ e Pixar³⁰. E, após anos de testes com a animação digital, o ano de 1995 marca uma importante fase da história das tecnologias digitais para o cinema de animação (FOSSATTI, 2009). Novamente, os Estúdios *Disney* são responsáveis por outro marco na animação mundial, quando em 1995 produzem “Toy Story”, primeiro desenho animado totalmente digitalizado (GUILLÉN, 1997 apud FOSSATTI, 2009).

Nos anos 2000, a animação ganha destaque na premiação de Oscar com a criação da categoria voltada especificamente ao gênero. Neste período, o cinema mundial passava por rupturas de paradigmas. Houve uma diminuição no público, as tecnologias digitais passaram a favorecer novas possibilidade de apropriação e o

²⁸ Criada em 1971 por George Lucas, cineasta, roteirista e diretor de cinema norte-americano. Os filmes *Star Wars* e *Indiana Jones* estão entre as principais produções do cineasta. <http://lucasfilm.com/>

²⁹ *Walt Disney Company*, fundada em 1923 por Walt Elias *Disney* e Roy Oliver *Disney*. Entre as animações produzidas, os clássicos: Mickey Mouse, Alice no País das Maravilhas, A Branca de Neve e os Sete Anões, Pato Donald. <https://www.thewaltdisneycompany.com/>

³⁰ Empresa de animação norte-americana pertencente à *Walt Disney Company*. A Pixar foi concebida em 1986 e entre as suas produções destacamos: *Toy Story*, *Procurando Nemo*, *Os Incríveis* e *Monstros S.A.* <https://www.pixar.com/>

mercado cinematográfico buscou novas e lucrativas estratégias. *Disney, Pixar e Dreamworks Animation SKG* apostam na animação em 3D para atrair um público adepto do modelo. Além disso, o formato 3D permitiu enfrentar a queda nas vendas e o aumento da pirataria (FOSSATTI, 2009).

Concluindo nosso resgate histórico da animação, chegamos a 2013, quando foi lançada a animação “Frozen: uma aventura congelante³¹” (nosso objeto de pesquisa). Frozen foi a 53ª animação lançada pela *Walt Disney Animation Studios*.

Estreou em 27 de novembro de 2013 (nos EUA) e bateu diversos recordes de bilheteria, entrando para o “Top 10 das maiores bilheterias de todos os tempos”³². Além disso, ganhou diversas premiações, como: Oscar de melhor filme de animação e melhor canção original (*Let it Go*), Globo de Ouro de melhor filme de animação, cinco *Annie Awards* e dois *Grammy Awards* de Melhor Trilha Sonora Compilada para uma Mídia Visual e Melhor Canção Escrita para uma Mídia Visual. Considerada a melhor animação dos estúdios *Disney*, marcou uma espécie de renascimento da empresa, em termos de popularidade e aceitação por parte da crítica.

“Frozen” se desdobrou em múltiplos produtos culturais, virando uma franquia de sucesso, contando com livros, jogos, quadrinhos, diversos tipos de *merchandising*, um *Spin-off* em curta-metragem (Frozen Fever, de 2015), um show da Broadway (que vai estreiar ainda em 2018) e uma sequência em longa-metragem, que está em fase de produção e deve ser lançada em novembro de 2019.

³¹ Título brasileiro. Original: “Frozen”.

³² Recentemente foi ultrapassada pelo filme “Pantera Negra”. Fonte: <https://omelete.com.br/filmes/noticia/pantera-negra-supera-frozen-e-se-torna-uma-das-10-maiores-bilheterias-de-todos-os-tempos/>. Acesso: 29 de abril de 2018.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

Após apresentados os aportes teóricos acionados nesta pesquisa, indicamos o percurso metodológico escolhido para o acesso aos objetos empíricos e às suas análises.

A etapa de qualificação do mestrado foi crucial, pois nos permitiu refletir sobre o nosso fazer científico, na tentativa de construção dos caminhos a seguir. Essa primeira fase da pesquisa representou, como afirma Bonin (2011), o embrião de uma grande aventura, cheia de dúvidas, tropeços, idas e vindas, necessárias, assim, à desconstrução da ideia de que o projeto está pronto e se põe a caminhar para a sua consolidação.

Neste sentido, a construção do objeto de pesquisa, de acordo com Marre (1991, p.03),

[...] se conquista e se constrói, numa ruptura em relação ao saber imediato. Tal construção, todavia, não é definitiva; necessita-se conservar uma dúvida a respeito dela e da problemática das relações teóricas e operacionais que a delimitam. Esta dúvida constante permite detectar os erros e retificar o conhecimento, assim como obter melhores resultados.

São movimentos que vão permitindo traçar estratégias de construção do saber na elaboração do pensamento crítico, nos quais a experimentação e a vivência se tornam essenciais para o campo do conhecimento comunicacional. Conforme Mills (1975), a ciência social é um ofício e o pesquisador é um artesão intelectual, que vai se moldando no processo de suas reflexões, estando sempre em constante construção e reinvenção. Bachelard (2013) afirma que é a reflexão que dará um sentido ao fenômeno inicial, sugerindo uma sequência orgânica de pesquisas, uma perspectiva racional de experiências, reformulando as nossas ilusões e as tornando conhecimento científico. O autor também alerta sobre a necessidade de harmonizar a experiência e a razão. A razão não tem direito de superestimar a experiência imediata. É preciso estar atento e praticar a vigilância epistemológica, questionando a *práxis* e o universo de que nós, pesquisadores, fazemos parte. (BACHELARD).

Este universo deve ser marcado por tensionamentos, problematizações, diálogos e reflexões, a fim de nos permitir o despertar de novas descobertas, através de um estudo criativo e experimental que extrapola a simples descrição de conceitos, mas vai, ao longo do processo, estabelecendo inquietações sobre o problema-objeto.

Isso evita modelos prontos, efetivando-se como uma construção empenhada para o objeto investigado (BONIN, 2011).

Tais percursos foram reelaborados tantas vezes quanto necessário, nos escritos tentativos e nos acertos e erros que cruzamos ao longo do pesquisar. A busca por respostas e inquietações do fenômeno comunicacional nos conduziu nesta trajetória.

Caracterizamos esta pesquisa como um estudo de caso. Partimos da conceituação, conforme definido por Howard Becker (1993, p. 117): “[...] método que supõe que se pode adquirir conhecimento do fenômeno adequadamente a partir da exploração intensa de um único caso [...]”. Becker afirma que esse conceito surge nas pesquisas médicas e de psicologia, nas quais se analisa detalhadamente um caso individual para explicar a dinâmica e a patologia de determinada doença. Posteriormente, o método foi apropriado pelas ciências sociais e humanas. Classificamos este método como particularmente interessante para o campo comunicacional, por conta de seu caráter indiciário:

Os estudos de caso, portanto, se prestam particularmente à produção de conhecimento nas condições atuais de constituição da disciplina. Encontramos “uma variedade dinâmica de fenômenos” que claramente solicitam uma apreensão de seus aspectos propriamente comunicacionais; e “não dispomos de uma provisão suficiente de grandes regras” básicas próprias ao campo, com formalizações teóricas transversais à generalidade do objeto, nem suficientemente consensuais, que permitam fazer reduções preliminares (BRAGA, 2008, p. 76).

Para além do estudo de caso e ainda no que diz respeito ao método, esta pesquisa assume a abordagem conhecida como qualitativa. Especificamente sobre o caráter qualitativo desta dissertação, acionamos a seguinte definição de Minayo (2001, p. 16-18):

[...] caminho do pensamento a ser seguido. [...] Trata-se de uma atividade da ciência, que visa à construção da realidade, mas que se preocupa com as ciências sociais em um nível de realidade que não pode ser quantificado, trabalhando com o universo de crenças, valores, significados e outros construtos profundos das relações que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Além disso, a pesquisa qualitativa também é chamada de naturalística, porque estuda um fenômeno referente às ciências humanas e sociais, fazendo-se necessário que o investigador tenha contato direto e de maneira estendida com o espaço em que

o fenômeno está inserido. Uma das características fundamentais da pesquisa qualitativa é a proeminência da descrição das pessoas, das situações, dos acontecimentos e das reações dos envolvidos na pesquisa (MARTINS; THEÓPHILO, 2009). Dessa forma, o pesquisador qualitativo considera o sujeito como elemento central da prática científica, optando por técnicas que salientem essa participação.

Após a definição do método, buscamos entender o campo comunicacional de forma mais específica. Para tal, mobilizamos Braga (2004; 2010), quando afirma que o comunicacional é um “campo de estudos em construção”, devido à variedade de temas, teorias e concepções sobre a área. Ainda segundo Braga (2010), devemos fazer o esforço de “desentranhamento do comunicacional”, ou seja, desenvolver uma pesquisa que responda às questões especificamente comunicacionais, tentando desentranhá-las do olhar das demais das Ciências Humanas e Sociais. Não se trata de separar o que é essencialmente comunicacional, mas articular “ângulos que podem fornecer aportes significativos para questões propriamente comunicacionais” (BRAGA, 2010 p. 82).

Diante disso, defendemos que a pesquisa empírica se torna essencial para a produção de conhecimento em comunicação e deve ser fundada na observação de experiências vividas na prática, coletando dados reais e os analisando. Como define Demo (1994, p. 37), a potência desse tipo de pesquisa está na

[...] possibilidade que oferece de maior concretude às argumentações, por mais tênue que possa ser a base fatural. O significado dos dados empíricos depende do referencial teórico, mas estes dados agregam impacto pertinente, sobretudo no sentido de facilitarem a aproximação prática.

Maldonado (2011, p. 276) complementa e direciona essa perspectiva para os estudos comunicacionais:

[...] a pesquisa empírica é um recurso metodológico indispensável para a realização de investigações que gerem propostas, estratégias, políticas e saberes teóricos consistentes para a transformação das condições e dos modos de produção midiáticos. A experiência acumulada depois de quase um século de inserção de sistemas midiáticos na vida cotidiana de nossas sociedades permite ter um conjunto de conhecimentos basilares para situar problemas, virtudes, potencialidades, características e propostas prospectivas para melhorar as estruturas, as formas de industrialização, os modelos de circulação e distribuição e as alternativas de produção e reconhecimento no campo midiático (MALDONADO, 2001 p. 276).

A partir dos empíricos, mesclamos as teorias da comunicação (mais especificamente, da midiatização) com reflexões teóricas advindas da interface com

outras áreas do conhecimento. Realizamos o que Ferreira (2011; 2012) sugere como movimentos de idas e vindas do objeto empírico aos aportes teóricos e vice e versa (movimentos ascendente e descendente), constituindo, assim, o método de raciocínio escolhido para este estudo: a lógica abdutiva.

Para tal método, Ferreira tem como referência o artigo “*Deducción, Inducción e Hipótesis*”, texto escrito por Charles S. Peirce, em 1878¹. Peirce (apud FERREIRA, 2012, p. 162) “afirma que toda a comprovação de um argumento depende da clareza sobre as classes de lógicas ou de silogismos”.

Contudo, para compreender a abdução se faz necessário explicitar o que é dedução e o que é indução. Nesse sentido, Ferreira (2012), citando Peirce, afirma que o que diferencia os argumentos (dedução, indução e abdução) é a inferência. Pois, “na dedução, a inferência está direcionada aos resultados; na indução, a nova regra interpretativa; na abdução, ao caso (FERREIRA, 2012, p. 162). Ou seja, a dedução fecha a máquina de inferências nas teorias, pois parte de uma teoria geral para um objeto em particular. Assim, o pesquisador inicia com uma “norma” ou regra *a priori* e aplica essa premissa ao caso específico (objeto). Já na indução o processo inferencial parte do caso específico, quando alguma hipótese é derivada de um objeto empírico e partir dela se tenta mobilizar alguma regra (FERREIRA, 2012).

Desse modo, a abdução para Peirce (1878; 1999) e Ferreira (2012) representa uma terceira via, permitindo desenvolver o raciocínio a fim de elaborar encaminhamentos mais “inventivos”, direcionados à descoberta e desempenha um papel mediador entre a dedução e a indução, formando um elo entre as inferências dedutivas e indutivas. Também auxilia na construção de uma pesquisa que parte do campo teórico estudado e das características dos objetos ao mesmo tempo. Portanto, a abdução é “o processo de formação de uma hipótese explanatória, um devir que pode se constituir como descoberta” (PEIRCE, 1999, p. 220).

Ainda que nossas hipóteses sejam voltadas para o raciocínio abduativo, destacamos que não existem inferências exclusivamente abduativas, afinal os métodos de raciocínio são interligados. Sobre isso, Ferreira (2010, p.82) afirma: “não há um tipo de argumentação (dedutiva, abduativa e indutiva) que ocorra de forma pura” e completa:

¹ Texto disponível em: <http://www.unav.es/gep/DeducInducHipotesis.html> . Acesso em: 05 de julho de 2018.

Mantidos cada um dos três operadores semânticos (Regra, Caso e Resultado) como inferências de operações relacionadas aos outros dois operadores, cada argumento deixa de ser autônomo em relação ao outro, para ser logicamente solidário e dependente dos outros dois. A inferência dos três níveis (casos, resultados ou regras) é produzida como operação realizada a partir de duas outras proposições-inferências, que compõem, no argumento, como premissas. (FERREIRA, 2012, p. 165).

4.1 DEFINIÇÃO E TÁTICA DE ABORDAGEM DO *CORPUS*

Quanto ao percurso realizado, iniciamos com um trabalho de observação sistemática e constituição do objeto. A partir disso, definimos nosso *corpus*, que é composto pelo conto de fadas Frozen. Para a escolha dessa narrativa, fizemos um trabalho de delimitação e recorte, pois tínhamos muitos livros e outras possibilidades de contos de fadas. Frozen foi escolhido em vista de sua representatividade² e pelo fato de que observamos nele - com bastante clareza - o processo de circulação, com seus fluxos e defasagens. Após, selecionamos observáveis que incluem: livros, audiovisuais e mídias sociais. Em seguida, fizemos uma descrição - voltada para a pesquisa - dos empíricos, bem como dos indícios preliminares encontrados. Por meio de uma análise prévia desses indícios, partimos para a elaboração de inferências iniciais que derivaram perguntas secundárias. Na sequência, tendo como base a observação do empírico, mobilizamos os aportes teóricos que despontaram como necessários. E, por fim, desenvolvemos nosso capítulo de análises onde observáveis, inferências preliminares e aportes teóricos são cruzados, visando a gerar inferências e descobertas.

Especificamente sobre a configuração de nossas análises, optamos por dividi-las em 3 fases por movimentos de circulação (intra e intermediária), que configuram circuitos em potencial. São elas:

Fase 1 - Do conto à animação: na qual partimos do conto de fadas “A Rainha da Neve” e descrevemos analiticamente como este acabou servindo de inspiração para a animação Frozen. Isso é feito sob a ótica do conceito de gramáticas de produção e sua relação com a circulação em uma sociedade em vias de midiatização. Nesse sentido, as gramáticas de produção dizem respeito a um sistema formal de condições produtivas, de instruções, que opera nos discursos midiáticos (mais voltadas ao polo produtor). No caso específico, entendemos que a transformação do

² Em termos de popularidade e diferenciação em relação a outros contos, como citado no capítulo 2.

conto de fadas original “A Rainha da Neve” na animação “Frozen” ocorre dentro dessa lógica. (VERÓN, 1999); (FAUSTO NETO, 2008; 2013).

Fase 2 - Circuitos Interacionais: aqui abordamos como ocorrem as apropriações da animação da Frozen que geram paródias musicais, *memes*, páginas de Facebook de atores sociais, etc. Isso será feito através do conceito de gramáticas de reconhecimento (voltadas ao polo receptor), entendidas como mais complexas do que as gramáticas de produção (supracitadas), pois são condicionadas por diversas operações semióticas alimentadas por lógicas individuais (VERÓN, 1999).

Salientamos que, no contexto da midiatização, existe uma complexificação na relação entre gramáticas de produção e de reconhecimento, como propõe Fausto Neto (2008). O que acaba por gerar novas modalidades de construção de sentidos. Isso ocorre por conta da multiplicação de dispositivos sociotécnicos que, através da circulação, articulam essas relações entre gramáticas de produção e de reconhecimento (FAUSTO NETO, 2013). Além disso, trazemos nessa fase 2 as questões de defasagens, fagias e desvios, que já foram explicitadas em nosso capítulo teórico.

Fase 3 – Frozen na lógica do consumo: Conto-produto: nesta última fase, descrevemos como a animação foi transformada em livro, o que denota um movimento circular, pois ela é derivada de um conto e retorna para o formato literário. Nesse processo, as marcas do conto, do imaginário, perdem-se para dar lugar ao espaço do produto. Assim, analisamos vários produtos derivados da franquia Frozen, como: livros, brinquedos, etc. Nesse momento da pesquisa, identificamos que, tanto as gramáticas de produção quanto de reconhecimento, fazem com que a Frozen entre no fluxo. (VERÓN, 1999); (FAUSTO NETO, 2008; 2013); (BRAGA, 2012).

5 ANÁLISES

As análises estão sistematizadas em três fases, formadas por movimentos de circulação (intra e intermediária) que configuram circuitos em potencial. O problema de pesquisa que norteia nossas análises pretende responder à seguinte questão: **como os sentidos sobre Frozen são construídos a partir da tensão entre gramáticas de produção e reconhecimento?** Assim, não pretendemos escolher uma ou outra gramática, mas o que circula. Trata-se de observar as transformações de sentido e de lógicas pelas quais esta animação passa e que são características (ou marcas) do processo de mediação dos próprios contos de fadas na atualidade. Para isso, observaremos os empíricos selecionados: um livro que acompanha projetor de imagens, a animação da *Disney* “Frozen: uma aventura congelante” (2013), trilha sonora da animação (“*Let it Go*”), bem como *memes* e paródias derivados da animação. Tais materialidades compõem circuitos-ambientes, que possuem seu ponto de início demarcado pela animação. No entanto, a própria animação carrega referências de um conto anterior, isto é, a análise busca evidenciar os agenciamentos e contatos múltiplos que emergem de Frozen para que inferências sobre operações e transformações do conto possam ser identificadas.

5.1 FASE 1 - DO CONTO À ANIMAÇÃO

Conforme apontamos no Capítulo 3 (p. 39), dedicado aos aportes teóricos, os contos de fadas nascem da cultura oral (Idade Média), sendo enfeitados em livros por Charles Perrault no Século XVII (1697). Em 1937, este tipo de narrativa passa a ganhar destaque no cinema mundial, a partir do longa de animação “A Branca de Neve e os Sete Anões” (*Disney*). Melo (2011, p. 52) afirma que “assim como a literatura infantil nasceu da cultura oral, o cinema infantil nasceu da literatura infantil”. Eles ganham outras roupagens e modalidades, ao serem transpostos da oralidade e do livro para outros suportes midiáticos, entre eles a animação. Na sociedade atual, os contos de fadas se inserem em um novo processo de circulação e ganham espaço em sites de redes sociais. Neste item, nossa intenção é recuperar as marcas do “percurso” do conto para a sua transformação em animação, evidenciando as gramáticas de produção envolvidas, em especial, por meio da indústria cultural.

5.1.1 A Rainha da Neve - inspiração

Segundo explicitado no capítulo 3.2.2 (p.38), consideramos “Frozen” um conto de fadas, pois busca referências em um conto popular e possui elementos fantásticos em sua narrativa. Seu enredo foi parcialmente inspirado no conto de Hans Christian Andersen, “A Rainha da Neve” (1984). Ressaltamos que, conforme a própria equipe que produziu o longa afirma³, foram selecionados alguns elementos do universo do conto “A Rainha da Neve”, contudo a história de Frozen é basicamente original. Dessa forma, não podemos classificar Frozen como uma adaptação, versão ou recriação nos termos de Mastroberti (2011)⁴

Sendo assim, evidenciamos na sequência “A Rainha da Neve”, para contextualizar como era o conto de fadas antes de ser transposto para animação e, posteriormente, analisaremos o nosso caso de pesquisa – “Frozen: uma aventura congelante.”

“A Rainha da Neve” está dividida em sete histórias, que são articuladas entre si, são elas:

- 1) **Primeira História – Que Trata do Espelho e dos seus Estilhaços:** narra a história de um *troll*, dono de um espelho que transforma tudo que é bom em mal e tudo que é belo em imperfeito. O espelho cai do céu e quebra em estilhaços, ao chegar na Terra.
- 2) **Segunda História – Um Menino e uma Menina:** Trata sobre a história de dois amigos muito próximos (como irmãos), Gerda e Kay. Eles viviam sempre juntos e brincavam pelos jardins de sua cidade. Certo dia, fragmentos do espelho do Duende atingem os olhos de Kay e alojam-se em seu coração. Por conta disso, o menino mudou, perdeu o gosto pelas antigas brincadeiras e se distanciou de Gerda. Na praça onde os meninos mais destemidos atrelavam seu trenó, Kay viu o trenó da

³ “A história atrás da história de Frozen” (tradução nossa). Disponível em: <https://ohmy.Disney.com/insider/2013/07/30/the-story-behind-the-story-of-frozen/> . Acesso em: 14 de agosto de 2018.

⁴ Não entraremos em detalhes, pois entraríamos em discussões próprias dos estudos de literatura. Logo, podemos resumir ao leitor por meio de exemplos. 1) Adaptação: acontece ao adequar a história para um público específico; 2) Versão: quando o conto de um livro ganha uma versão para o cinema; 3) Recriação: quando a narrativa é recriada.

Rainha da Neve passar e decidiu segui-la, juntos voaram sobre bosques e lagos.

- 3) **Terceira História – O Jardim de Flores da Mulher que Sabia Encantar:** Kay é levado para o castelo da Rainha da Neve e Gerda sai a sua procura. A menina se dirige para o rio e, chegando lá, sobe em um barco e se deixa levar pela correnteza. Depois de navegar por muito tempo, o barco atraca em um jardim cheio de flores, onde havia uma velha mulher que a acolheu carinhosamente. A idosa penteou os cabelos de Gerda com um pente mágico que faz a garota esquecer de tudo, porém, com o passar dos dias, Gerda observa as rosas no jardim e se lembra do amigo perdido. Então, decide deixar a casa da idosa e continuar sua busca por Kay.
- 4) **Quarta História – Príncipe e a Princesa:** Em sua busca, Gerda faz uma parada para descansar e conhece uma gralha. Ao perguntar para a ave se esta havia visto seu amigo Kay, o animal responde que acredita que Kay é um príncipe morando um castelo com uma princesa. A gralha leva Gerda até lá. Ao chegar, Gerda conhece o Príncipe e vê que não é seu amigo. A menina conta sua história para o Príncipe e para a Princesa, ambos ficam tocados e dão de presente a Gerda botas e um regalo. Além disso, oferecem um coche de ouro guiado por uma rena para que ela pudesse seguir sua viagem em busca de Kay.
- 5) **Quinta História – A Menininha dos Ladrões:** Gerda é parada por uma horda de ladrões que a fazem de refém. No grupo, havia uma criança (menininha dos ladrões). Esta menina ajuda Gerda a fugir para que siga sua missão e Gerda segue a viagem guiada pela rena.
- 6) **Sexta História – A Laponiana e a Finlandesa:** Gerda e a Rena param em uma pequena casa na estrada. Ali Gerda conta à Finlandesa dona da casa o que tinha acontecido com Kay. A Finlandesa orienta Gerda como chegar até o castelo da Rainha da Neve para resgatar o amigo.
- 7) **Sétima História – O que Houve no Palácio da Rainha da Neve e o que Aconteceu Depois:** Ao chegar no Castelo da Rainha da Neve, Gerda descobre que Kay é mantido como prisioneiro. Para ganhar liberdade, o menino era obrigado a escrever a palavra eternidade com blocos de neve. Porém, nunca conseguia completar a tarefa por conta

dos estilhaços de vidro em seus olhos. Quando Gerda finalmente encontra Kay, ela chora. Suas lágrimas arrebentaram os cacos de vidros dos olhos de Kay. Assim, ele consegue escrever a palavra eternidade e recebe sua liberdade. Os dois retornam para casa. Quando chegam até seu destino, percebem que muitos anos se passaram e que já estão adultos.

O conto de fadas “A Rainha da Neve” é considerado uma das mais longas e fantasiosas histórias de Andersen, representando uma transformação no estilo de sua escrita, pois elevou seus contos de narrativas simples para algo mais complexo e reflexivo (TATAR, 2008). Mesmo sendo considerada uma das obras mais importantes do autor, aqui no Brasil não é tão conhecida como outras, entre elas: “A Pequena Sereia”, “O Soldadinho de Chumbo”, “O Patinho Feio”, “A Princesa e a Ervilha”, “A Roupas Nova do Imperador”.

O dinamarquês encontrou no folclore nórdico os elementos para compor este conto, acrescentando às crenças populares a sua imaginação e recordações de infância em Odense (TATAR, 2008; COELHO, 2011). Logo, “A Rainha da Neve”, embora contenha elementos coletados de uma cultura oral, surge pela primeira vez em formato de livro e, a partir dele, passa a circular através de outros suportes midiáticos.

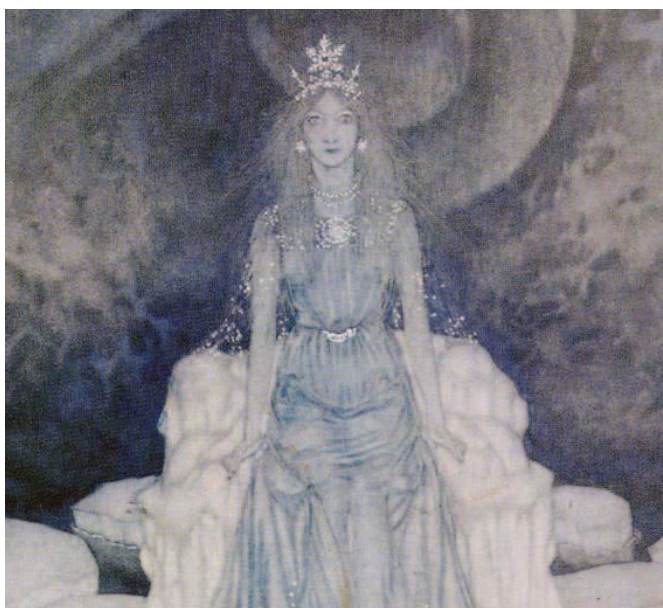
Todavia, a distribuição de exemplares da obra não aconteceu em grande escala na época de sua publicação, datada do ano de 1844. Neste período, século XIX, a Europa passava pela Revolução Industrial – iniciada na Inglaterra e chegando aos outros países no final do século XIX – revolução marcada por diversas transformações, entre elas a industrialização e o uso de máquinas a vapor.

Diante deste cenário, inicia-se gradativamente um processo de redução dos custos de produção dos livros, por causa da industrialização do papel. Mas ainda não ocorria a popularização das obras – o acesso aos livros era sobretudo para a classe burguesa. A expansão da literatura de massa acontece no final do século XIX para o século XX (ZILBERMAN, 2001).

As obras produzidas anteriormente a esta fase de expansão da literatura de massa (em pequena escala) eram consideradas verdadeiras obras de arte. O livro era encadernado com madeira, pele e tecidos caros e as ilustrações produzidas a partir de um processo manual e artístico. Nesta mesma época, vamos ter o que foi chamado

de “idade de ouro” dos ilustradores de livros infantis (CORDEIRO, 1987). Os contos de fadas dos Irmãos Grim, Charles Perrault e Hans Christian Andersen foram ilustrados por artistas/ilustradores de renome, como: Edward Burne-Jones, George Cruikshank, Gustave Doré, Edmund Dulac, Arthur Rackham, Walter Crane, entre outros. Estes artistas produziram imagens que provocaram sensações para além do prazer estético, mas também “comentários sobre os contos, interrompendo o fluxo da história oferecendo momentos críticos e oferecendo oportunidades para maior reflexão e interpretação” (TATAR, 2013, p. 16). Para exemplificar estas ilustrações, segue imagem da Rainha da Neve feita por Edmund Dulac, ilustrador francês considerado um dos mais importantes e conhecidos da “idade de ouro” das ilustrações dos livros infantis. Conhecido pela sua versatilidade e refinamento, Dulac buscou inspiração para suas produções na mitologia nórdica, sendo que seu estilo das ilustrações representou, no contexto da época, a evolução das técnicas de configuração e impressão (SHALDERS, 2012)

Figura 8 – Snow Queen (Rainha da Neve).



Fonte: Ilustração de Edmund Dulac *in* Andersen (2008).

Saindo da esfera do livro de literatura infantil, vamos encontrar as adaptações do conto “A Rainha da Neve” para o cinema, sendo o registro mais antigo o filme “Snezhnaya Koreva”, lançado na União Soviética, em 1957, e exportado para a América, em 1959. Além deste, quatro outros filmes foram produzidos, um segundo

na URSS, um na Dinamarca, um nos Estados Unidos e um no Reino Unido (TATAR, 2008).

Considerando que as formas de circulação do conto “A Rainha da Neve” se deram por meio dos livros e do cinema, podemos inferir que os contos de fadas de Andersen, Perrault e Irmãos Grimm estiveram atrelados a uma lógica da sociedade dos meios, ou seja, o processo de comunicação tinha os meios como centralidade e estes eram produzidos conforme lógicas de mídia.

No caso do livro infantil, a presença do leitor adulto, representado muitas vezes pelos pais ou educadores, exercia o papel de mediador, contando a história para o leitor infantil (transmitia mensagens). E, no caso específico do cinema, os indivíduos se deslocavam até a sala de cinema e assistiam ao filme, não tendo a possibilidade de interação com a obra após o término da sessão.

5.1.2 Frozen – Uma Aventura Congelante

A animação “Frozen: uma aventura congelante” (Disney, 2013), segundo referimos em nosso capítulo 2.2 (p. 15), dedicado ao campo de observação, bateu recordes de bilheteria, sendo a animação mais assistida nos cinemas mundialmente⁵ até o momento. O longa não é dividido em capítulos, como acontece no conto “A Rainha da Neve”. Porém, cada fase do percurso das personagens centrais Elsa e Anna é facilmente identificável. Sendo assim, para melhor compreensão de nosso leitor, organizamos o relato da história por partes, conforme segue abaixo:

- 1) Infância de Elsa, Anna e Christopher:** A animação inicia com imagens dos vendedores de gelo. Nesta mesma cena, aparece Kristoff (que mais adiante ajudará Anna em seu percurso na narrativa) ainda criança, seguindo os vendedores de gelo acompanhado por sua rena Sven. Na sequência, as personagens Elsa (Frozen) e Anna, filhas dos Reis de Arendelle⁶, são apresentadas. Elsa manifesta seus poderes mágicos, capaz de

⁵ De acordo com notícia publicada no dia 31/01/2017 no Portal G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/moana-supera-frozen-e-se-torna-animacao-da-Disney-mais-vista-no-brasil.ghtml>>. Acesso: 23 de maio de 2017.

⁶ Reino inspirado a partir de vilarejos da Noruega. Disponível em: <https://viagem.uol.com.br/guia/roteiros/2015/05/14/entre-fiordes-e-minusculos-vilarejos-conheca-o-reino-que-inspirou-frozen.htm> . Acesso em: 28 de junho de 2018.

transformar tudo em gelo, neve ou geada desde muito pequena. Na mesma cena, Elsa cria o boneco de Neve Olaf que reaparecerá mais adiante na história. As irmãs brincavam com a neve e eram muito próximas uma da outra. Porém, certo dia, por acidente, Elsa atinge a cabeça de Anna com seus poderes e Anna fica paralisada e com a mente congelada. Os pais das Princesas buscam ajuda com os *Trolls* para salvar Anna. Os *Trolls* conseguem quebrar a magia. Porém, apagam toda a memória de Anna e ela deixa de se lembrar dos poderes da irmã. A partir deste episódio, Elsa e Anna passam a viver isoladas e os portões do castelo são fechados para que Elsa evite contato com as pessoas e aprenda a dominar a força de sua magia. O pai de Elsa presenteia a filha com luvas e a orienta: “Não sentir e não se deixar tocar”. Ou seja, Elsa precisa usar as luvas e controlar as emoções para não transformar as coisas em gelo e não mostrar para as pessoas o seu segredo. Ainda nesta fase da história, o Rei e a Rainha morrem, deixando a sucessão do reinado para a Princesa Elsa, a filha mais velha do casal.

- 2) **Cerimônia de coroação de Elsa:** Três anos após a morte de seus pais em um naufrágio, é chegado o dia da coroação de Elsa como Rainha de Arendelle. Os portões do palácio abrem novamente para o acesso da comunidade local. Anna se alegra com a chegada daquele dia, pois, assim como Elsa, também ficara isolada do convívio com as pessoas por muitos anos. Neste dia, Anna conhece Hans, um príncipe das Ilhas do Sul, e se apaixona por ele. Após a cerimônia de coroação de Elsa, acontece um baile. Anna e Hans comunicam à rainha Elsa que irão se casar. Porém, ela não concorda com o casamento e as irmãs discutem. No meio da discussão, Anna retira as luvas de Elsa. Então, sem as luvas e estando nervosa com a discussão com a irmã, Elsa não consegue controlar seus sentimentos e revela aos convidados seus poderes mágicos. Elsa sai correndo do baile e, por onde passa, acaba congelando tudo pela frente. O reino de Arendelle fica coberto de gelo e neve. O Duque de Weselton, um dos convidados do baile, ao descobrir os poderes da rainha, tenta colocar o reino inteiro contra ela. Anna defende a irmã

e decide sair em busca de Elsa, deixando Hans no comando de Arendelle.

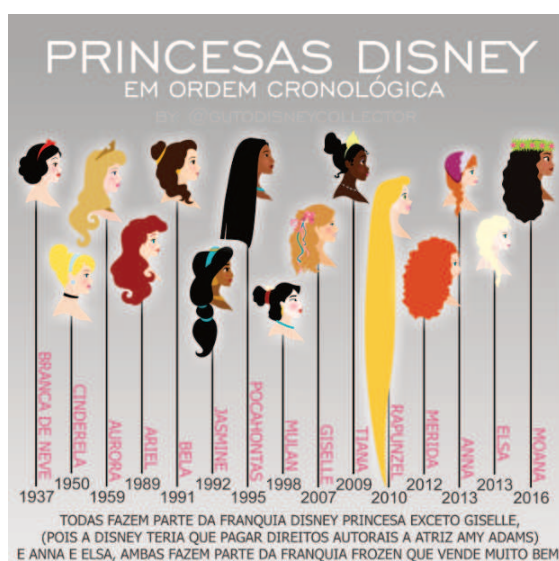
- 3) **Libertação de Elsa:** Elsa segue caminhando pelo reino até chegar nas Montanhas do Norte. Podemos dizer que este momento da animação é o que chamamos de clímax, ou seja, a narrativa atinge seu momento decisivo. Elsa se liberta e descobre o poder de sua magia, que foi abafado por tantos anos, enquanto ficou isolada no castelo. A música *Let It Go* (Livre Estou) é tocada nesta hora. Elsa constrói seu próprio castelo de gelo no pico da montanha.
- 4) **Percurso de Anna em busca de sua irmã Elsa:** No meio do caminho de ida para as Montanhas do Norte, Anna conhece o jovem Kristoff e a rena Stev. Os dois partem juntos com a princesa em sua jornada à procura de Elsa. Logo adiante, encontram com Olaf – o boneco de neve construído por Elsa ainda na infância da rainha. Olaf guia todos até o castelo de gelo construído por Elsa. Anna entra no castelo e reencontra a irmã. As duas discutem e novamente Elsa atinge Anna com sua magia, contudo desta vez acerta o coração dela. Anna, Kristoff, Olaf e Steven são expulsos do castelo de Elsa por um gigante de neve chamado Marshmallow – uma espécie de guarda-costas de Elsa. Kristoff percebe que Anna está congelando devido à mágica de Elsa. Ele lembra que os *Trolls* seriam os únicos que poderiam ajudar Anna naquele instante e eles partem para a floresta de Arendelle, onde vivem os *Trolls*. Chegando lá, os *Trolls* explicam que não poderiam quebrar a magia, pois o local atingido – o coração – só poderia ser curado por um ato de amor verdadeiro. Então, Kristoff se lembra de Hans e leva Anna de volta para o castelo para que Hans pudesse beijá-la.
- 5) **Elsa vira prisioneira em Arendelle:** Sem notícias de Anna, Hans sai a sua procura e pretende buscar Elsa também. Até esta parte, o Príncipe parecia ser um homem bom e apaixonado por Anna. Contudo, revela-se como alguém disposto a tudo pela coroa de rei e não apaixonado por Anna. Hans encontra Elsa em seu castelo de gelo e a leva como prisioneira no castelo de Arendelle. Paralelo a este acontecimento, Anna chega ao palácio. Hans se revela como

um vilão e não mostra amor por Anna, deixando-a trancada em uma sala do castelo. Olaf chega e ajuda Anna a fugir. Elsa consegue, no mesmo instante, escapar da prisão.

- 6) **Ato do amor verdadeiro:** No meio da tempestade de neve, as irmãs se encontram. Hans saca a espada para matar Elsa e Anna se joga na frente da irmã para protegê-la. Anna fica imóvel e congelada. Elsa chora por sua irmã. O ato de amor verdadeiro entre as duas irmãs quebra a magia. Anna descongela e Arendelle volta a ser como antes – florido, com sol e sem a tempestade de neve.
- 7) **Desfecho:** Hans e o Duque de Weselton são expulsos de Arendelle. Elsa cria uma nuvem de neve para Olaf não descongelar. Anna e Kristoff se beijam. Os moradores de Arendelle acolhem a rainha Elsa. Ela cria uma pista de gelo e todos do reino patinam e brincam alegres ao final da narrativa.

Antes de iniciar as análises da animação “Frozen: uma aventura congelante” (Disney, 2013) e das princesas Elsa e Anna, precisamos situar nosso leitor quanto à cronologia e características de princesas anteriores produzidas pela *Disney*, pois alguns elementos serão importantes para identificar as especificidades de “Frozen”.

Figura 9 – Cronologia das Princesas *Disney*.



Fonte: Site O Verso do Inverso⁷.

⁷ Disponível em: <https://www.oversodo inverso.com.br/voce-sabia-princesas-Disney/>. Acesso em: 12 de agosto de 2018.

Conforme imagem acima, notamos um investimento massivo da *Disney*, mais especificamente a partir de 1989, na magia dos contos de fadas, criando um dos seus maiores símbolos e uma de suas franquias que mais geram rendas: os filmes de princesas⁸. O lucro é tamanho que, em 2000, a empresa lançou a “*Disney Princess*” – divisão que cuida de produtos gerados a partir dos filmes de 11 princesas⁹.

Uma lacuna de três décadas (1959 – 1989) sem investimentos em filmes de princesas aconteceu devido à “segunda onda feminista” marcada por grandes conquistas de direitos para as mulheres. Sendo assim, o “público não teria interesse em uma bela donzela à espera de seu príncipe encantado” (BREDER, 2013, p. 32). Considerando os contextos históricos e as mudanças culturais, a *Disney* passa a investir em outros formatos de princesas.

Breder (2013), considera as princesas das produções *Disney* divididas em três fases: 1) As princesas clássicas (1937 – 1959); 2) As princesas rebeldes (1989 – 1998); e 3) As princesas contemporâneas (2009 – 2012). Mesmo a empresa tendo mudado o perfil das princesas para agradar à sociedade e enfrentar as críticas e boicotes aos filmes de princesas gerados através dos movimentos feministas, para Breder (2013, p. 32) “as princesas clássicas são as mais lembradas”. Para ela, a geração de mulheres nascidas nos anos 1990 teve seu imaginário feminino moldado pelas princesas clássicas da *Disney*. Isto se justificaria, talvez, porque seriam os filmes mais antigos ou porque sigam um padrão de princesa entranhado na memória coletiva (bela e bondosa); ou ainda porque se caracterizam como as mais belas, bondosas, amigas dos animais e que esperam o seu príncipe encantado. Já as princesas rebeldes simbolizam uma “época de rebeldia” marcada pela irreverência dos ídolos pop como Madonna e Michael Jackson, a queda do muro de Berlim (1989), as conquistas de direitos das mulheres, entre outros fatos marcantes dos anos 1980 e 1990. E, por fim, as princesas contemporâneas, que vão aparecer no século XXI – período no qual acontece uma “nova forma de feminismo”. Um século em que as mulheres, mesmo que sofram ainda muitas violações de direitos e julgamentos, encontram maior liberdade (BREDER, 2013).

⁸ Para além das produções em gênero desenho animado, destacamos também as versões da *Disney* para o cinema dos contos de fadas “*Malévola*” (2014), “*Cinderela*” (2015) e “*A Bela e a Fera*” (2017).

⁹ São elas: Branca de Neve, Cinderela, Aurora (Bela Adormecida), Ariel (Pequena Sereia), Bela, Jasmine (Aladin), Pocahontas, Mulan, Tiana (A Princesa e o Sapo), Rapunzel (Os Enrolados), Merida (Valente).

Disney assume, então, o lugar de “fala” dos contos de fadas, antes ocupado pelos livros literários e, fazendo com que a imagem de Princesa, de um ideal de mulher, migre da cultura oral e dos romances para as obras de animação. Não se trata de um fenômeno novo, já que Branca de Neve foi apresentada e reapresentada mil vezes, mas se trata de pensar que a lógica da mídia passou a abarcar e consumir (fagicamente) os contos. Ao trazer para si, os estúdios *Disney* também se veem tensionados socialmente, conforme o processo de midiatização avança. Tome-se como exemplo o caso das demandas por princesas contemporâneas. No entanto, evidencia-se que as três fases de Breder (2013) já indicam um atravessamento de campos, mesmo nos anos 1980 com as princesas rebeldes, afetadas não só pelo contexto da época, mas por artistas que ocupavam o espaço midiático.

Frozen surge dentro desse cenário, como uma princesa contemporânea, mas ainda carregando a ideia de princesa e no auge da disseminação das redes sociais. É de se perguntar como a animação, em meio a tanta oferta de produtos em dispositivos midiáticos, consegue feitos de audiência vistos em padrões massivos?

Diante deste questionamento, analisamos, no decorrer deste trabalho, alguns elementos da narrativa de Frozen, que justificam o sucesso da animação e a empatia do público com a história.

Primeiramente, estamos diante do primeiro filme de princesas produzido pela *Disney* que insere em seu roteiro duas princesas como protagonistas. Elsa e Anna representam o arquétipo do herói (JUNG, 2016, p.142) E podemos relacionar o percurso das heroínas com a “jornada do herói¹⁰” (CAMPBELL, 2005), em que ambas as princesas deixam seu mundo comum (Arendelle), Anna conta com a ajuda de Kristoff, Stev e Olaf e Elsa com a ajuda de Anna, e acontece o retorno das heroínas para Arendelle. O público se identifica com estas heroínas, pois Anna e Elsa, em suas jornadas, assumem papéis de protagonistas, assim como “a mulher do século XXI assumiu um lugar diferente na sociedade deixando de ser coadjuvante e passando a ser personagem ativa de suas próprias vidas” (QUEIROZ apud MENEHINI, 2016, p. 43).

¹⁰ Segundo Campbell, a jornada do herói é marcada por estágios: 1) Mundo Comum; 2) O Chamado da Aventura; 3) Recusa do Chamado; 4) Ajuda sobrenatural; 5) Cruzamento do primeiro portal; 6) A Barriga da Baleia; 7) Aproximação ; 8) Provação difícil ou traumática; 9) Recompensa; 10) O Caminho de volta ;11) Ressurreição do Herói ;12) Regresso do herói.

Em relação à Princesa Elsa (Frozen), ela mantém os padrões estéticos de princesas clássicas, como Cinderela e Aurora (bela, olhos claros, cabelos longos, magra), reforçando o imaginário coletivo da princesa clássica. E, estando Frozen inserida num processo de midiatização, tem o potencial de mobilizar estas imagens totêmicas (ROSA, 2014), reatualizando-as e as reinserindo na disputa por visibilidade. Vide a imagem que segue.

Figura 10 – Princesa Elsa.

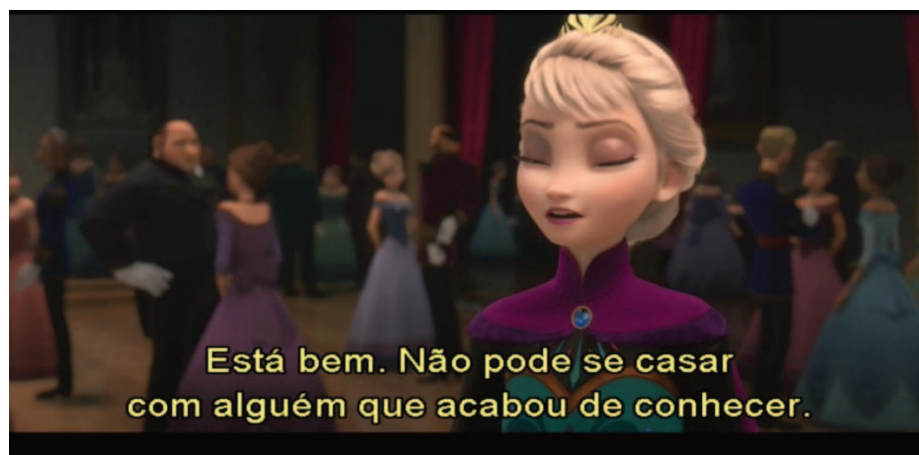


Fonte: Frame da animação “Frozen: uma aventura congelante” (Disney, 2013).

Por outro lado, inova na postura e forma de pensar em relação a princesas clássicas. Ela se mostra forte e, assim como as princesas Moana e Merina, não encontra o seu par romântico na história.

Esta força feminina presente em Elsa (Frozen) é revelada no momento da narrativa, em que sua irmã (Princesa Anna) anuncia o casamento com o Príncipe Hans e Elsa não aprova a união, conforme *frame* abaixo:

Figura 11 – Princesa Elsa não concorda com o casamento de Anna e Hans.



Fonte: Frozen: uma aventura congelante (Disney, 2013).

A Princesa Anna, por sua vez, tem padrões de beleza distintos da irmã (ruiva e com sardas) e se destaca por ser engraçada. Ou seja, cai no fosso do estereótipo. A bela será rainha; a diferente será engraçada. No início da trama, Anna se revela como uma princesa com características opostas às de Elsa, pois sonha com seu príncipe encantado. Como podemos ver na imagem a seguir, uma sequência que evidencia a busca pelo amor verdadeiro no baile de coroação de Elsa como rainha.

Figura 12 – Princesa Anna sonhando com o Príncipe Encantado



Fonte: Frozen: uma aventura congelante (Disney, 2013).

Porém, no decorrer da história, a personagem Anna vai se transformando e mostrando também a sua força. Ao longo da narrativa, ganha mais destaque que sua irmã Elsa. Mostra ter coragem, quando sozinha sai à procura de Elsa nas montanhas.

Ao final da história, após passar por decepções amorosas sofridas por conta de Hans, “saca um soco” no Príncipe e forma novo par com Kristoff.

Outra particularidade de Frozen é o fato de outros personagens conquistarem destaque. Isto não acontecia nas animações das princesas clássicas. Alguns personagens como príncipes, pais e madrastas, não eram sequer nomeados nos contos de fadas, como Cinderela e Branca de Neve, e a *Disney* manteve esta especificidade, tais personagens eram chamados pela função social que exerciam (CORSO, 2006).

Em “Frozen”, personagens como Kristoff, a rena Stev e o boneco de neve Olaf ganham notoriedade e se tornam essenciais para o desfecho da história. Além disso, entram no processo de circulação, gerando diversos produtos (midiáticos e não midiáticos), como é o caso do curta metragem “As aventuras congelantes de Olaf”¹¹ (*Disney*, 2017).

Figura 13 – O encontro de Kristoff, Stev, Olaf e Anna.



Fonte: Frozen: uma aventura congelante (*Disney*, 2013).

Um dos pontos altos do filme é quando toca pela primeira vez a trilha sonora “*Let It Go*” (Livre Estou), pois a trilha marca a libertação de Elsa. Após o baile de sua coroação como rainha de Arendelle, ela foge para as montanhas do Norte. Neste momento, Elsa se sente livre, pois, ao ter revelado seus poderes mágicos para todos que estavam no baile (ao partir e construir o seu próprio castelo de gelo), consegue sentir o que é ser livre.

¹¹ <https://frozen.Disney.com/products>

Em *making of*¹² da animação Frozen, especial produzido pela rede de televisão americana ABC (*American Broadcasting Company*), Kristen Anderson-Lopez e Robert Lopez, compositores de *Let It Go*, contam como foi o processo de escrita da canção. Num primeiro roteiro entregue a eles, Elsa seria uma vilã que provavelmente morreria ao longo da narrativa. E, pelo fato de ela passar boa parte de sua vida isolada do convívio com a sociedade, inclusive de sua irmã Anna, os compositores escreveram a letra da música pensando neste isolamento e como seria quando ela se libertasse. Foi deste contexto que surge o “Livre Estou”, como se Elsa estivesse, ao sair do castelo, saindo de um estágio de depressão e se libertando de tudo o que estava preso dentro dela – momento de ser livre e ser quem ela era de verdade. Depois da canção finalizada, a diretora do longa Jennifer Lee ficou impressionada com a música *Let It Go* e decidiu readaptar o roteiro.

Ainda que o roteiro tenha sido adaptado – há indícios de outros sentidos, porque este é produzido socialmente, mesmo que a diretora tente fechar suas bordas, dizer “esta é a história”, no momento de midiatização acelerada já não temos mais como impedir que as defasagens de sentido sejam percebidas. Observa-se que a música passa a ser determinante e afetar a história, ou seja, a própria animação já não é construída linearmente, como se poderia imaginar. Ao ter suas muitas partes realizadas por profissionais distintos, há atravessamentos. Assim, o próprio conto se faz *in process*, ou seja, nunca é acabado, como o de Andersen, que foi por ele, e apenas ele, idealizado.

Conforme já mencionamos em nosso campo de observação (p.15), a canção ultrapassou o espectro do filme e passou a circular por conta própria, sendo conhecida por pessoas que não têm interesse e nem sequer assistiram à animação. Há uma autonomização da música, que circula para além dos espaços vinculados à obra, como o *Spotify*, por exemplo.

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0eEHYbH2IQg>. Acesso em: 12 de agosto de 2018.

Figura 14 – Música “Let it Go” (Livre Estou).



Fonte: Frozen: uma aventura congelante (Disney, 2013).

Estas características que apresentamos estão entre os principais motivos do sucesso da animação. Vão aparecer nas próximas fases de nossas análises quando, a partir da empatia dos atores sociais com a história e seus personagens, ocorre a criação de outros sentidos para o conto e trilha sonora.

Saindo dos aspectos da narrativa e retornando ao contexto da midiatização, “Frozen”, diferentemente dos demais contos de fadas, surge primeiramente na versão de animação e, posteriormente, tem sua história difundida através de múltiplos dispositivos, entre eles o livro. Seu processo de circulação ganha notoriedade através das mídias sociais, diferenciando-se assim dos processos de circulação de outros contos de fadas lançados em um contexto em que não havia o fenômeno das redes sociais, como vimos anteriormente em “A Rainha da Neve”. O conto de fadas “Frozen” nasce em um cenário contemporâneo midiatizado, no qual a intensificação da midiatização acontece por conta do digital e da expansão dos meios.

Ao comparar “Frozen” com o primeiro longa de desenho animado da *Disney*, “Branca de Neve e os Sete Anões” (1938), percebemos a inovação das técnicas de animação. “Frozen”, através dos mais diversificados recursos, entre eles os efeitos especiais como na reprodução da neve de maneira realista e nas imagens dos personagens, muito semelhantes aos seres reais, consegue prender a atenção de seu espectador e fazer com que ele se identifique com a história. Estes detalhes são observados na imagem da figura 15.

Figura 15 – Princesa Elsa



Fonte: Frozen: uma aventura congelante (Disney, 2013).

Na segunda imagem (figura 16), identificamos que a animação não é plana como um desenho animado do Pato Donald (figura 17), gerado a partir da técnica do fotograma (imagens impressas e fotografadas, num processo pelo qual o fotograma produz uma visão de ótica de movimento). Através dos efeitos, ela ganha perspectiva e profundidade de campo, muito porque os objetos são feitos em 3 D. Isso rompe com aquilo que se falava em imagens nos 1970/1980 – o foco eram imagens bidimensionais. Atualmente, vivemos na era das imagens tridimensionais, o que as torna mais superfícies, na perspectiva de Flusser, porque nascem de abstrações. Não há uma preocupação com a verossimilhança ou com a referência no mundo real, já que o virtual e o real se fundiram.

Figura 16 – Imagem com efeitos.



Fonte: Frozen: uma aventura congelante (Disney, 2013).

Figura 17 – Pato Donald (*Disney*, 1934).

Fonte: Youtube¹³.

Para a produção de “Branca de Neve e os Sete Anões”, a *Disney* utilizou a técnica chamada rotoscopia (transforma filmagem em animação). Desta forma, as ilustrações do longa foram geradas a partir de técnicas manuais de animação, com o auxílio da câmera filmadora. Estávamos na sociedade dos meios, quando as novas tecnologias iam sendo inseridas gradativamente. Os recursos tecnológicos só foram incorporados em desenhos animados a partir de 1995, no filme “Toy Story”.

Diferentemente da princesa Elsa, Branca de Neve não tem traços tão semelhantes aos de uma mulher real. O público percebe que se trata de um desenho, uma personagem de ficção. O foco está no aspecto lúdico e não na tridimensionalidade da imagem, ainda que câmeras multiplanos já sejam usadas nesta animação. Podemos observar através da imagem da figura 18:

¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QoVVhqfSYQI>. Acesso em: 13 de agosto de 2018.

Figura 18 – Branca de Neve.



Fonte: Branca de Neve e os Sete Anões (Disney, 1937).

Por fim, afirmamos que, na animação “Frozen: uma aventura congelante”, vamos encontrar as transformações das técnicas de animação provocadas pelo fenômeno da midiatização – a evolução do desenho artístico para o desenho digital. Estamos diante de um conto de fadas midiatizado, que, conforme veremos na fase seguinte, popularizou-se através das mídias digitais, fugindo do controle da *Disney* e ganhando outros sentidos, a partir de outros sentidos gerados para a história pelos atores sociais.

5.1.4 Gramáticas e Circulação da Indústria Cultural

Para Ítalo Calvino (1993, p.11), “um clássico é um livro que nunca terminou de dizer aquilo que tinha para dizer”. Este seria um dos motivos pelos quais os contos de fadas estão classificados como clássicos da literatura. Os contos de fadas se constituem como obras universais, ou seja, pertencem a toda a humanidade. São atemporais, pois estão presentes na história dos povos, desde tempos imemoriais e estão sempre se inovando.

E, não por acaso, a indústria cultural¹⁴, em nosso caso a *Walt Disney Company*, apropria-se desta riqueza cultural que são os contos de fadas, apropriando-se de

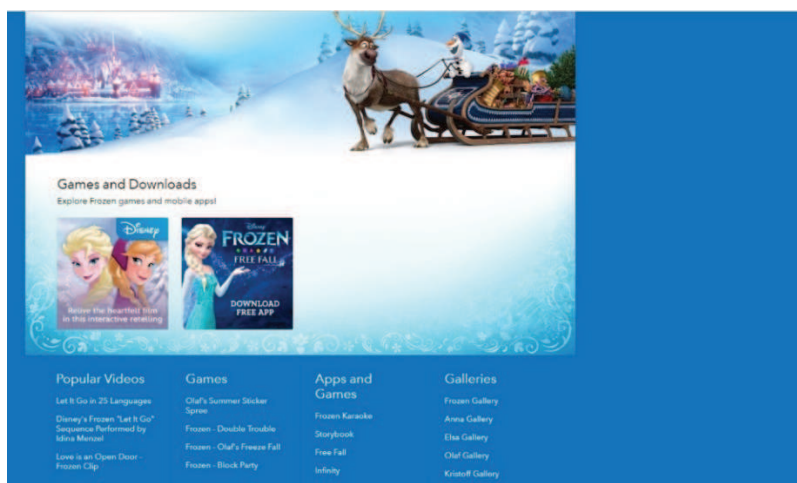
¹⁴ Braga (2017) define indústria cultural como um campo especializado preocupado com a informação de atualidade, formação de opinião pública, difusão cultural, comercial e política, com o entretenimento.

narrativas como Cinderela, Branca de Neve, Bela Adormecida, mudando o sentido destas histórias (que, em sua origem, continham conteúdo pedagógico) para a produção de lucro e entretenimento. Pois, conforme discorremos anteriormente na p.68, a *Disney* passa a investir massivamente na magia dos contos de fadas a partir de 1989, transformando os filmes de princesas em um dos seus principais símbolos, investimento que se transformou em sinônimo de faturamento para a empresa.

A partir disso, a *Disney* passa a produzir seu próprio circuito. Ela cria seu próprio sistema de produção, fazendo com que os produtos entrem em circulação (BRAGA, 2017). Este sistema de produção é regido por condições de produção, operações que resultam em gramáticas. Dentre as operações, evidenciamos a transformação de contos consolidados no imaginário social e coletivo em animações, marcadamente desenvolvidas tecnicamente. Isto é, trata-se de uma apropriação midiática dos contos, muitos deles ainda focados na imaginação e na fantasia, para transpô-los a uma linguagem visualmente possível, marcada por efeitos especiais. Também se percebe que a *Disney* desloca a noção de público para a noção de audiência, massificando o contar histórias ao levá-las para as telas de cinema. Ao suprimir a figura do “contador”, a *Disney* se coloca como a voz e os olhos daqueles que se deixam envolver pelas narrativas. Como operações, pode-se indicar ainda que a instituição *Disney* possui características organizacionais e tais pressões mercadológicas aparecem nas obras, seja no estímulo ao consumo de produtos derivados, seja em reedições, edições especiais e mesmo transposições de animações para filmes com grandes nomes do cinema, o que estimula um contínuo alimentar de gramáticas de produção. Tais gramáticas já não se referem nem mais ao cinema, nem mais à animação clássica, nem mesmo ao universo do conto, mas a sua hibridização.

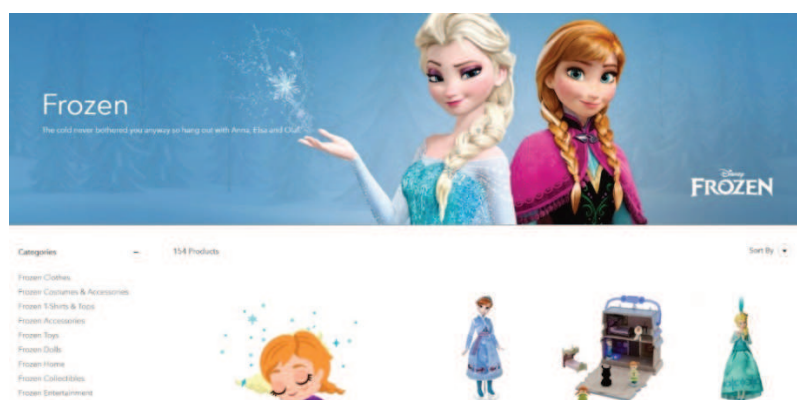
No site “Frozen *Disney*”, conforme imagens que seguem, podemos visualizar que a produção tem atrelada a ela produtos através das abas “*products*” (produtos) e “*store*” (loja). Em produtos, o site oferece a venda de produtos midiáticos, como DVD, aplicativos para celular e jogos (figura 19) e a venda de produtos não midiáticos (figura 20).

Figura 19 – Produtos para venda no site da Frozen.



Fonte: Site da Frozen¹⁵.

Figura 20 – Loja Frozen



Fonte: Site Frozen¹⁶.

Estas estratégias foram criadas pela Walt *Disney* para que o conto “Frozen” entre em circulação, levando em conta os próprios interesses comerciais da empresa. E, conforme já referenciado em nossos aportes teóricos na p. 23, há condições de produção, típicas da indústria cultural, algumas delas evidenciadas no modo de constituir o conto em animação (as imagens em movimento, a referência no real que transita para o fantástico, as lógicas institucionais dos estúdios *Disney*, a preocupação mercadológica). Tais condições, manifestadas em operações, configuram uma gramática de produção que incide na produção de sentidos.

¹⁵ Disponível em: <https://frozen.Disney.com/products>. Acesso em: 14 de agosto de 2018.

¹⁶ Disponível em : <https://frozen.Disney.com/products> . Acesso em: 14 de agosto de 2018.

Até mesmo a história “A Rainha da Neve”, após o lançamento de Frozen, ganha destaque na Indústria Cultural. Como, por exemplo, no livro infantil produzido pela Editora Ciranda Cultural, publicado no mesmo ano de lançamento de Frozen (2013) e o filme “O Caçador e a Rainha do Gelo” (UNIVERSAL PICTURES, 2016). O movimento da *Disney* tornou o conto de Andersen mais popular, reinserindo-o na disputa por visibilidade. Isso denota que a *Disney* inscreveu um conto antigo e pouco popular no processo de circulação, ainda que apenas na correferência realizada em Frozen. No entanto, a própria instituição midiática *Disney* se vê envolta em disputas, pois o processo sai de seu controle e passa a ser regulado socialmente, através de usos e apropriações. Práticas sociais nas quais são criados ou não circuitos (BRAGA, 2012). Significa dizer que a própria *Disney* já não consegue reger os sentidos e as produções feitas a partir da animação Frozen, uma vez que esta está no espaço da circulação midiática.

5.2 FASE 2 - CIRCUITOS INTERACIONAIS

Segundo referido na p.57, nesta fase abordamos como ocorrem as apropriações da animação de Frozen, que geram paródias musicais, *memes*, páginas de Facebook de atores sociais, etc, isto é, que resultam de gramáticas de reconhecimento.

O título desta etapa das análises, “Circuitos Interacionais”, buscou inspiração na teoria formulada por Braga (2007; 2012). O pesquisador considera midiatização como processo interacional, afirmando que, a partir do século XX, passamos a viver uma passagem da escrita como “processo interacional de referência” para “uma crescente mediatização de base tecnológica”. (BRAGA, 2007, p. 4). Contudo, o autor sugere que não há como falar em interação sem que a circulação aconteça. E, para existir a circulação, segundo ele, deve ocorrer o “fluxo adiante”, ou seja, o ato de o receptor fazer “seguir adiante o que recebe” (BRAGA, 2012, p. 39).

Nas redes sociais, onde a circulação se manifesta, os discursos são ocupados por sentidos, gerando o que Braga (2012) aponta como “circuitos” e, neste contexto, teríamos dificuldades para identificar o ponto de partida da produção. Isto ocorre em Frozen, pois percebemos com clareza seus fluxos e defasagens. Os atores sociais se apropriam da sua narrativa, atribuindo a ela novos sentidos e inserindo no “fluxo adiante” outros discursos e construções gerados a partir da animação.

Conforme já mencionado, “Frozen: uma aventura congelante” atraiu atenção não só das crianças, mas também de adultos. Entre os mais identificados com a obra, destacamos o público LGBTI¹⁷: em nossas buscas por materiais empíricos, percebemos a significativa produção de memes e paródias da animação relacionados com a causa do grupo. Este reconhecimento LGBTI chegou ao ponto de mobilizar as redes sociais através da campanha no Twitter usando a *hashtag* #GivaElsaAGirlfriend (“Dê uma namorada para a Elsa”, em português) para que, na sequência da animação, prevista para novembro de 2019¹⁸, a Princesa Elsa tenha uma namorada. Segundo informações obtidas no site da Vogue Espanha¹⁹, a campanha iniciou por iniciativa da ativista feminista Alexis Isabel Moncada. Em seu perfil no *Twitter*, Alexis teria criado a *hashtag* no intuito de atingir a *Disney*, para que a produtora se torne mais atenta à causa LGBTI através da representação LGBTI em seus filmes. Inclusive, a ativista fez defesa da proposta em outras mídias sociais, como no site da rede MTV, por meio da seguinte frase: “As jovens devem entender que uma princesa pode amar outra princesa”.

Esta campanha usando a *hashtag* #GivaElsaAGirlfriend (“Dê uma namorada para a Elsa”, em português) repercutiu com diversos comentários de usuários das redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Conforme site da Vogue Espanha, os aproximados 84 mil (hoje 130 mil) seguidores da ativista Alexis Isabel Moncada no *Twitter*, seguindo o “fluxo adiante”, contribuíram para que a *hashtag* alcançasse em menos de 24 horas a marca de 20 mil citações (*tweetes*). A partir dos comentários, percebemos que os sujeitos não relacionaram mais a animação com o conto de fadas “Frozen”, mas atribuíram à história outros sentidos. Ou seja, as defasagens e diferenças entre produção e recepção e, por consequências, de suas gramáticas. A partir dos comentários (figuras 21, 22, 23 e 24), podemos visualizar algumas destas manifestações dos usuários das redes sociais *Facebook* e *Twitter*. Vale registrar que tivemos acesso apenas às publicações públicas.

Na figura 23, um ator social, registrado como de origem da Colômbia, comenta e compartilha a notícia publicada no site da Vogue Espanha, cujo título “Elsa poderia

¹⁷ Lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e pessoas intersex. Esta nomenclatura é utilizada pelas Nações Unidas (ONU).

¹⁸ *Disney* anuncia a data para o lançamento de *Frozen 2*. Informação disponível em: <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-130418/>. Acesso em: 14 de agosto de 2018.

¹⁹ Disponível em: <https://www.vogue.es/moda/news/articulos/campana-para-que-elsa-de-frozen-sea-princesa-Disney-lesbiana/25597>. Acesso em: 17 de agosto de 2018.

ser a primeira princesa *Disney* com uma namorada”. Em específico nesta publicação, o dono do perfil se manifestou a favor da campanha, reinserindo a *hashtag* #GivaElsaAGirlfriend na circulação. Porém, analisando o comentário, não localizamos no perfil compartilhamentos ou até mesmo comentários de outros sujeitos. Podemos inferir que não aconteceram estes movimentos ou o responsável pelo perfil apagou os comentários, visto que esta possibilidade é uma prática recorrente nas redes sociais.

Figura 21 – Comentário relacionado à *hashtag* #GivaElsaAGirlfriend.



Fonte: Perfil pessoal no Facebook.

Na figura 22, os atores sociais, por meio de montagem com imagens, reproduzem o que seria a chamada do próximo filme de Frozen. A Princesa usando vestido vermelho, mesmo que não haja a indicação no texto que acompanha a imagem, sugere que seria a possível namorada de Elsa. Há indícios que insinuam esta relação: a impressão de que Elsa está olhando para a Princesa vestida de vermelho; além disso, a própria cor vermelha traz consigo a carga simbólica relacionada ao amor/sedução/paixão. Localizamos apenas um comentário no *tweets* (figura 22) e alguns compartilhamentos. Não identificamos, assim como na figura 21, interação entre os atores sociais ou tensões entre os discursos. Há indícios de que os indivíduos que tiveram acesso às publicações tinham empatia pela causa LGBTI, ou comentários com textos mais agressivos e contrários à causa LGBTI foram apagados. Cabe destacar que a imagem abaixo indica uma apropriação do ator social, a ponto de não apenas valer-se da animação original e de seus personagens, mas de, tecnicamente, produzir uma imagem que possa representar a namorada de Elsa. Isso

implica dizer que não se trata de apenas uma replicação ou colagem, mas de uma operação de produção efetiva, que resulta em novas circulações.

Figura 22 – Comentário relacionado à hashtag #GivaElsaAGirlfriend.



Fonte: Perfil pessoal no Twitter.

As imagens que seguem (figuras 23 e 24) apresentam posicionamentos distintos das imagens anteriores, pois se trata de discursos contrários à campanha hashtag #GivaElsaAGirlfriend. Nos enunciados, a presença de elementos religiosos, pois as publicações foram extraídas de páginas ligadas a instituições religiosas. Outra característica são os textos semelhantes, isto é, uma correferência a textos que circulam. Identificamos este processo nas figuras que virão na sequência, e em outras que não exibiremos aqui, mas que integraram nossos indícios. Percebe-se que se manteve o núcleo do discurso, em que se analisam as produções da *Disney* (*Frozen* e *Star Wars*), mas vão atribuindo a ele novos discursos e atribuindo novos sentidos. Alguns atores sociais atribuem ao texto a autoria de origem e outros compartilham como se fossem textos de suas autorias. Neste caso, encontramos as dificuldades de localizar no “circuito” o ponto de partida de chegada da produção. Cenário típico das

redes sociais, que são permeadas pela complexificação das relações de produção e reconhecimento provocada pela midiatização.

Outra marca das construções dos atores sociais: encontramos nas redes sociais e na *web* memes gerados por atores sociais, a partir de imagens da animação Frozen. Podemos dizer que os memes se constituem como enunciações em formato de imagens ou vídeos e textos que têm como finalidade ironizar ou criticar algo. E os atores sociais viram em Frozen um potencial para deslocá-la de lugar, passando não mais a ter ligação com o conto em si, mas servindo como “base” para outros textos. Vários temas foram vinculados às imagens da animação, desde os mais polêmicos, como questões políticas e religiosas, até aqueles voltados para questões simples do cotidiano.

Na figura 25, uma crítica ao presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, através do *meme* com a frase utilizada “*Do you wanna build a wall?*” (Você quer construir um muro?), inspirada na canção do longa Frozen “Você quer brincar na neve?” Este *meme* foi criado a partir do episódio ocorrido em 2017, e que ainda se mantém atual, quando Trump revelou o desejo de construir um muro na divisa entre os Estados Unidos e México, no intuito de evitar a imigração ilegal e o narcotráfico.²⁰

²⁰ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/entenda-proposta-de-trump-para-muro-na-fronteira-mexicana-20824875>. Acesso em: 16 de agosto de 2018.

Figura 23 – Publicação da Fanpage Igreja Shalon Tatuquara.

Shalon Church Tatuquara
6 de maio de 2016

Oseias 4:6 Diz:
O meu povo é enganado porque lhe falta o conhecimento.
Cuide o que você oferece ao seu filho!!!
O apóstolo paulo diz: "Cuidado com as suttilizas do vosso adversário"
O diabo não esta brincando se ser diabo, mas o cristão esta brincando de ser cristão.

Ativistas querem personagens gays em filmes infantis

Questão de tempo?
Dois dos filmes que estão entre as maiores bilheterias da história do cinema em breve devem ganhar continuação: Frozen – Uma aventura Congelante (2013) e Star Wars: Episódio VII – O Despertar da Força (2015). As sequências planejadas para ser lançadas nos próximos anos estão sendo alvo de campanhas na internet promovidas por grupos LGBT. O objetivo é que ambos tenham entre os novos personagens algum que seja homossexual. Frozen, da Disney, é o desenho animado de maior sucesso do estúdio. Um de seus diferenciais é que a princesa Elsa não termina (como de costume) com um príncipe encantado. Além disso, sua música tema, "Let it Go", tornou-se uma espécie de "hino gay" entre adolescentes americanos. Jonathan Groff, um de seus principais animadores, é abertamente gay. Mas foram grupos ativistas "pró-gay" os responsáveis pela campanha #GivaElsaAGirlfriend [Dê uma namorada para a Elsa].

O objetivo da pressão nas redes sociais é fazer com que a princesa "saia do armário de gelo" e revele ser lésbica na continuação da animação, prevista para 2018. Um dos motivos para isso é o fato de canais do grupo Disney já terem incluído personagens gays em seus programas infantis.

A apresentação de novos personagens LGBT nos filmes restantes da saga "Star Wars" também é parte dessa campanha "inclusiva". A franquia, que tem forte apelo para crianças, hoje pertence à Disney. Ela é alvo de uma campanha bem ampla, coordenada pela maior organização "pró-gay" do mundo, o GLAAD, sediada nos EUA.

O "manifesto" que foi disseminado pelo grupo na internet afirma que, "como os projetos de ficção científica têm a oportunidade especial de criar mundos únicos, cujas sociedades avançadas podem servir como um espelho da nossa, parece óbvio que a Disney pudesse incluir personagens LGBT no oitavo filme de "Star Wars".

Outro argumento forte é que a sétima parte da saga já quebrou paradigmas ao colocar como protagonistas um negro e uma mulher. A próxima "minorias", segundo o GLAAD, são os homoafetivos e os transgêneros.

Essa é uma tendência crescente, uma vez que, dentre os 126 principais lançamentos cinematográficos do ano passado, 22 deles (17,5%) mostram personagens LGBT.

(Gospel Prime)

Nota: As produções da Disney (e outras empresas do ramo) já são caracterizadas por exibir ocultismo, evolucionismo, bruxaria, valores distorcidos e conteúdos afins. Está faltando pouco para que o "casamento" homossexual seja algo igualmente corriqueiro nessas animações infantis. É a indústria cultural prosseguindo em sua campanha para preparar uma geração cada vez mais familiarizada com conceitos e comportamentos que atentam contra a cosmovisão criacionista bíblica. [MB]

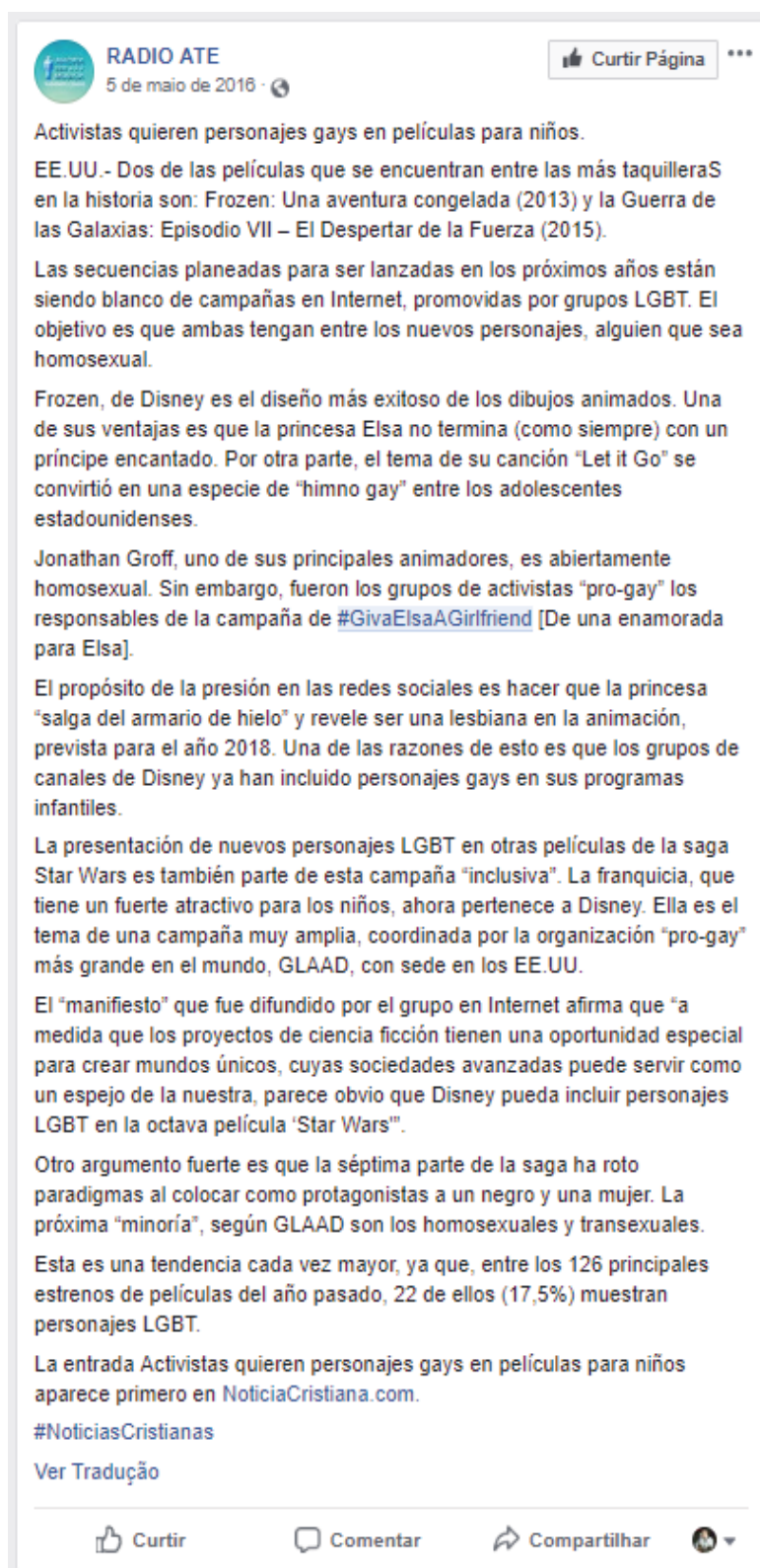
4

Curtir Comentar Compartilhar

Fonte: Facebook Igreja Shalon Tatuquara²¹ .

²¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/IgrejaShalonTatuquara/posts/1002201486543417> .
Acesso em: 15 de agosto de 2018.

Figura 24 – Publicação Radio Ate



RADIO ATE
5 de maio de 2016 · 🌐

Curtir Página

Activistas quieren personajes gays en películas para niños.

EE.UU.- Dos de las películas que se encuentran entre las más taquilleras en la historia son: Frozen: Una aventura congelada (2013) y la Guerra de las Galaxias: Episodio VII – El Despertar de la Fuerza (2015).

Las secuencias planeadas para ser lanzadas en los próximos años están siendo blanco de campañas en Internet, promovidas por grupos LGBT. El objetivo es que ambas tengan entre los nuevos personajes, alguien que sea homosexual.

Frozen, de Disney es el diseño más exitoso de los dibujos animados. Una de sus ventajas es que la princesa Elsa no termina (como siempre) con un príncipe encantado. Por otra parte, el tema de su canción "Let it Go" se convirtió en una especie de "himno gay" entre los adolescentes estadounidenses.

Jonathan Groff, uno de sus principales animadores, es abiertamente homosexual. Sin embargo, fueron los grupos de activistas "pro-gay" los responsables de la campaña de [#GivaElsaAGirlfriend](#) [De una enamorada para Elsa].

El propósito de la presión en las redes sociales es hacer que la princesa "salga del armario de hielo" y revele ser una lesbiana en la animación, prevista para el año 2018. Una de las razones de esto es que los grupos de canales de Disney ya han incluido personajes gays en sus programas infantiles.

La presentación de nuevos personajes LGBT en otras películas de la saga Star Wars es también parte de esta campaña "inclusiva". La franquicia, que tiene un fuerte atractivo para los niños, ahora pertenece a Disney. Ella es el tema de una campaña muy amplia, coordinada por la organización "pro-gay" más grande en el mundo, GLAAD, con sede en los EE.UU.

El "manifiesto" que fue difundido por el grupo en Internet afirma que "a medida que los proyectos de ciencia ficción tienen una oportunidad especial para crear mundos únicos, cuyas sociedades avanzadas puede servir como un espejo de la nuestra, parece obvio que Disney pueda incluir personajes LGBT en la octava película 'Star Wars'".

Otro argumento fuerte es que la séptima parte de la saga ha roto paradigmas al colocar como protagonistas a un negro y una mujer. La próxima "minoría", según GLAAD son los homosexuales y transexuales.

Esta es una tendencia cada vez mayor, ya que, entre los 126 principales estrenos de películas del año pasado, 22 de ellos (17,5%) muestran personajes LGBT.

La entrada Activistas quieren personajes gays en películas para niños aparece primero en [NoticiaCristiana.com](#).

#NoticiasCristianas

Ver Tradução

Curtir Comentar Compartilhar

Fonte: Facebook Radio Ate²²

²² Disponível em: <https://www.facebook.com/search/top/?q=%23givaelsaagirlfriend> . Acesso em: 17 de agosto de 2018.

Analisando a imagem, constatamos que, além do conteúdo textual, evidenciamos o trabalho de recorte feito com a fotografia de Trump e, na sequência, a colagem de um *frame* de Frozen dialogando com a música. Não se faz necessário o rosto de Frozen para identificar a personagem da animação. Além disso, este movimento de recorte e colagem pode ter três interpretações: a) Trump se considera um rei, assim como Elsa é rainha. Pois, diante de sua postura de levantar um muro, agiu como se não existissem outras autoridades ou leis – ele está acima de tudo; b) O Presidente dos Estados Unidos foi comparado com a neve/frio, elementos da narrativa de Frozen. Nesta comparação, ele seria uma pessoa fria que pouco se importa com os direitos humanos; c) Trump é tão caricato que parece viver em um mundo paralelo, em um mundo fictício ou irreal, como o reino de Arendelle. Tão personagem de ficção como Elsa.

Mas, independentemente do sentido que surge, importa dizer que este *meme* depende de uma apropriação de Frozen, de sua reinscrição na circulação como meme. Esta apropriação é também de ordem técnica, pois o autor do *meme* domina os recursos de edição, já que o *meme* implica uma série de operações para sua produção: identificar a cena, recortar a foto de Trump, colar, agregar texto e fazer circular.

Figura 25 – *Meme* do Presidente dos EUA Donald Trump



Fonte: Site ImgFlip²³

²³ Disponível em: <https://imgflip.com/meme/76126578/Donald-Trump-Frozen>. Acesso em: 16 de agosto de 2018.

Há também memes não polêmicos, sem o tom político, como os compartilhados através da *fanpage* “Frozen indelicada”, cujo conteúdo na maioria das vezes tem a finalidade de descontrair sobre situações inusitadas do cotidiano, como podemos observar na figura 26.

Figura 26 – Meme Princesa Anna.



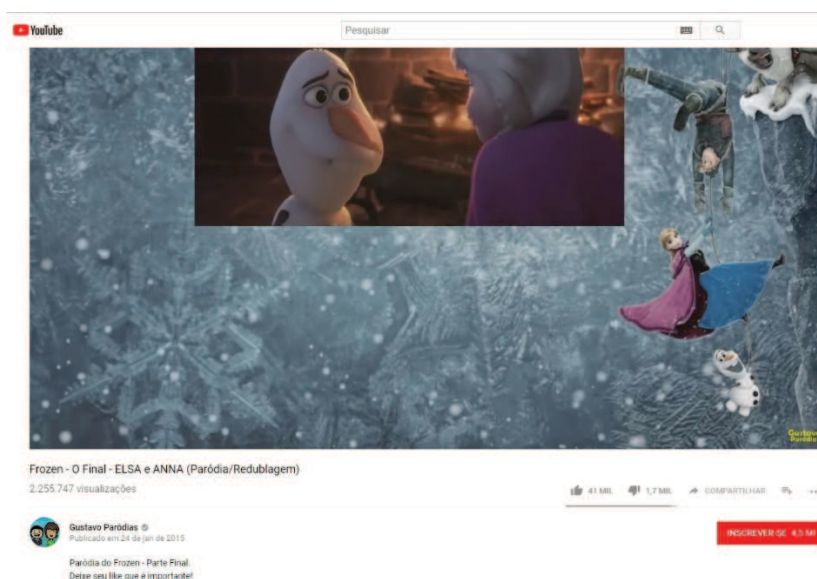
Fonte: Facebook Frozen Indelicada²⁴.

Num formato semelhante aos memes, localizamos no *Youtube* as paródias a partir de imagens da animação ou da trilha sonora *Let It Go* (Livre Estou). Podemos entender as paródias como uma recriação da obra sob um aspecto cômico para simplesmente divertir ou refletir sobre algum tema do cotidiano. Entre as mais visualizadas e curtidas no *Youtube*, na figura 27, imagem extraída de paródia coproduzida pelo canal Gustavo Paródias.

²⁴ Disponível em:

<https://www.facebook.com/FrozenIndelicada/photos/a.292804244216793.1073741829.259281397569078/1014461222051088/?type=3&theater>. Acesso em: 16 de agosto de 2018.

Figura 27 – Paródia Frozen.



Fonte: Canal do Youtube Gustavo Paródias²⁵

Na figura 28, temos a apropriação da letra da música *Let It Go* por um ator social defensor da causa LGBTI. Ele atribui à letra da canção um sentido de denúncia ao preconceito da sociedade, conforme podemos visualizar na imagem com o trecho da paródia “Já chega de preconceito e respeita as Drag Queen.”

Figura 28 – Poc Sou – Paródia de Livre Estou.



Fonte: Canal do Youtube UmBipolar. ²⁶

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mxkclHSaXW8&vl=pt>. Acesso em 16 de agosto de 2018.

²⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bCivwe3ku80>. Acesso em: 16 de agosto de 2018.

Através dos *memes* e paródias, inferimos que os atores sociais são convocados a interagir com a animação, participando da produção de conteúdo e atribuindo à história outros sentidos que não os produzidos pela *Disney*. Portanto, percebe-se que existe uma apropriação, um uso social diferenciado do que foi idealizado originalmente para a obra. Ainda que a *Disney* tenha lançado a animação voltada para o público infantil, o uso social, a forma como as pessoas se “apropriaram” do filme deram outros sentidos. Isso denota que, quando algo se inscreve na circulação, seu “criador” perde o controle, a função passa a ser socialmente construída.

Na perspectiva da circulação, os *memes* e paródias de *Frozen*, criados por atores sociais a partir da animação lançada pela *Disney*, reinscrevendo a obra na circulação, gerando novos sentidos, simbolizam o que Rosa (2016b) sugere como fagia social. Através dos *memes* e paródias, as imagens, ou em alguns casos, a música, são transformadas, ressignificadas e até mesmo descontextualizadas; recolocadas no fluxo comunicacional, criando um processo de retroalimentação contínuo e ininterrupto.

Além dos atores sociais, as instituições midiáticas se apropriam do conteúdo da animação *Frozen* para reinserir o longa na circulação, como percebemos na estratégia utilizada pelo canal TNT Brasil, canal de filmes que se utiliza não só da forma de contato/identificação do público com o longa, mas também se apropria das estratégias usadas pelos atores sociais, a partir de comerciais em formato próximo ao de um *meme*. É o que acontece nas imagens publicadas na página do Facebook TNT Brasil (figuras 29 e 30).

Figura 29 – Imagem publicada na fanpage TNT Brasil.



Fonte: Facebook TNT Brasil²⁷

Figura 30 – Imagem publicada na fanpage TNT Brasil.



Fonte: Facebook TNT Brasil²⁸

²⁷ Disponível em:

<https://www.facebook.com/tntbr/photos/a.392616404847.207938.141723179847/10157196557894848/?type=3&theater> . Acesso em: 16 de agosto de 2018.

²⁸ Disponível em:

<https://www.facebook.com/tntbr/photos/a.392616404847.207938.141723179847/10156932766744848/?type=3&theater> . Acesso em: 16 de agosto de 2018.

Outros exemplos desta apropriação das instituições midiáticas, ou seja, da fagia midiática, acontecem em dois comerciais veiculados em outros canais de televisão, como a Rede Globo. O primeiro (figura 31) foi um comercial dos postos Petrobrás, inserido na circulação no ano de 2017 e reinserido no ano de 2018. Nesta propaganda, um adulto, representando supostamente o pai, está dirigindo enquanto duas meninas estão sentadas no banco traseiro do carro. Estes, por sua vez, estão saindo de um posto da Petrobrás, quando o narrador do comercial fala a seguinte frase: “Por que um atendimento tão bom?” Seguem seu percurso e o homem começa a cantar junto com as meninas e estas dão risadas dele. Então, o narrador responde à pergunta realizada: “Para seu caminho ser assim”. Podemos perceber claramente a inserção de elementos do universo infantil, representado pelas crianças e a música de uma animação infantil. Este universo infantil para muitos adultos remete a lembranças agradáveis de uma época de diversões e brincadeiras. A indústria midiática se apropria disto, do universo das crianças e de Frozen, na intenção de vender o produto. Além disso, diversas pesquisas de hábitos de consumo indicam que são as crianças as principais influenciadoras no momento de decisão de compra, mesmo quando os produtos não lhes dizem respeito diretamente.

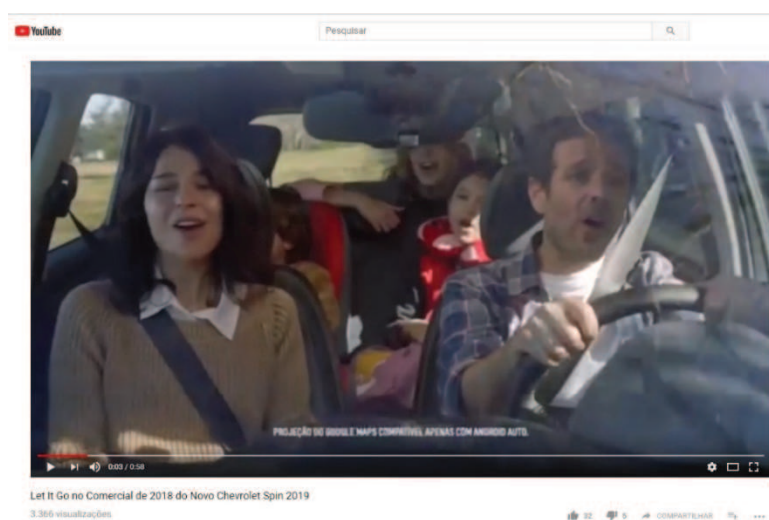
E, recentemente, o comercial da empresa Chevrolet para divulgar o carro modelo Spin 2019 (figura 32). Neste, a música *Let It Go* é usada para compor com a história do vídeo publicitário, que tem como protagonistas um casal e seus dois filhos. No carro Spin, a família passa o dia percorrendo lugares e aproveitando atividades de lazer. Ao chegar em casa, os pais, após colocarem seus filhos para dormir, demonstram uma expressão de cansaço depois de uma rotina cheia de atividades. Na sequência, deixam a suposta avó com os filhos e saem com o seu carro Spin em direção à casa dos amigos. Ao chegar na casa dos amigos, a expressão de todos é de liberdade, pois sairão de Spin para uma festa noturna. Aqui, percebemos primeiramente uma mudança social na rotina das famílias: pais que desfrutam de momentos sem os filhos, podendo igualmente desfrutar de sua liberdade e aproveitar atividades de adultos enquanto os filhos ficam sob o cuidado da avó. A indústria midiática, então, atribui à aquisição do novo modelo Spin 2019 (figura 32), adaptado para as duas situações – para família ou para a balada – com a sensação de liberdade expressa na música *Let It Go* (Livre Estou).

Figura 31 – Comercial postos Petrobrás (2017/2018).



Fonte: Canal Youtube Publicofee Comerciais²⁹

Figura 32 – Comercial Chevrolet Spin 2019



Fonte: Canal Youtube³⁰

Assim, podemos pensar que a fase dos circuitos interacionais evidencia aquilo que Ferreira (2013) chama de reestruturação de mercado. Segundo o autor, o digital ocupa um lugar no comunicacional, enquanto processo social que reestrutura o mercado das mídias. Isto porque as mídias já não detêm a possibilidade de fechar o sentido, mas, ante a circulação intra e intermediática, abrem-se para o diverso e

²⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0XAMxH0cqDA> . Acesso em: 17 de agosto de 2018.

³⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CdfOzdeFITo> . Acesso em: 17 de agosto de 2018.

necessariamente para o difuso, afetando seus modos de fazer. O conto de fadas Frozen não se encerra após a exibição da animação, já que os atores agenciam circuitos. Além disso, a indústria cultural, através de multidispositivos, utiliza-se, também, desta estratégia para a permanência da animação na circulação.

Conforme já referido em nossos aportes teóricos, a circulação intermediática é aquela realizada entre os dispositivos midiáticos; e a circulação intramediática seria a que ocorre dentro do dispositivo. Em nosso caso, vemos a circulação intermediática nas múltiplas apropriações e desdobramentos da animação, inclusive descaracterizando a noção do público esperado ou previsto para a animação como um conto de fadas. Já a circulação intramediática aparece dentro da própria animação ou no livro como dispositivo. Para melhor compreensão, organizamos da seguinte forma:

- a) Circulação Intramediática: um livro infantil que traga, no seu interior, outro dispositivo, que irá acionar outras técnicas – como um projetor de imagens ou uma imagem em pop-up, que “salta” das páginas do livro (um castelo, uma paisagem, cartas e demais objetos), ou ainda um áudio que narra a história para a criança. (HASLINGER, 2016, p. 6). Esta circulação intramediática pode ser vista em nosso observável, o livro “Frozen Aventureiros em Ação”, como ilustrada na figura 33.

Figura 33 – Capa do Livro “Frozen: Aventureiros Em Ação”.

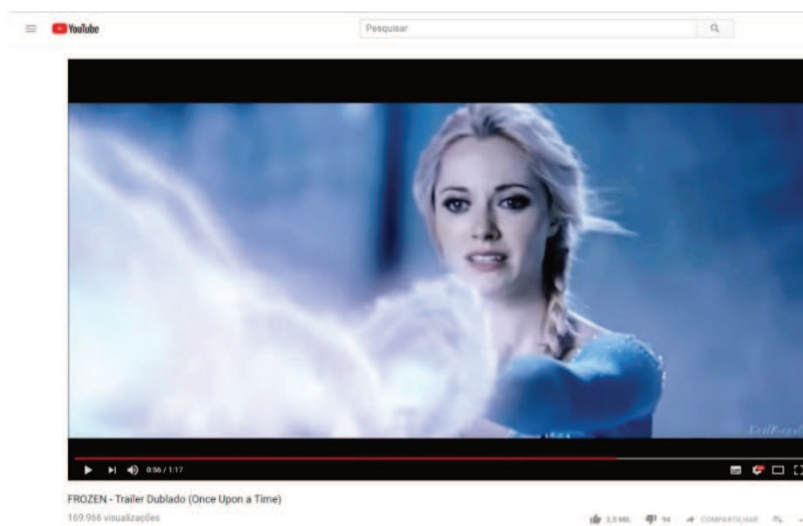


Fonte: Livro “Frozen: Aventureiros Em Ação” (Disney, 2013)

Por meio do dispositivo técnico, projetor de imagens, percebemos o esforço da indústria cultural para estabelecer com o leitor relações mais próximas às estabelecidas pelas mídias digitais. O projetor permite à criança uma experiência com o cinema através das imagens refletidas. Além disso, este tipo de obra que acompanha dispositivos técnicos no seu interior permite ao leitor mirim uma leitura mais autônoma da obra, à medida que a presença de um adulto como mediador da leitura não é mais tão indispensável como era em obras atreladas às lógicas da sociedade dos meios, como vimos no conto “A Rainha da Neve”. Cabe a ressalva, porém, de que a animação derivar em livro já é fruto de um processo de exasperação de Frozen na circulação.

- b) Circulação Intermidiática: quando uma história de um clássico infantil pode estar presente em um seriado, como é o caso do “*Once Upon a Time*”³¹ (“Era uma vez”, na tradução para o português) ou o livro se configurando em *games*, ou ainda em um parque temático, como o da *Disney* (HASLINGER, 2016, p.7), como na figura abaixo:

Figura 34 – Trailer Once Upon a Time – 4ª Temporada.



Fonte: Youtube³²

³¹ Série de TV norte-americana, lançada em 2011, que aborda o gênero conto de fadas. Na narrativa, a personagem principal, filha da Branca de Neve, chega à cidade de Storybrooke, no interior do Maine, para mudar a cidade onde os contos de fadas são reais. Fonte: <http://onceuponatimebrasil.net/serie/>

³² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dUNYs5Hy2N0>. Acesso em: 16 de agosto de 2018.

No caso da 4ª temporada de “*Once Upon a Time*”, a circulação intermediária ocorre através do deslocamento da animação Frozen para a série de televisão. O enredo principal da narrativa mantém elementos do núcleo original, como história e figurino (o que não aconteceu em temporadas anteriores). E elementos novos são incorporados para dar sequência à proposta do seriado que, em temporadas passadas, tem outras personagens de contos de fadas fazendo a passagem do mundo de magia para a cidade real de *Storybooke*³³.

Esta preservação de boa parte do enredo original de Frozen talvez aconteça por ela ter uma ampla aceitação social, o que impede sua ruptura ou adaptação. Além do mais, Frozen pode ser considerada uma espécie de totem, na medida em que não pode ser quebrado. Isto é, como um conto contemporâneo, não é possível tensionar o lugar de Frozen. A crítica é rechaçada, ainda que a personagem possa ser utilizada para criticar. Isto é, há valores sociais expressos em Frozen que a tornam uma espécie de barreira para outros olhares que tentem questionar o seu lugar de fala. Já os contos “Cinderela” e “Branca de Neve” foram adaptados para o contexto atual em temporadas passadas de *Once Upon a Time*. Exatamente porque, se seguidas à risca, tendem a representar princesas que já não mais existem ou valores que não se deseja preservar.

Também verificamos, mais uma vez, a reinserção na circulação do conto “A Rainha da Neve”, pois a personagem Rainha da Neve é introduzida na narrativa de *Once Upon a Time* como antagonista. Para concluir esta fase, podemos identificar através do exposto, que os atores sociais exercem o papel de coprodutores, ao manterem valorada a animação. Mais do que propagador de conteúdo, estes atores são também consumidores de produtos gerados pela indústria cultural. Já a indústria cultural se apropria da apropriação do ator social para produção de lucro e entretenimento. Ou seja, estamos diante dos dois tipos de fagia, identificados por Rosa (2016): a social e a midiática. A primeira, porque os atores “devoram” Frozen e a inserem em novos circuitos, estimulando a interação com a animação e com outros atores. Já a segunda se manifesta quando a instituição midiática consome os *memes* e criações dos atores sociais, trazendo para dentro de suas lógicas e enquadres, como no caso da TNT. Na próxima fase, voltaremos a olhar Frozen como uma mercadoria que estimula consumo.

³³ Idem 58.

5.3 FASE 3 - FROZEN NA LÓGICA DO CONSUMO: CONTO-PRODUTO

Na última etapa da investigação, apresentamos elementos, através da análise de nossos observáveis, que denotam o movimento circular percorrido pela animação Frozen. Quer dizer, a animação derivada de um conto é transformada em livro, retomando, portanto, o formato literário.

Por outro lado, conforme citado na p.58, entendemos que nesse processo as marcas do conto, da imaginação, perdem-se para dar lugar ao espaço do produto. Assim, analisamos vários produtos derivados da franquia Frozen, como: livros, brinquedos, etc. Nesse momento da pesquisa, identificamos que, tanto as gramáticas de produção quanto de reconhecimento, fazem com que a Frozen entre no fluxo adiante (VERÓN, 1999); (FAUSTO NETO, 2008; 2013); (BRAGA, 2012).

Isto ocorre por que a Indústria Cultural, em nosso caso a *Walt Disney Company*, apropria-se da interação dos atores sociais com a história de Frozen, produzindo novas gramáticas para transformar o conto de fadas em produto de consumo. “Frozen” se desdobrou em múltiplos produtos culturais, virando uma franquia de sucesso, contando com livros, jogos, quadrinhos, diversos tipos de *merchandising*, um musical da Frozen estreado em março de 2018 na *Broadway*³⁴, Frozen no *Walt Disney World Resort*³⁵.

Destacamos, entretanto, que pesquisas que antecedem a nossa já trataram sobre a relação da *Disney* com a relação de consumo. É o que acontece, por exemplo, em obras renomadas como “A *Disneyzação* da Sociedade” de Alan Bryman³⁶. O autor, defende a “noção de que cada vez mais setores da sociedade e da economia estão sendo infiltrados” pelo processo da *Disneyzação* nos Estados Unidos e no restante do mundo. Este processo se refere aos princípios dos parques temáticos da *Disney*. Entre os princípios, o pesquisador analisa o consumo híbrido, que seriam as “formas de consumo associadas com diferentes esferas institucionais” e o *merchandising*, “promoção e venda de bens na forma de ou exibindo imagens e/logos que são marcas registradas” (BRYMAN, 2007, p. 16 -17).

³⁴ Teatro que recebe o nome da avenida onde está localizado em Nova York (EUA). É um dos teatros mais renomados do mundo e conhecido pelas superproduções musicais que acolhe.

³⁵ Disponível em: <https://Disneyworld.Disney.go.com/pt-br/attractions/frozen/>. Acesso em: 16 de agosto de 2018.

³⁶ Antes deste autor, Jean Baudrillard já defendia a comparação entre o mundo e a *Disneylândia* no livro *Tela Total*, indicando que os modos de comercialização e o capital estariam transformando o próprio Estados Unidos em um país irreal, portanto, em um simulacro de si mesmo.

Outra pesquisa de destaque é “*Disneyzação da Cultura Infantil*,” artigo científico de Henry Giroux (1995). O pesquisador faz uma crítica aos filmes de animação produzidos pela *Disney*, pois, segundo ele, as narrativas sugerem que problemas sociais “são resolvidos simplesmente através da natureza.” Outra crítica é apontada ao marketing realizado pela empresa com o objetivo de tornar as crianças “consumidoras ativas”.

Nas pesquisas acima referenciadas, ambos os autores abordam a questão do apelo ao consumo por parte da *Disney*. Porém, nossas análises, neste capítulo, são voltadas para o ponto de vista comunicacional, mais especificamente da midiaticização e circulação, que acabam contribuindo para a transformação dos contos de fadas, em nosso caso, *Frozen*, em um conto-produto.

O movimento que percebemos é que o processo de circulação de *Frozen* tem permitido às intuições não midiáticas (marcas de produtos alimentícios, sapatos, bolsas, roupas, entre outras) e às midiáticas (cinema, literatura e jornalismo) criar uma estratégia de transformação do conto de fadas em produtos. Isto porque tanto as empresas como as instituições midiáticas percebem o grande interesse que a animação desperta, não apenas em termos de bilheteria, mas na tentativa de prolongar a história para além das bordas do filme de animação. Vemos este processo nas criações discursivas dos atores sociais.

Estas mercadorias, tanto as midiáticas como as não midiáticas, têm atraído o interesse não só do público infantil como também do público adulto. Inferimos assim que esta estratégia de transformação do conto de fadas *Frozen* em produto afeta e altera o público-alvo da animação. O que antes era dedicado ao público infantil passa a ser direcionado ao público adulto. Podemos perceber este direcionamento para os adultos através de objetos de consumo não midiáticos³⁷ exemplificados através das figuras 35 e 36 e um produto midiático representado através da adaptação da animação para livro literário - figura 37.

³⁷ Optamos por adotar a distinção de produtos não midiáticos para dar conta de bolsas, sapatos, objetos. Já os produtos midiáticos são aqueles que estão diretamente vinculados ao fazer comunicacional, como o cinema e a TV. Ainda que ambos se contatem e se hibridizem, consideramos esta distinção importante para compreensão dos afetamentos sociais.

Figura 35 – Sapato Feminino Princesa Anna



Fonte: Mercado Livre³⁸

Figura 36 – Camiseta Masculina Olaf



Fonte: Mercado Livre³⁹

³⁸ Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-778968821-sandalia-de-salto-inspirado-na-princesa-anna-frozen-Disney-JM> . Acesso em 17 de agosto de 2018.

³⁹ Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-679866266-camiseta-frozen-olaf-estampa-total-JM> . Acesso em: 17 de agosto de 2018.

Figura 37 – Capa do livro “Frozen: um Coração Congelado”.



Fonte: Livro “Frozen: um Coração Congelado” (RUDNICK, 2016).

Teríamos também o seriado “*Once Upon a time – Frozen*”, referenciado na fase anterior como produto midiático gerado a partir da animação Frozen, dedicado ao público adulto. Apenas exemplificamos alguns itens de consumo para inferir que, a partir do processo de circulação da animação, o próprio público foi modificado. Ou seja, a *Disney* produz a animação para o público infantil, os adultos colocam a animação em “fluxo adiante” a partir das redes sociais com a produção de memes, paródias e outros. E a *Disney*, diante deste interesse dos adultos, cria estratégias de transformação do conto de fadas Frozen em produtos para adultos. Identificamos neste contexto uma fagia social (ROSA, 2016), quer dizer, um consumo que deriva de outro, motivado pela indústria cultural e reiterado nos espaços dos atores sociais. Ao mesmo tempo também a fagia midiática, uma devoração das instituições midiáticas que resulta em novos produtos e mais consumos e devorações. Isto remete à ideia de gula, abordada pela autora em referência aos textos de Vilém Flusser.

Outro exemplo de conto-produto, este produzido para crianças, está em nosso observável: o livro com miniprojetor de imagens “Frozen: Aventureiros Em Ação”. A narrativa do livro é exatamente a mesma da animação descrita no segundo observável que compõe o presente caso. No entanto, a obra é acompanhada de um projetor de imagens.

Figura 38 – Capa do livro “Frozen: Aventureiros em Ação”.



Fonte: Livro “Frozen: Aventureiros em Ação” (Disney, 2013).

Para Coelho (2012, p. 17), os livros como os de contos de fadas são verdadeiras “fontes de sabedoria”, porém, ao serem comparados com o “ciberespaço dinamizado pelas multimídias e transformado pelas conquistas da eletrônica e da informática”, parecem estar anacrônicos. Para fugir deste “anacronismo”, de que nos fala Coelho (2012), percebe-se certo movimento, por parte dos produtores, em especial pela *Disney*, para tornar o livro infantil mais atrativo⁴⁰. Tudo isso para se adaptar ao interesse de uma criança localizada em um novo tempo, para o qual já existe, inclusive, a denominação: Geração Alfa (CORRÊA JÚNIOR et al, 2016). E para alcançar o seu fim editorial: o aumento do consumo (HASLINGER, 2016, p.3).

O livro impresso, então, reconfigura-se, para estabelecer com o leitor relações próximas às estabelecidas pelas mídias digitais, porém estas reconfigurações fazem com que valores presentes nos contos de fadas originais se percam, dando espaço ao conto-produto. Assim, as histórias infantis se reinventam para atrair a atenção da criança leitora, que já nasce no cenário altamente midiaticado em virtude da presença do digital.

Estas modificações de que falamos acontecem através de dispositivos técnicos incorporados ao livros de literatura infantil. Alguns exemplos: as editoras investem,

⁴⁰ De acordo com Darnton (2010, p. 40), a história do livro sofreu uma série de mudanças tecnológicas, o que configura um processo evolutivo neste dispositivo, até chegar ao que temos hoje – este formato híbrido, misto de impresso com tecnológico, que este autor denomina de “...comunicação eletrônica, a quarta grande mudança”.

cada vez mais, em livros com áudio e leitor de código QR, que direciona o leitor para o site da editora; existem livros com cenas de capítulos projetadas em um miniprojetor de imagens; livros que vêm acompanhados de brinquedos, como uma câmera de animação, microfone, jogos de quebra-cabeça; a presença da gamificação do livro, por meio dos elementos como o “faça você mesmo” e “crie o cenário da história”. Assim, os livros investem, cada vez mais, no aspecto estético-imagético, com imagens em pop-ups (que parecem “saltar” das páginas, imitando o mesmo efeito de uma página da web) (HASLINGER, 2016, p. 4). Estes acessórios transformam os livros de contos de fadas em produtos que, através do lúdico, criam estratégias para o consumo e afetam o próprio modo de ler. É o que observamos na obra “Frozen: Aventureiros Em Ação”, que acompanha um miniprojetor de imagens.

Conforme referido na p. 18, ao ler, a criança pode projetar 20 imagens com cenas da animação para ter uma experiência com o cinema. Na contracapa, encontram-se informações de como usar o projetor e, ao longo das páginas, indicações da lâmina de imagens a projetar. Isso faz com que o livro se assemelhe a um manual de instruções. Isto é, o foco deixa de ser a história para ser o brinquedo/dispositivo. Observa-se aí uma transformação de sentido e uma hibridização de lógicas midiáticas e de midiatização.

Finalizando, estes movimentos da *Disney* reafirmam nossas primeiras inferências. A animação Frozen, ao entrar no “circuito”, continua integrando o imaginário infantil, mas perde a potência de criar mundos imaginários através da imaginação e da fantasia. O conto vai se tornando cada vez menos preocupado com valores morais e sociais e mais com a configuração de uma história de apelo, esteticamente bem planeada. Ao mesmo tempo, são estes contos atuais, em especial os das princesas, que acabam por integrar o repertório iconográfico individual de diversas crianças, já que muitas delas sequer terão acesso às obras clássicas. Assim, significa dizer que o conto de fadas, pensado para gerar circuitos numa sociedade em vias de midiatização, é valorado tanto por atores sociais como pela indústria. Tal valor passa a ser convertido em valor-mercadoria e, logo, em forma de obtenção de lucro (ROSA, 2017).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nosso capítulo teórico, dissemos que pensar o conceito de midiatização não é uma tarefa fácil. De fato, no início deste trabalho não tínhamos clareza da dimensão do caso e de que marcas da midiatização encontraríamos. Além disso, as perspectivas teóricas sobre o conceito eram tão ricas que levou um certo tempo para que fizéssemos as nossas escolhas, a partir do que nossos empíricos nos diziam.

Identificamo-nos com o conceito de midiatização a partir de Gomes (2013, 137-138), em que o autor entende a sociedade em midiatização como um “caldo cultural”, em que diversos processos sociais acontecem ao mesmo tempo, potencializando renovadas formas de “ser e estar no mundo”, uma “nova ambiência.” Além desta perspectiva, reconhecemos o conceito empregado por Fausto Neto (2010), pois, segundo o autor, na presença da midiatização, a sociedade aprofunda as relações entre instituições e indivíduos, e estes indivíduos passam a utilizar meios e produzir conteúdo que antes eram restritos às instituições de comunicação ou especialistas da área. Para ele, na sociedade em vias de midiatização, surgem novos processos de circulação de mensagens, especialmente, de produção de sentidos, os quais “organizam uma nova arquitetura comunicacional, afetando as condições de vínculos entre produtores e receptores” (FAUSTO NETO, 2010, p.6).

É neste cenário da midiatização que nosso caso de estudo, Frozen, está imerso, porque o processo de midiatização afeta e transforma os contos de fadas, bem como a própria cultura literária. Destas transformações falaremos no decorrer de nossas considerações.

Nosso objetivo geral foi investigar a reconfiguração a partir do processo de circulação dos contos de fadas, tomando como referência seu percurso histórico. Além do objetivo geral, comprometemo-nos a compreender as transformações ocorridas na narrativa, representação imagética e na produção de sentido do conto selecionado. Neste aspecto, identificamos ao longo da pesquisa que a narrativa é afetada pela midiatização, não apenas em termos de linguagem (cada vez mais coloquial e aproximada do universo digital), mas também a representação imagética sofreu interferência do desenvolvimento tecnológico; tome-se como exemplo os modos de produção de uma animação, que, de uma imagem plana, passou à tridimensionalidade, trazendo personagens cada vez mais “reais” para a tela. Certamente, tal desenvolvimento tecnológico implica usos e apropriações sociais,

inclusive da técnica, o que resulta em uma produção de sentido intensificada, já não mais restrita aos poderes da instituição midiática.

Também buscamos identificar “que produto” comunicacional emerge desse processo de mediação. Quanto a isso, parece-nos que não emerge um produto comunicacional, mas uma diversidade deles. A mediação faz com que suas lógicas se misturem em nosso cotidiano, já não sendo mais possível dizer que este produto é mediado ou não. Tanto o fazer de marcas e grifes como o dos atores são atravessados por lógicas e isso implica dizer que a comunicação perpassa o fazer social, alterando os modos de ser e viver. Assim, podemos dizer que, desse processo de circulação, emergem diversos produtos que não se chocam ou conflitam, mas se complementam.

Propusemo-nos, neste trabalho, também a verificar as operações técnicas/tecnológicas realizadas para reconfigurar os contos de fada. Nossa intenção não era nos centrarmos nos aparatos, mas ver como operações são realizadas para fazer com que o conto, de início marcadamente oral, modifique-se. Percebemos em nossos indícios que há colagens, montagens, sobreposições, adaptações entre linguagens, uma série de recursos que tentam deslocar o conto para outro espaço. Este é o caso dos *memes* e dos *gifs*, que implicam desconstruções da animação e novas apropriações técnicas para levá-la adiante. O conto já não demanda mais os mesmos recursos criativos e imaginativos do livro, pois ele se viabiliza diretamente diante de nossos olhos.

Isto se coaduna com a ideia dos valores simbólicos que estão em disputa na circulação no caso Frozen. Se todo conto tinha naturalmente uma moral ou uma mensagem a ser transmitida em seu fim, com sua inscrição na circulação esta moral passa a ser diluída, de um lado, e fortalecida, de outro. Diluída quando pensamos que os contos como Frozen já não possuem mais um momento final de moral, estes valores aparecem na narrativa e ao longo de toda a história. Fortalecida, quando os próprios atores cobram posturas éticas e de tematização social na continuação da história. Isto é: ainda que se refutem alguns posicionamentos clássicos, as questões contemporâneas emergem, o que coloca os contos novamente em destaque. Ainda é de se ressaltar a questão dos símbolos presentes nestas histórias, como o bem e o mal, a princesa. Estes elementos ainda podem preservar determinados estigmas e estereótipos, como a própria questão das princesas.

Entendemos que, dentre estas transformações, estão a circulação intensificada e as gramáticas de produção e de reconhecimento mobilizadas a partir da animação. Seria, então, a animação nosso ponto zero da midiatização? Entendemos que não. Para nós, o livro é o nosso ponto de referência. Pois, a partir do momento em que os contos de fadas foram enfeixados em formato de livro, é que inicia um mercado discursivo.

A midiatização, de certa forma, faz com o que livro de contos de fadas se transforme. Esta mudança se dá quando o objeto livro migra para o digital ou quando este se torna um dispositivo, implicando interações diretas. Isto é, para pensar o conto de fadas na animação, hoje, é preciso retomar o livro como aparato e, em especial, como uma forma de contato que lidava com uma sociedade que já não tem mais as mesmas características. Isso quer dizer que o conto de fadas se expande e exaspera, na atual sociedade, em outros materiais.

Além disso, a partir de nosso problema expresso na sentença “que sentidos sobre Frozen são construídos a partir da tensão entre gramáticas de produção e reconhecimento”, verificamos que há de fato um processo de embates. As disputas entre produção e reconhecimento se dão através de suas operações. Quando a Disney anuncia o lançamento do novo filme de Frozen, acaba recebendo uma pressão social para que a questão LGBTI seja posta em pauta. Ou seja, os atores sociais reconhecem a força da animação e sua aceitação social, mas solicitam que a Disney se posicione quanto a questões polêmicas e que atravessam o tecido social. A ponto de imagens “prévias” do filme, já contendo uma suposta namorada, circularem. Isto indica que esta tensão envolve saberes, apropriações técnicas e culturais, além, certamente, de tentativas de contato. Se a Disney passa a acolher o diverso em seus discursos e potencializar Frozen como produto, os atores trabalham, literalmente, para colocar Frozen em outro lugar. Isto é, não se quer ver a animação apenas como produto da indústria, mas como um produto da cultura que pode ajudar a compreendê-la.

Chegamos ao final desta grande aventura acadêmica. Novas perguntas poderão ser respondidas em um trabalho futuro. Esta pesquisa com certeza abrirá possibilidades futuras, quem sabe pesquisa de doutorado dando a sequência ao estudo dos contos de fadas ou de Frozen, já que não esgotamos todos os nossos questionamentos e não analisamos muitos de nossos achados. Como foi o caso do fenômeno “Lerigou”, expressão que, no início, surgiu nas redes sociais por um erro de

escrita da letra da música “*Let It Go*”. Do “Lerigou” derivaram muitos *memes* e a palavra passou a ser atrelada ao frio através da frase: “Vamos devagar com o “lerigou”, Frozen”, em dias de muito frio. Acontece, neste caso, a apropriação do termo como uma gíria, um processo de aculturação, atravessado pela midiatização. Além disso, será que a Princesa Elsa terá, na sequência do próximo filme, uma namorada? É o que saberemos responder, quando estreiar nos cinemas a *Frozen 2*, que seguirá com seu “fluxo adiante” (BRAGA, 2012) e convocando mais atores sociais para que, no processo de coprodução, sigam gerando outros sentidos para a história da *Disney*, afinal, como apontamos em nosso título, estamos diante de inúmeras ressignificações na circulação midiática.

Por fim, o mestrado se encerra, mas, como educadora, acredito nos ideais de Paulo Freire: “Não há ensino sem pesquisa e pesquisa sem ensino” (FREIRE, 2016, p. 30). Sendo assim, tenho a consciência do meu compromisso, como pesquisadora, de seguir em processo continuado de formação e compartilhar com a sociedade os resultados desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ARIÉS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015. 196 p.
- ANDERSEN, Hans Christian. **The annotated Hans Christian Andersen**. New York: Norton, 2008. 449 p.
- BACHELARD, Gaston. **A epistemologia**. Lisboa: Edições 70, 2013. 266 p.
- BECKER, Howard Saul. **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1993. 178 p.
- BONIN, Jiani Adriana. *Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação*. In: MALDONADO, Alberto Efendy. *et al. Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos*. Porto Alegre: Sulina, 2011. p.19-42.
- BORGES, Simone de S.; et all. *Gamificação Aplicada à Educação: Um Mapeamento Sistemático*. Trabalho apresentado no XXIV Simpósio Brasileiro de Informática na Educação. Campinas, São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.br-ie.org/pub/index.php/sbie/article/view/2501>>. Acesso em: 12 de abril de 2017.
- BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência**: por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: UNESP, 2004. 86 p.
- BOUTAUD, Jean-Jacques y VERÓN, Eliseo. **Sémiotique ouverte**: Itinéraires sémiotiques en communication. Paris: Hermès Science, 2007.
- BRAGA, José Luiz. *Circulação & Circuitos: Situações*. In: CASTRO, Paulo César (Org.). **A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento**. Maceió: EDUFAL, 2017.
- BRYMAN, Alan. **A Disneyzação da sociedade**. Aparecida: Ideias & Letras, 2007.
- _____. *O que a comunicação transforma?* In BRAGA, José Luíz, FERREIRA, Jairo, FAUSTO NETO, Antonio, GOMES, Pedro Gilberto (orgs.). **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo, Unisinos. 2013.
- _____. *Circuitos versus campos sociais*. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Org.) **Mediação & midiatização**. 1. ed. Salvador/Brasília: EDUFBA/COMPÓS, 2012.
- _____. *Constituição do Campo da Comunicação*. **Revista Verso e Reverso**, São Leopoldo, UNISINOS, v. 25, n.58, p. 62-77, Jan./Abr., 2011.
- _____. *Dispositivos Interacionais*. In: **XX Encontro Anual da Compós**, Porto Alegre, Compós, v. 1. p.1-15, 2011.

_____. *Pesquisando perguntas - um programa de ação no desentranhamento do comunicacional*. In: FAUSTO NETTO, Antonio, FERREIRA, Jairo, BRAGA, José Luiz; GOMES, Pedro Gilberto. **Midiatização e processos sociais: aspectos metodológicos**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2010. p. 79 -93.

_____. *Comunicação, disciplina indiciária*. **Matrizes**, São Paulo, USP, v. 1, p.73-88, 2008.

_____. *Mediatização como processo interacional de referência*. In: MÉDOLA, Ana Silvia; ARAÚJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (orgs.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática** – Encontro da XV Compós. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. *Os estudos de interface como espaço de construção do Campo da Comunicação*. **Revista Contracampo**, Niterói, UFF, vol. 10/11, n. 2004/2, p. 219-235, 2004.

_____. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006. v. 1. 350p.

BREDER, Fernanda. **Feminismo & príncipes encantados: a representação feminina nos filmes de princesa da Disney**. 74 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2013.

CADEMARTORI, Ligia. **O que é literatura infantil?** São Paulo: Brasiliense, 2010.

CAGNETI, Sueli de Souza. **Leituras em contraponto: novos jeitos de ler**. São Paulo: Paulinas, 2013.

CANTON, Katia. **1001 noite à luz do dia: Sherazade conta histórias árabes**. São Paulo: DCL Difusão Cultural, 2010.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 2005.

CALVINO, Ítalo. **Por que ler os clássicos?** São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

CARRIÈRE, Jean-Claude; ECO, Umberto. **Não contem com o fim do livro**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

CARLÓN, Mario. *En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de facebook durante a transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario*. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio. **As políticas de los internautas: nuevas formas de participación**. Buenos Aires: la Crujía, 2012.

CARVALHO, Carlos Alberto de. *Midiatização: investigações brasileiras e europeias e o midiacentrismo*. Trabalho apresentado ao grupo de trabalho Epistemologia da Comunicação. In: **XXV Encontro Anual da Compós**, na Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

CARTER, Angela. **103 contos de fadas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. 504 p.

CASTRO, Paulo César (Org.). **A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento**. Maceió: EDUFAL, 2017.

CINGOLANI, Gáston. *Qué se transforma cuando hay mediatización?* In: REVIGLIO, María Cecilia; ROVETTO, Florencia Laura (orgs). **CIM - Estado actual de las investigaciones sobre mediaciones**. Rosario: UNR Editora, 2014. Disponível em: <http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim2.pdf>

COELHO, Nelly Novaes. **O conto de fadas: símbolos-mitos-arquétipos**. São Paulo: Paulinas, 2012. 159 p.

_____. **Panorama histórico da literatura infantil/juvenil**. 4ª ed. Ática: São Paulo, 1991.

COELHO, Nelly Novaes. Prefácio e comentários. In: ANDERSEN, Hans Christian. **Contos de Hans Christian Andersen**. Tradução de Silva Duarte. São Paulo: Paulinas, 2011. 777 p.

CORSO, D. L., CORSO, M. **Fadas no Divã: psicanálise nas histórias infantis**. Artmed: Porto Alegre, 2006.

CORDEIRO, Xênia Lacerda. Da invenção da imprensa ao livro infantil: um enfoque editorial. **Revista IBICT**, Brasília, v. 16, n. 1, p. 27-35, 1987. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/267/267> . Acesso em: 09 de agosto de 2018.

COULDRY, Nick. *Mediatization and the future of field Theory*. In: LUNDBY, Knut et al. **Mediatization of Communication**. Coleção Handbooks of Communication Science, nº 21 (july 14, 2014). Berlin: De Gruyter Mouton, 2014.

DARTON, Robert. **O grande massacre de gatos e outros episódios da história cultural francesa**. 2ª ed. São Paulo: Paz & Terra, 2015.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência I**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1985.

DISNEY. **Frozen: aventureiros em ação – Livro com projetor**. Direitos autorais da Disney Enterprises. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2015.

DONATH, Judith S. Identity and deception in the virtual Community. In: KOLLOCK P. SMITH, M. (orgs.). **Communities in Cyberspace**. New York: Routledge, 1999.

FAUSTO NETO, Antonio. *Fragments de uma analítica da midiatização*. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008.

_____. *A circulação além das bordas*. In: **Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos Brasil y Argentina**. Rosário: UNR, 2010. Disponível em: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf>.

_____. *Mediatização, prática social: prática de sentido.* In: **XV Encontro Nacional da Compós**, Bauru, 2006.

_____. *Pisando no solo da mediatização.* In: CÁDIMA, F. Rui; Sàágua, João (Orgs.). **Comunicação e Linguagem: Novas Convergências.** Lisboa: Varzea da Rainha, 2014.

FERREIRA, Jairo. *Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições?* In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antônio; GOMES, Pedro Gilberto. (Org.). **10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação.** São Leopoldo: Unisinos, v. I, p. 140-155, 2013.

_____. *Mediatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação.* E-**Compós.** Brasília, v. 10, p. 1-15, 2007.

_____. *O método como valor de trocas nas ciências sociais.* In: FERREIRA, Jairo; PIMENTA, Franciso José Paoliello; SIGNATES, Luiz. (Org.). **Estudos de comunicação: transversalidades epistemológicas.** São Leopoldo: Unisinos, v. 1, p. 39-56, 2010.

_____, ROSA, Ana Paula da. *Mediatização e Poder: a construção de imagens na circulação intermediária.* In: TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa (org.). **Mídia, Cidadania e Poder.** Goiânia, FACOMB/FUNAPE, p. 19-38, 2011.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio:** o minidicionário da língua portuguesa. Curitiba: Positivo, 2008.

FERREIRA, Júlia da Silveira. **Valente e Frozen:** a nova princesa da *Disney*. 76 f. Monografia de Graduação em Jornalismo. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2015.

FOSSATTI, Carolina Lanner. *Cinema de animação: uma trajetória marcada por inovações.* In: **VII Encontro Nacional de História da Mídia**, Fortaleza, 2009.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia:** saberes necessários à prática educativa. 53ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016.

FROZEN: uma aventura congelante. Direção: Chris Buck e Jennifer Lee. Animação. EUA: *Disney*, 2014, 1 DVD.

GIROUX, Henry A. *A Disneyzação da Cultura Infantil.* In: SILVA, Tomaz Tadeu da; MOREIRA, Antonio Flavio (Org.). **Territórios Contestados – O currículo e os novos mapas políticos e culturais.** Petrópolis: Editora Vozes, 1995.

GOÉS, Lúcia Pimentel. **Introdução à literatura para crianças e jovens.** São Paulo: Paulinas, 2010. 264 p.

GOMES, P. G. *Como o processo de mediatização (novo modo de ser no mundo) afeta as relações sociais?* In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO,

Antônio; GOMES, Pedro Gilberto (orgs). **10 Perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, v. 1, p. 127-139, 2013.

_____. **A Plurivocidade do conceito de midiatização**. Relatório de Pesquisa CNPq, 2016.

_____. *Midiatização: um conceito, múltiplas vozes*. In: FAUSTO NETO, Antonio; ANSELMINO, Natalia Raimondo; GINDIN, Irene Lis (org.). **CIM – Relatos de Investigaciones sobre mediatizaciones**. Rosário: UNR Editora, p. 33-54, 2015

GONGORA, Ana Paula Sversuti; MARTHA, Alice Áurea Penteadó. *Temas e imagens polêmicas nos contos de Hans Christian Andersen*. In: **Celli – Colóquio de Estudos Linguísticos e Literários**. Maringá, p. 118-128, 2009. Disponível em: http://www.ple.uem.br/3celli_anais/trabalhos/estudos_literarios/pdf_literario/011.pdf. Acesso: 22 de junho de 2018.

GRIMM, Jacob e Wilhelm. **Cinderela, a Gata Borralheira**. Narrativa: Barbara Shook Hazen. Rio de Janeiro: Distribuidora Record, 1967.

_____. **Contos maravilhosos infantis e domésticos** – Tomo 1. 3ed. São Paulo: Cosac Naify, 2015. 116 p.

HASEBRINK, Uwe; HEPP, Andreas. *Human interaction and communicativefigurations. The transformation of mediatized cultures and societies*. In: LUNDBY, Knut et al. **Mediatization of Communication**. Coleção Handbooks of Communication Science, n. 21, Berlin: De Gruyter Mouton, 2014.

HASLINGER, Evelin de Oliveira. *A interação dos leitores com os contos de fadas, na sociedade midiatizada: apontamentos teóricos*. **Anais do V Colóquio – Semiótica das Mídias**. Japaratinga, 2016. Disponível em: <http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/index.php/edicao-atual/207-a-interacao-dos-leitores-com-os-contos-de-fadas-na-sociedade-midiatizada-apontamentos-teoricos>. Acesso em: 25 de abril de 2017.

HASLINGER, Evelin de Oliveira; LUNELLI, Mariana. **Midiatização, um conceito plurívoco**. Trabalho apresentado no I Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, de 12 a 15 de dezembro de 2016. Disponível em: <http://midiaticom.org/anais/index.php/seminariointernacional/article/view/60> . Acesso em: 11 de julho de 2018.

HJARVARD, Stig. *A Midiatização do Habitus: O Caráter Social de um Novo Individualismo*. In: _____. **A Midiatização da Cultura e da Sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, p. 217-239, 2014.

_____. *Midiatização: conceituando a mudança social e cultural*. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n.1, p. 21-44, Jan/Jun, 2014. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/issue/view/ISSN%201982-2073/showToc>. Acesso em: 24 de maio de 2015.

_____. *Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural*. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, n.2, p. 53-92, Jan/Jun. 2012.

JUNG, Carl G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. 11ed., Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

JUNG, Carl G. **O homem e seus símbolos**. 3ed., Rio de Janeiro: Harper Collins Brasil, 2016.

KAEFER, Cíntia Miguel. **Ser ou não ser racista no caso aranha**: investigação sobre a propagação, incerteza e circulação midiática. Dissertação de mestrado em comunicação, UNISINOS, São Leopoldo, 2016.

KROTZ, Friedrich. *Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change*. In: Lundby K (ed) **Mediatization: Concept, Changes, Consequences**. New York: Peter Lang, 2009.

LIVINGSTONE, Sonia; LUNT, Peter. *Mediatization: an emerging paradigm for media and communication research?* In: LUNDBY, Knut et al. **Mediatization of Communication**. **Coleção Handbooks of Communication Science**, n. 21. Berlin: De Gruyter Mouton, 2014.

LUCENA JÚNIOR, Alberto. **Arte da animação**: Técnica e estética através da história. São Paulo: Senac, 2005.

LUHMANN, Niklas. **Social Systems**. Stanford: Stanford University Press, 1995.

LUNDBY, Knut et al. **Mediatization of Communication**. **Coleção Handbooks of Communication Science**, n. 21. Berlin: De Gruyter Mouton, 2014.

MACHADO, Irene de Araújo. *Diagramas semióticos em textos comunicacionais*. **E-Compós**, Brasília, v.12, n.3, Set./Dez. p. 1-18, 2009.

MALDONADO, Alberto Efendy. Pesquisa em Comunicação: trilhas históricas, contextualização, pesquisa empírica e pesquisa teórica. In: **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, p.277-303, 2011.

MANVELL, Roger; HALAS, John. **A técnica da animação cinematográfica**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979.

MARRE, Jacques. *A construção do objeto científico na investigação empírica*. **Seminário de pesquisa do Oeste do Paraná**. Cascavel, p.1- 19, 1991.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015. 357p.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MASTROBERTI, Paula. *Adaptação, versão ou recriação? Mediações da leitura literária para jovens e crianças*. In: **Revista Semioses**, v.01, n.08. Rio de Janeiro: Unisuam, 2011. Disponível em: <http://apl.unisuam.edu.br/revistas/index.php/Semioses/article/view/985>. Acesso em: 20 de maio de 2017.

MELO, João Batista. **Lanterna mágica: infância e cinema infantil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011. 207 p.

MENEGHINI, Paula Jardim. **Livre estou? As princesas Frozen e as mudanças no processo de representação da mulher na sociedade ocidental contemporânea**. Monografia em Publicidade e Propaganda. Rio de Janeiro: UFRJ, 2016.

MILLS, Charles Wright. *Do artesanato intelectual*. In: **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar Editores. 1975, 250 p.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social**. Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

NIETO, Thomas Eric. **Castelo Mágico: A História da Cinderela e o Anel de Safira**. Direitos autorais da Disney Enterprises. São Paulo: DCL, 2012.

PEIRCE, Charles S. Deducción, Inducción e Hipótesis. 1878. Disponível em: <http://www.unav.es/gep/DeducInducHipotesis.html>

PERRAULT, Charles. **Contos de Charles Perrault**. São Paulo: Paulinas, 2016. 425p.

PEREIRA, Simone de Novaes Costa. **Máscaras e mecanismos: um estudo sobre os princípios da animação cinematográfica do desenho**. Dissertação (mestrado em comunicação), UNISINOS, São Leopoldo, 2017.

PROPP, Vladimir. **Morfologia do Conto maravilhoso**. Lisboa: CopyMarket, 2001.

PROPP, Vladimir. **Morfologia do Conto**, Lisboa: Vega Editora, 2003.

RODRIGUES, Adriano. *Experiência, modernidade e campo dos media*. In: **Reflexões sobre o contemporâneo**, UFPI, 2000.

ROSA, Ana Paula da. *De reflexos a fagias: os níveis de circulação e apropriação midiática das imagens*. IN: CINGOLANI, Gaston; SZNAIDER, Beatriz. **Nuevas mediatizaciones, nuevos publicos**. Rosario: UNR Editora, 2016.

_____. *Imagens em proliferação: a circulação como espaço de valor*. In: **Anais do VI Colóquio Semiótica das Mídias**. vol. 6, n. 1. Japaratinga, AL: UFAL, 2017. <http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/index.php/edicao-atual/273-circulacao-das-multiplas-perspectivas-de-valor-a-valorizacao-do-visivel> . Acesso em: 03 de maio de 2018.

_____. *Imagens em proliferação: a circulação como espaço de valor*. In: **Anais do V Colóquio Semiótica das Mídias**. vol. 5, n. 1. Japaratinga, AL: UFAL, 2016. <http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/index.php/edicao-5/196-imagens-em-proliferao-a-circulacao-como-espaco-de-valor> . Acesso em: 03 de maio de 2018.

_____. *Imagens-totens em permanência x tentativas midiáticas de ruptura*. In: ARAUJO, Denize; CONTRERA, Malena (orgs). **Teorias do Imaginário**. Compós, Brasília, 2014. Disponível em http://www.compos.org.br/data/teorias_da_imagem_e_do_imaginario.pdf

_____. **Imagens-totens**: a fixação de símbolos nos processos de midiatização. 360 f. Tese (Doutorado em Curso de pós-Graduação Stricto Sensu - UNISINOS) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2012.

_____. *Imagens-totens em permanência x tentativas midiáticas de rupturas*. In: Denize Correa Araujo; Malena Segura Contrera. (Org.). **Teorias da imagem e do imaginário**. Brasília: COMPOS, v. 1, p. 03-368, 2014.

_____. *Ecossistemas visuais no Youtube*. In: **Revista Significação**. Vol. 41, nº41, p. 236 -257, 2014. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/83428>. Acesso em: 14 de abril de 2017.

_____. *O êxito da gula: a indestrutibilidade da imagem totem no caso Aylan Kurdi*. In: **XXV COMPÓS - Encontro nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação**. Goiânia, p. 1-27, 2016. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/exitodagula-comautoria_3288.pdf. Acesso em: 15 de maio de 2017.

_____. *Atentando em looping: uma palavra que aciona uma imagem*. In: **Revista Famecos – mídia, cultura e tecnologia**. v. 22, n. 4, p. 135- 154, 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20992/13493>. Acesso em: 29 de julho de 2018.

RUDNICK, Elizabeth. **Um coração congelado**. São Paulo: Universo dos Livros, 2016.

TATAR, Maria. **Contos de fadas**: edição definitiva, comentada e ilustrada. São Paulo: Zahar, 2013. 449 p.

_____. **The annotated Hans Christian Andersen**. New York: Norton, 2008. 449p.

SEARS, Kathleen. **Tudo o que você precisa saber sobre mitologia**: dos deuses e deusas aos monstros e mortais, seu guia sobre a mitologia antiga. São Paulo: Editora Gente, 2015. 255 p.

SHALDERS, Pedro Porto. **Do imaginário ao real**: a criação e a produção do livro infantil na visão do ilustrador. 198 f. Dissertação de mestrado em Design, PUC-RIO, Rio de Janeiro, 2012.

THOMAS, Bob. **O mago da tela**. São Paulo: Melhoramentos, 1969.

TRUZI, Marcelo. Você conhece meu método? In: Eco, Umberto; SEBEOK, Thomas. **O signo de três**. São Paulo: Perspectiva, 1989. p. 13-58.

VERÓN, Eliseo. *Teoria da Midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências*. In: **Revista Matrizes**. v. 8, n. 1, Jan/Jun, p. 13-19, 2014. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/561>

_____. **La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes**. Buenos Aires: Paidós, 2013.

_____. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

_____. **Esto no es un libro**. Barcelona: Editorial Gedisa S.A., 1999.

_____. *Esquema para el analisis de la mediatización*. Diálogos Lima, n. 48, 1997. p. 9-17. Disponível em: https://comycult.files.wordpress.com/2014/04/veron_esquema_para_el_analisis_de_la_mediatizacion.pdf. Acesso em: 20 de maio de 2017.

_____. **La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad**. Barcelona: Gedisa, 1993.

_____. *Interfaces: sobre la democracia audiovisual avanzada*. In: FERRY, Jean-Marc et al. **El nuevo espacio público**. Barcelona: Gedisa, p. 124-139, 1992.

VIZER, Eduardo. *Midiatização e (trans) subjetividade na cultura tecnológica. A dupla face da sociedade midiatizada*. In: FAUSTO NETO, Antonio et al. **Midiatização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.

WARNER, Marina. **Da fera à loira: sobre contos de fadas e seus narradores**. São Paulo: Companhia das letras, 1999. 536 p.

WILLIAMS, Richard. **Manual de animação: manual de métodos, princípios e fórmulas para animadores clássicos, de computador, de jogos, de stop motion e de internet**. São Paulo: Senac, 2016.

ZILBERMAN, Regina. **A literatura infantil na escola**. 11. ed. São Paulo: Global, 2003.

ZILBERMAN, Regina. **Fim do livro, fim dos leitores?** São Paulo: SENAC, 2001.