



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO  
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO  
CÂMPUS UNIVERSITÁRIO DE RONDONÓPOLIS  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

**RAYANY MAYARA DAL PRÁ**

**REPRESENTAÇÕES DE INFÂNCIA, BRINQUEDO, BRINCAR E CONSUMO NA  
ANIMAÇÃO *TOY STORY* (1995)**

**RONDONÓPOLIS-MT  
2017**

**RAYANY MAYARA DAL PRÁ**

**REPRESENTAÇÕES DE INFÂNCIA, BRINQUEDO, BRINCAR E CONSUMO NA  
ANIMAÇÃO *TOY STORY* (1995)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Educação, na Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Universitário de Rondonópolis, como requisito parcial para a qualificação no Curso de Pós-Graduação em Educação. Nível Mestrado.

**Orientador:** Dr. Flávio Vilas-Bôas Trovão.

RONDONÓPOLIS-MT  
2017



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO  
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO  
Rod. Rondonópolis – Guiratinga, km 06 MT-270 – Campus Universitário de Rondonópolis  
Tel: (66) 3410-4035 – E-mail: ppgedu@ufmt.br

## FOLHA DE APROVAÇÃO

**TÍTULO : "REPRESENTAÇÕES DE INFÂNCIA, BRINQUEDO, BRINCAR E CONSUMO NA ANIMAÇÃO TOY STORY (1995)"**

AUTORA: Mestranda Rayany Mayara Dal Prá

Dissertação defendida e aprovada em 24/03/2017.

Composição da Banca Examinadora:

---

Presidente da Banca/Orientador: Doutor **Flávio Vilas Bôas-Trovão**  
Instituição: UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO

Examinadora Interna: Doutora **Raquel Gonçalves Salgado**  
Instituição: UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

Examinadora Externa: Doutora **Rosalia Duarte**  
Instituição: PONTÍFICA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

Examinador Suplente: Doutora **Carmem Lúcia Sussel Mariano**  
Instituição: UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

**RONDONÓPOLIS, 28/03/2017.**

### **Dados Internacionais de Catalogação na Fonte.**

D136r Dal Prá, Rayany Mayara.  
Representações de infância, brinquedo, brincar e consumo na  
animação Toy Story (1995) / Rayany Mayara Dal Prá. -- 2017  
113 f. : il. color. ; 30 cm.

Orientador: Flávio Vilas-Bôas Trovão.  
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Mato Grosso,  
Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Programa de Pós-  
Graduação em Educação, Rondonópolis, 2017.  
Inclui bibliografia.

1. Cinema. 2. Infância. 3. Brincar. 4. Brinquedo. I. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

**Permitida a reprodução parcial ou total, desde que citada a fonte.**

*Dedico este trabalho aos meus pais, Edson e Noemia, os grandes  
Mestres da minha vida.*

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, minha força a cada nova manhã, fonte de toda sabedoria e auxílio sempre presente.

Ao meu esposo, Maicon Florêncio, pelo amor e companheirismo, por ter compreendido minhas ausências, se adaptando a minha rotina de mestrandia, já no segundo mês de casados.

À minha mãe, Noemia Dal Prá, minha amiga, minha inspiração, com quem aprendi, e ainda tenho aprendido muitas coisas, sempre me encorajando a ir além do que penso ser capaz.

Ao meu pai Edson Dal Prá, meu herói na infância, meu exemplo na vida adulta, que com o seu trabalho possibilitou que eu tivesse as oportunidades que não teve.

Aos meus irmãos Ronam Mayco e Rony Mayer, por fazerem parte da minha vida, da minha história e de tudo o que sou.

Ao Ronaldo Alves, pela amizade construída ao longo desses dois anos. Pelas conversas sobre a pesquisa e sobre a vida, pelos sorrisos espontâneos e aqueles mais discretos.

A todos os meus colegas de turma, pelas contribuições e experiências compartilhadas. Em especial, ao Bruno Alexandre, à Julianne Caju, à Priscila Aline e ao Danilo Flávio.

Ao meu orientador, Professor Doutor Flávio Vilas-Bôas Trovão, pela confiança depositada no projeto apresentado ao programa de mestrado, pelas sugestões, orientações, desorientações, e principalmente, pelo respeito com que conduziu esta pesquisa, dando-me apoio e autonomia na medida certa.

À Professora Doutora Rosalia Duarte, por ter aceitado o convite em participar da minha banca, contribuindo com seus conhecimentos sobre Cinema e Educação. Como admiradora de suas produções na área, sinto-me honrada em tê-la como examinadora desta pesquisa.

À Professora Doutora Raquel Gonçalves Salgado, com quem, ainda na graduação, aprendi a fazer pesquisa científica. O brilho em seus olhos ao tratar de questões sobre a “infância” demonstra seu envolvimento com a temática. É um privilégio também contar com suas contribuições enquanto examinadora desta pesquisa.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo apoio financeiro.

Ao Programa de Pós-graduação em Educação (PPGEdu) como um todo: professores e equipe administrativa.

À Universidade Federal do Mato Grosso, por fazer parte da minha trajetória acadêmica, desde 2009. Com esta pesquisa de mestrado, encerro, momentaneamente, uma história de oito anos nessa instituição. Espero retornar, em breve!

*“Suspeito que nossas escolas ensinem com muita precisão a ciência de comprar as passagens e arrumar as malas. Mas tenho sérias dúvidas de que elas ensinem os alunos a arte de ver enquanto viajam”.*

*(RUBEM ALVES)*



## RESUMO

DAL PRÁ, Rayany Mayara. **Representações de Infância, Brinquedo, Brincar e Consumo na animação *Toy Story* (1995)**. 2017. 112 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Mato Grosso, Rondonópolis, 2017.

A presente pesquisa analisa representações de infância, brinquedo, brincar e consumo na animação estadunidense *Toy Story* (1995), produzida pela parceria dos estúdios *Walt Disney Pictures* e *Pixar Animation Studios*, dirigida por John Lasseter, com roteiro de Michel Arndt. Esse filme se tornou um marco na história do cinema por ter sido o primeiro produzido de forma totalmente computadorizada. Na animação, os brinquedos ganham vida quando os seus donos, as crianças, não estão presentes. Nesse sentido, problematizar quais são esses brinquedos e quem brinca com eles é um eixo dessa pesquisa. Além disso, refletimos também sobre como o brincar é representado na obra. Considerando o filme como um produto da Indústria Cultural, apontamos para reflexões sobre o consumo na animação e a partir da mesma, como outro eixo de análise. O estudo indica que em *Toy Story* (1995), a infância é representada como um universo à parte do mundo adulto e os brinquedos, são, por excelência, os artefatos culturais que indicam o pertencimento das crianças à essa categoria social. Porém, não se trata de qualquer brinquedo, como também não são quaisquer crianças. Há uma distinção entre os brinquedos da “criança ideal” e aquela que precisa ser “educada”. Há também uma diferenciação entre os brinquedos destinados às meninas e os pertencentes aos meninos, indicando estereótipos de masculinidade e feminilidade. A maneira como as crianças se relacionam com esses brinquedos também indicam modos “corretos” e “incorretos” de brincar. Como teia que liga todos esses elementos da obra, há, no próprio filme, uma rede de consumo que transpõe as telas de cinema e invade as prateleiras de vários seguimentos comerciais direcionados à criança, que analisamos a partir do conceito de transmídia. Concluímos o texto, apontando para a necessidade de uma pedagogia que considere a mídia e sua cultura como elementos de aprendizagem e leitura.

Palavras-chave: Cinema. Infância. Consumo. Brincar. Brinquedo.

## ABSTRACT

DAL PRÁ, Rayany Mayara. **Childhood Representations, Toy, Play and Consume in Toy Story (1995) animation**. 2017. 112 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Mato Grosso, Rondonópolis, 2017.

This research analyzes childhood representations, toy, play and consumption in Toy Story (1995) American animation, produced by the partnership between Walt Disney Pictures Studios and Pixar Animation Studios, directed by John Lasseter and screenplay by Michel Arndt. This film has become a milestone in film history because it was the first one totally produced with computers. In the animation, toys come to life when their owners, the children, are not present. In this sense, problematizing what these toys are and who plays with them is one object of this research. In addition, we also reflect on how playing is represented. Considering the film as a product of the Cultural Industry, we make some reflections on the consumption in the animation as another object of analysis. The study indicates that in Toy Story (1995), the childhood is represented as a universe apart compared to adult world and that the toys are, for excellence, the cultural artifacts that indicate the children's belonging to this social category. However, it does not refer to any toy or any child. There is a distinction between the toys of the "ideal child" and the child that needs to be "educated". There is also a differentiation between toys for girls and those belonging to the boys, indicating stereotypes of masculinity and femininity. The way children relate to these toys also indicate "correct" and "incorrect" ways of playing. As a web that links all these elements of the work, there is in the film itself, a consumer network that transposes cinema screens and invades the shelves of various commercial segments designated to children, which were analyzed based on the concept of transmedia. We conclude by pointing out the need for a pedagogy that considers the media and its culture as elements of learning and reading.

Keywords: Movies. Childhood. Consumption. Play. Toy.

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                                                                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Luxo Jr. (1986) .....                                                                                                                                                                     | 29 |
| Figura 2. <i>Tin Toy</i> (1989) .....                                                                                                                                                               | 29 |
| Figura 3. Cenas de momentos entre Andy e seu brinquedo acompanhada da letra da música “Amigo estou aqui”, versão em português da canção original “ <i>You got a friend in me</i> ” .....            | 33 |
| Figura 4. Sequência de imagens da cena em que Woody perde seu espaço em na cama de Andy indo parar embaixo da mesma. Ele fica intimidado ao visualizar o novo brinquedo pela primeira vez .....     | 35 |
| Figura 5. Sequência de imagens das cenas em que Woody é substituído por Buzz Lightyear ao som da música “Coisas estranhas”, versão em português da canção original “ <i>Strange Things</i> ”. ..... | 36 |
| Figura 6: Cartaz do filme <i>The Great Train Robbery</i> , 1903 .....                                                                                                                               | 38 |
| Figura 7. Cartaz do filme <i>The Searchers</i> , 1956 .....                                                                                                                                         | 39 |
| Figura 8. Cartaz do filme <i>High Noon</i> , 1952 .....                                                                                                                                             | 39 |
| Figura 9. Cartaz do filme <i>Right Stuff</i> , 1983 .....                                                                                                                                           | 40 |
| Figura 10. Cartaz do filme <i>Apollo 13 - From disaster to triumph</i> , 1995 .....                                                                                                                 | 40 |
| Figura 11. Personagem Woody .....                                                                                                                                                                   | 45 |
| Figura 12. Personagem Buzz Lightyear .....                                                                                                                                                          | 45 |
| Figura 13. Crianças em <i>Toy Story</i> (1995) - Andy, Hannah, Sid e Molly .....                                                                                                                    | 46 |
| Figura 14. Da janela, os brinquedos observam a chegada dos convidados à festa de Andy, todos trazendo um presente .....                                                                             | 54 |
| Figura 15. Os brinquedos do garoto Andy .....                                                                                                                                                       | 57 |
| Figura 16: Os brinquedos da bebê Molly .....                                                                                                                                                        | 58 |
| Figura 17. Os brinquedos da garota Hannah .....                                                                                                                                                     | 59 |
| Figura 18. Hannah brincando com o boneco Buzz Lightyear .....                                                                                                                                       | 65 |
| Figura 19: Molly brincando com o Sr. Cabeça de batata .....                                                                                                                                         | 68 |
| Figura 20. Sr. Cabeça de batata se recompondo após ser jogado no chão por Molly .....                                                                                                               | 68 |
| Figura 21. Sequência de imagens das primeiras cenas do filme, onde Woody é o Herói na brincadeira de Andy .....                                                                                     | 70 |
| Figura 22. Caixas de papelão se transformam em gado .....                                                                                                                                           | 72 |
| Figura 23. Caixa de papelão é usada como foguete espacial.....                                                                                                                                      | 72 |
| Figura 24. O quarto de Andy .....                                                                                                                                                                   | 74 |
| Figura 25. O quarto de Sid .....                                                                                                                                                                    | 74 |
| Figura 26. Brinquedos de Andy versus brinquedos de Sid .....                                                                                                                                        | 75 |

|                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 27. Sid brincando com o boneco Woody .....                                                      | 75  |
| Figura 28. Sid brincando de médico cirurgião .....                                                     | 77  |
| Figura 29. Andy escreve seu nome nos bonecos Woody e Buzz Lightyear.....                               | 78  |
| Figura 30. Andy dormindo .....                                                                         | 78  |
| Figura 31. Sid dormindo .....                                                                          | 78  |
| Figura 32. Sr. Cabeça de batata comercializado pela Hasbro antes do filme Toy Story (1995)<br>.....    | 87  |
| Figura 33. Personagem Sr. Cabeça de Batata no filme Toy Story (1995).....                              | 87  |
| Figura 34. Sr. Cabeça de batata comercializado pela Hasbro a partir do filme Toy Story<br>(1995) ..... | 87  |
| Figura 35. Mola Slinky, em 1945 .....                                                                  | 88  |
| Figura 36. Mola Slinky adaptada ao corpo de um cachorro, em 1952 .....                                 | 88  |
| Figura 37. Personagem Slinky em Toy Story (1995) .....                                                 | 88  |
| Figura 38. Brinquedo Slinky comercializado após o lançamento de Toy Story (1995).....                  | 88  |
| Figura 49. Soldadinhos de plástico, 1938.....                                                          | 90  |
| Figura 40. Soldadinhos de plástico na animação Toy Story (1995).....                                   | 90  |
| Figura 41. Soldadinhos de plástico comercializados a partir do filme Toy Story (1995) .....            | 90  |
| Figura 42. Propaganda do boneco Buzz Lightyear na televisão.....                                       | 91  |
| Figura 43. Produtos relacionados ao astro Buzz Lightyear na animação Toy Story (1995) ...              | 93  |
| Figura 44. Primeiros fios da rede transmídia <i>Toy Story</i> .....                                    | 96  |
| Figura 45. Novos cabos incorporados à rede transmídia <i>Toy Story</i> .....                           | 100 |
| Figura 46. Panorama geral da rede transmídia <i>Toy Story</i> .....                                    | 103 |
| Figura 47. Coleção de produtos <i>Toy Story</i> para o público adulto .....                            | 104 |

## SUMÁRIO

|                                                                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUÇÃO .....</b>                                                                                                    | <b>15</b> |
| <b>1. TOY STORY (1995): O FILME .....</b>                                                                                  | <b>26</b> |
| 1.1 Produção: acordos, formulações e reformulações .....                                                                   | 28        |
| 1.2 Woody e Buzz Lightyear: Qual é o brinquedo preferido? .....                                                            | 32        |
| 1.3 Woody e Buzz Lightyear: o cowboy e o astronauta no cinema e na História dos Estados Unidos .....                       | 37        |
| 1.4 Andy, Sid, Molly e Hannah: as crianças e as representações de infância em <i>Toy Story</i> (1995) .....                | 46        |
| 1.4.1 Andy, a “criança feliz” .....                                                                                        | 46        |
| 1.4.2 Sid: a construção da “criança-problema” .....                                                                        | 48        |
| 1.4.3 Hannah: estereótipos de feminilidade .....                                                                           | 49        |
| 1.4.4 Molly: a criança pequena .....                                                                                       | 50        |
| <b>2 REPRESENTAÇÃO DOS BRINQUEDOS O DO BRINCAR EM TOY STORY (1995) .....</b>                                               | <b>51</b> |
| 2.1 Brinquedos e infância: feitos um para o outro? .....                                                                   | 51        |
| 2.2 Aniversário e Natal: rituais e brinquedos .....                                                                        | 53        |
| 2.3 Meninos e Meninas: brinquedos, cores e possibilidades .....                                                            | 57        |
| 2.4 Andy, Sid, Molly e Hannah: representações do brincar .....                                                             | 63        |
| 2.4.1 “Quer mais chá, dona Marocas?”: o brincar como construção de significados .....                                      | 65        |
| 2.4.2 Molly: a criança pequena que ainda não aprendeu a brincar .....                                                      | 68        |
| 2.4.3 Andy e Sid: modos de brincar e antagonismos .....                                                                    | 69        |
| <b>3 CONSUMISMO E A REDE TRANSMÍDIA EM E A PARTIR DE TOY STORY (1995) .....</b>                                            | <b>80</b> |
| 3.1 <i>Toy Story</i> (1995): O filme como produto .....                                                                    | 83        |
| 3.2 Velhos brinquedos, novos produtos .....                                                                                | 85        |
| 3.2.1 Sr. Cabeça de Batata .....                                                                                           | 86        |
| 3.2.2 Cachorro Slinky .....                                                                                                | 87        |
| 3.2.3 Soldadinhos de plástico .....                                                                                        | 89        |
| 3.3 “À venda nas melhores lojas de brinquedos da sua cidade!”: da realidade diegética para a realidade do espectador ..... | 91        |
| 3.4 <i>Toy Story</i> (1995): narrativa transmídia atrelada ao consumo .....                                                | 94        |
| 3.4.1 <i>Toy Story</i> 1995 - 1999: tecendo a rede .....                                                                   | 94        |
| 3.4.2 <i>Toy Story</i> 1999 – 2010: ampliando a rede .....                                                                 | 96        |
| 3.4.3 <i>Toy Story</i> 2010 - ? : Ao infinito e além! .....                                                                | 100       |

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS: EDUCAÇÃO PARA A LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA</b> |            |
| .....                                                                 | <b>107</b> |
| <b>REFERÊNCIAS</b> .....                                              | <b>110</b> |

## INTRODUÇÃO

*Não faz sentido dizer que o pesquisador surge na pós-graduação, quando, pela primeira vez na vida, dialoga com a realidade e escreve trabalho científico. Se a nossa proposta for correta ou pelo menos aceitável, a pesquisa começa na infância e está em toda vida social. (PEDRO DEMO, 2001, p. 44).*

Pesquisar, para mim, sempre foi motivado pela curiosidade. Para pesquisar sobre algo é preciso que, primeiro, esse algo atraia a nossa atenção. Durante a infância, muitas coisas despertaram o meu interesse. Eu queria saber mais sobre elas. Porém, sempre havia algo novo, e de novo, e mais uma vez. Fazer pesquisas sobre as coisas simples que atraíam minha atenção, fez-me perceber que há sempre uma complexidade por trás de tudo o que se pesquisa. Não é possível saber sobre tudo, há sempre muito mais a ser conhecido.

A pesquisa científica entrou em minha vida a partir da graduação em Psicologia, iniciada em 2009. Enquanto pesquisadora do programa de Voluntariado em Iniciação Científica (VIC) tive a oportunidade de participar do projeto de pesquisa “A infância contemporânea no diálogo entre gerações”. Esse projeto estava vinculado ao Grupo de Pesquisa “Infância, Juventude e Cultura Contemporânea”, do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGEdu), da Universidade Federal de Mato Grosso, campus Rondonópolis (UFMT/CUR). O enfoque central da pesquisa era investigar as concepções de infância e as experiências que a singularizam numa perspectiva intergeracional, além das representações de infância consolidadas historicamente e que atravessam tanto políticas públicas quanto práticas educativas voltadas à criança.

Ao concluir a graduação fui aprovada em um seletivo para professor substituto na mesma instituição. Durante essa experiência me apaixonei pela docência e decidi concorrer a uma vaga no Mestrado em Educação, também oferecido pela UFMT/CUR. Elaborar uma proposta de pesquisa implicou em delimitar um objeto de estudo. Afinal, eu já sabia que qualquer objeto era complexo demais para ser esgotado. O que pesquisar? Entre tantos assuntos possíveis, a infância estava no topo da lista. Não sei dizer quando surgiu meu interesse pelo tema. Poderia dizer que foi durante a participação no projeto de pesquisa, durante a graduação, mas, na verdade, o que me motivou a entrar nesse projeto foi justamente a temática infância.

Talvez, meu interesse pela infância tem raízes na minha própria infância. Talvez eu tenha me tornado adulta tão rapidamente que estudar a infância permite revisitar minhas próprias memórias.

Assim, com a feliz aprovação no mestrado, juntamente com meu orientador, pude reunir em um único projeto assuntos que envolvem a infância e que me são caros: brinquedos, brincar e consumo. Tudo isso, em um filme que tem quase a minha idade. *Toy Story* (1995) fez parte da minha infância e, enquanto pesquisadora, pude investigar um momento histórico, político e cultural que eu vivi de maneira direta ou indireta. A partir de agora, apresentarei conceitos importantes para a compreensão dos resultados desta pesquisa.

### **Questões norteadoras**

Voltando um pouco no tempo, mais precisamente, no dia 28 de dezembro de 1895, em Paris, nos deparamos com a primeira aparição pública de cinema. Na plateia, estava um homem que trabalhava com mágica, Georges Méliès. Ele ficou impressionado com o que acabara de presenciar e, empolgado, foi falar com Lumière: queria comprar um cinematógrafo. Lumière, porém, o desencorajou, afirmando que o aparelho não poderia ter futuro como espetáculo, pois, era um “instrumento científico para reproduzir o movimento e só poderia servir para as pesquisas. Mesmo que o público, no início se divertisse com ele, seria uma novidade de vida breve, logo cansaria.” (BERNARDET, 1985, p. 11). Não é preciso grandes esforços para perceber que Lumière estava enganado.

O cinema, de início em preto e branco e sem som, foi sendo aprimorado, além do colorido e do som, novidades foram sendo incorporadas, como é o caso do cinema de animação, que, de acordo com Garcia (2011), popularizou-se nas décadas de 1910 e 1920, porém, sua criação antecede a inauguração do próprio cinema, em 1895. Tomando como base o zootrópico, as sombras chinesas e a lanterna mágica, em 1877, o francês Émile Reynaud, criou um aparelho capaz de sintetizar imagens em movimento. Esse aparelho ficou conhecido como praxinoscópio: uma lata em que se colavam tirinhas com desenhos e, ao rodá-la, essas imagens eram refletidas em um único espelho, ganhando, com isso, movimento.

Entretanto, a invenção não parou por aí. Com o passar dos anos, o praxinoscópio foi aperfeiçoado, passando a usar outros espelhos e uma lanterna de projeção. A partir disso, nasce então o Teatro Óptico, onde as imagens em movimento eram apresentadas em uma tela ou parede branca.



Voltado inicialmente para o público infantil, essa vertente do cinema tem como característica a animação de desenhos, fotografias e bonecos. O processo de produção de um filme de animação “é extremamente meticuloso, os cuidados têm de ser maiores do que os de um filme comum”. (GARCIA, 2011. p. 306). Com os avanços tecnológicos, a inclusão de computação gráfica, no final do século XX, possibilitou mudanças significativas no processo de produção de um filme de animação.

Neste estudo, trago como objeto de análise a primeira animação produzida de forma totalmente computadorizada, *Toy Story* (1995), com o intuito de discutir quais são as representações de infância, brinquedo, brincar e consumo presentes na obra. Pretendendo, mais especificamente: 1) considerar a animação enquanto produto da cultura da mídia; 2) investigar o contexto de produção da animação; 3) analisar a rede trasmídia lançada a partir do filme; 4) discutir as concepções de infância que compõe a obra; 5) explorar os modos de brincar representados no filme.

O conceito de representação aqui empregado é compreendido numa perspectiva foucaultiana, referindo-se não a uma simples identificação com a realidade, pois não é uma cópia desse real, mas uma semelhança e uma diferença em um mesmo espaço:

Esse poder de lembrar implica ao menos a possibilidade de fazer aparecer como quase semelhantes (como vizinhas de fazer aparecer como quase semelhantes (como vizinhas e contemporâneas, como existindo quase da mesma forma) duas impressões, das quais uma porém está presente enquanto a outra, desde muito talvez, deixou de existir. Sem imaginação não haveria semelhança entre as coisas. (FOUCAULT, 2000, p. 86).

Nesse sentido, a representação é composta pela repetição e pela criação de algo novo que não é a semelhança do real. Em outras palavras, quando se repete, algo novo é criado. Foucault (1988) explica melhor esse conceito através da obra de René Magritte, onde há dois cachimbos pintados na tela e a frase “Isso não é um cachimbo”, negando que o cachimbo do quadro seja real e sim um desenho de um cachimbo. Nesse sentido, quando não há, na obra de arte, um compromisso em imitar fielmente a realidade, ela se torna aberta a referências de vários cachimbos (de espuma, de barro, de madeira, etc.), podendo remeter a diversas vivências. Da mesma maneira, as representações contidas na animação *Toy Story* (1995) não são uma cópia da realidade, o que torna possível várias interpretações das imagens que a compõem. A análise da animação em questão é apenas uma possibilidade, entre tantas outras.

## Objeto de análise

*Toy Story* (1995) é resultado de uma parceria entre os estúdios *Walt Disney Pictures* e *Pixar Animation Studios*. Os personagens principais são dois bonecos criados para o filme: Woody e Buzz Lightyear, duas figuras de ação, como são chamados os bonecos voltados para os meninos. Segundo Brougère (2004), esse perfil de bonecos surgiu no século XVII, com os soldadinhos de chumbo e posteriormente representavam os *cowboys* norte-americanos. Em 1964, a empresa de brinquedos Hasbro, criou os GI Joe, um boneco militar caracterizado com uniformes diferentes, criando uma nova geração de bonecos. Posteriormente à criação dos bonecos GI Joe, com a corrida espacial e o surgimento de diferentes artefatos culturais que representavam a ida do homem ao espaço, os brinquedos espaciais ficaram em destaque.

No filme, um grupo de brinquedos ganha vida quando seu dono, o garoto Andy, não está presente. A problemática ocorre no aniversário do menino, quando ele é presenteado com um novo brinquedo: o boneco astronauta Buzz Lightyear, ameaçando o posto de “brinquedo preferido” ocupado até então pelo boneco *cowboy* chamado Woody.

O sucesso de *Toy Story* (1995) rendeu várias premiações, como o *Special Achievement Award*, pelo uso da tecnologia que proporcionou a produção do primeiro filme completamente animado por computador e o Globo de Ouro de melhor filme (comédia/musical) e canção original para *You got a friend in me* (Você tem em mim um amigo).

É interessante destacar o quanto a companhia criada pelos irmãos Walter Elias Disney e Roy Disney se popularizou e se tornou uma verdadeira fábrica de filmes animados. Certa vez, quando perguntado sobre o sucesso de sua empresa, Walter Disney respondeu:

Lá no estúdio temos a certeza de uma coisa: todas as pessoas do mundo foram crianças um dia. Por isso, quando planejamos um novo filme não pensamos em adultos ou crianças, mas naquela bondade e pureza bem dentro de cada um de nós, que o mundo pode nos ter feito esquecer, e que talvez os nossos filmes possam ajudar a trazer de volta. (DISNEY, 1937 *Apud* GARCIA, 2011, p. 323).

Apesar de todo encanto e inocência que este discurso carrega, a análise aqui apresentada compreende a cultura da mídia enquanto uma cultura produzida industrialmente. Isto é, “organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos (gêneros), segundo fórmulas, códigos e normas convencionais.” (KELLNER, 2001, p. 9). Sendo assim, o filme pode ser compreendido como produto, mercadoria, com vistas à produção de lucros.

Buckingham (2007) também aponta para a relação de comercialização da mídia infantil, no entanto, para o autor, este não é um fenômeno recente. Por exemplo: no início dos anos 1930, a Disney organizou “Clubes do Mickey” para crianças “tanto com a intenção de trazer identidade e fidelidade para a marca como com o explícito objetivo de vender mercadorias relacionadas aos filmes”. (BUCKINGHAM, 2007, p. 226). Em síntese, “o saguão das salas de cinema foi transformado em extensão das lojas de departamento”. (BUCKINGHAM, 2007, p. 226).

### **O brinquedo na sociedade de consumo**

Para Brougère (2004), atualmente é indispensável considerar o que podemos chamar de o “vir a ser” brinquedo. O autor se refere aos personagens e acessórios, para “compreender a construção e as características dos filmes destinados às crianças sob a forma de produtos de massa” (BROUGÈRE, 2004, p.150). Segundo o estudioso em Educação e pesquisador em brinquedo e brincadeiras, não se deve considerar que os heróis se transformam em brinquedos como efeito secundário do sucesso deles no filme. Pelo contrário, trata-se de um efeito programado, indispensável à rentabilidade, e também à promoção do filme. Para ele, ao se analisar um filme, é preciso buscar compreender o efeito sobre o roteiro e a encenação do “vir a ser” brinquedo:

O brinquedo é um produto indispensável à rentabilidade do filme e, ao mesmo tempo, uma encenação do acontecimento que esse filme representa. Nenhuma criança deve ignorar o último filme da Disney. Os personagens precisam tornar-se familiares e isso num tempo muito rápido, muito mais rápido que os clássicos da Disney do passado que tiveram um longo prazo para se instalar. O filme do ano seguinte apagará, em parte, da memória dos jovens espectadores o filme precedente. (BROUGÈRE, 2004, p. 152).

O brinquedo faz parte do sistema que propõe um universo global de cultura infantil, que se apresenta por intermédio de diferentes suportes. No entanto, toda e qualquer experiência mais profunda, de acordo com Benjamin (2009), deseja, ao final de todas as coisas, repetição e retorno. Portanto, “a essência do brincar não é um ‘fazer como se’, mas um ‘fazer sempre de novo’”. (BENJAMIN, 2009, p. 102). Pensando nisso, numa sociedade marcada pelo consumismo, o brincar enquanto experiência caracterizada pelo “fazer de

novo”, muitas vezes, dá lugar ao “comprar de novo”, propiciando uma relação momentânea da criança com o brinquedo, visto que este logo deixa de ser novidade para dar lugar ao mais novo lançamento. Muitos desses brinquedos estão associados a filmes, séries e desenhos, trazendo consigo uma história particular. Esse fenômeno tem se tornado tão comum que, conforme argumenta Brougère (2004, p. 163), “chega a um ponto em que os brinquedos parecem órfãos na falta de uma série que lhes dê sentido”.

Vale destacar que uma das bases da sociedade de consumo é, de acordo com Bauman (2008), o excesso de promessas, porém, “cada uma das promessas deve ser enganadora, ou ao menos exagerada” (Bauman, 2008, p. 64). É justamente essa dinâmica que mantém ativa a intensa “circulação de mercadorias entre as linhas de montagem, as lojas e a lata de lixo” (p. 64). Em outras palavras, é a repetida frustração dos desejos que mantém a demanda do consumo. O autor destaca que o engano, o excesso e o desperdício não são considerados um problema numa sociedade de consumo, muito pelo contrário, é sintoma de sua boa saúde, é o que assegura a sobrevivência dessa sociedade.

A criança também participa desse universo de consumo, como destaca Bauman (2008), antes mesmo de aprender a ler e escrever, a “dependência das compras” se estabelece nas crianças, pois, numa sociedade de consumidores todos precisam/devem ser consumidores por vocação. Inclusive, para o autor, os “direitos da criança” e os “direitos do cidadão” são baseados na capacidade estimada ou genuína de consumir. Nesse sentido, o direito de consumir precede e até prefigura outros direitos.

### **Aspectos metodológicos**

A metodologia empreendida nas análises apresentadas neste trabalho tem seu embasamento nos Estudos Culturais propostos por Kellner (2001). O autor compreende a cultura da mídia como um terreno de disputa, onde grupos lutam pelo domínio e os indivíduos vivenciam essas lutas através de imagens, discursos, mitos e espetáculos difundidos pela mídia. Sendo assim, há uma parceria entre a cultura da mídia e o consumo: “A cultura da mídia e a de consumo atuam de mãos dadas no sentido de gerar pensamentos e comportamentos ajustados aos valores, às instituições, às crenças e às práticas vigentes.” (KELLNER, 2001. p. 11). Contudo, esse público nem sempre é passivo:

O público pode resistir aos significados e mensagens dominantes, criar sua própria leitura e seu próprio modo de apropriar-se da cultura da massa,

usando a sua cultura como recurso para fortalecer-se e inventar significados, identidade e forma de vida próprios. (KELLNER, 2001, p. 11).

Dessa maneira, tornam-se insustentáveis concepções que posicionam a mídia, nesse caso, os filmes de animação infantil, apenas como forma de entretenimento ou como simples veículos de uma ideologia dominante, impondo modos de ser, pensar e agir. A perspectiva que aqui se propõe compreende as produções da cultura da mídia como complexas, e, portanto, para serem analisadas, faz-se necessário compreender o momento histórico, o contexto político e social de criação da obra. Os estudos culturais nos ajudam a entender a sociedade contemporânea:

Entender o porquê da popularidade de certas produções pode elucidar o meio social em que elas nascem e circulam, podendo, portanto, levar-nos a perceber o que está acontecendo nas sociedades e nas culturas contemporâneas. (KELLNER, 2001, p. 14).

A escolha por esse suporte teórico metodológico se deu, principalmente, por se tratar de uma pesquisa que analisa uma produção *Hollywoodiana*, portanto, norte-americana. Esse é o grande foco dos estudos culturais, porém, tais estudos não se restringem apenas à cultura norte-americana, visto que a cultura estadunidense tem sido cada vez mais exportada para todo o mundo por meio do sucesso de suas produções cinematográficas. Esses estudos visam “elucidar as formas dominantes e globalizadas de cultura de consumo e mídia em outros lugares também”. (KELLNER, 2001. p. 14).

Para a leitura da linguagem cinematográfica, os autores Vanoye & Goliot-Lété (2012) permitiram compreender que analisar um filme não é apenas vê-lo, como mero espectador, é revê-lo, e mais que isso: é examiná-lo tecnicamente. Sendo assim, analisar um filme é decompô-lo em seus elementos constitutivos, é:

Despedaçar, descosturar, desunir, extrair, separar, destacar e denominar materiais que não se percebem isoladamente “a olho nu”, uma vez que o filme é tomado pela totalidade. Parte-se, portanto, do texto fílmico para “desconstruí-lo” e obter um conjunto de elementos distintos do próprio filme. (VANOYE; GALIOT-LÉTÉ, 2012, p. 14, Grifos dos autores).

Entre toda complexidade que envolve uma análise fílmica, esses autores orientaram o planejamento de alguns passos importantes para as análises. Baseando-se nisso, o filme foi tido como ponto de partida e ponto de chegada, tendo o cuidado, nesse percurso, de não confundir “descrição” com “interpretação”. Para os autores, não é possível elaborar a análise

de um filme apenas com base nas primeiras impressões. Além disso, foi realizada uma busca documental em relação à obra, situando-a num contexto, numa história. Em suma, não existe “talento” para se analisar um filme, pelo contrário, “exige tempo, perseverança, implica passar por uma série de tarefas obrigatórias e resistir em parte à sedução operada pelo filme” (VANOYE; GALIOT-LÉTÉ, 2012, p. 19).

### **Pedagogia cultural, estudos culturais, cinema e educação**

Assistir um filme é uma experiência que se constitui tanto subjetivamente, quanto coletivamente. De acordo com Valle (2014) as questões subjetivas dizem respeito à percepção e a compreensão das imagens que passam por um olhar cultural e também pelas experiências anteriores, já o viés coletivo se dá pelo fato da obra estar ligada a um objetivo de mercado. Ou seja, todo filme é endereçado a alguém.

O que é mostrado em um filme é sempre uma escolha daqueles que o produzem, ou seja, há uma intencionalidade no ato de produção. Assim, as pedagogias culturais, como um campo de estudos que inclui múltiplas formas de olhar, nos permite compreender que é possível aprender para além do contexto escolar. As produções da indústria cultural divulgam valores, identidades e estereótipos. Do mesmo modo que a educação nunca é inocente, pois “sempre pressupõe uma visão particular da cidadania, da cultura e da sociedade” (Giroux, 2003, p. 136), as produções de grandes corporações como a Disney também não são inocentes e impensadas.

A pedagogia cultural permite considerar os textos que dominam a cultural da mídia como objeto de conhecimento e de análise crítica no campo educacional, entendendo que a educação não ocorre apenas nos limites da escola. Assim, essas produções permitem refletir, por exemplo, sobre “aquilo que significa reivindicar uma identidade como sendo do sexo masculino, feminino; pessoa branca, negra; cidadã, ou não cidadã, bem como definir o significado da infância” (Giroux, 2003, p. 128).

De acordo com Giroux e McLaren (1995), existe pedagogia em qualquer espaço de produção de conhecimento, “em qualquer lugar que existe a possibilidade de traduzir a experiência e construir verdades, mesmo que essas verdades pareçam irremediavelmente redundantes, superficiais e próximas ao lugar comum. (GIROUX e McLAREN, 1995, p. 144). Portanto, o primeiro passo para pensar na relação entre o cinema e a educação é admitir que ele possui uma pedagogia própria.

Essa pedagogia do cinema, de acordo com Duarte (2009), contribui para muitas das percepções que temos a respeito da história da humanidade, não só do ponto de vista histórico, mas também nos aspectos subjetivos da vida social:

Parece ser desse modo que determinadas experiências culturais, associadas a uma certa maneira de ver filmes, acabam interagindo na produção de saberes, identidades, crenças e visões de mundo de um grande contingente de atores sociais. Esse é o maior interesse que o cinema tem para o campo educacional – sua natureza eminentemente pedagógica. (DUARTE, 2009, p. 18).

No entanto, a autora lamenta que ainda exista uma tendência no meio educacional de considerar o audiovisual apenas um complemento de atividades verdadeiramente educativas. Nesse sentido, compreender a relação entre cinema e educação é também um convite para pensar a educação além dos limites formais, reconhecendo que também somos educados por aquilo que vemos, isso “leva a admitir que a transmissão/produção de saberes e conhecimentos não é uma prerrogativa exclusiva da escola”, sem negar sua importância, “mas que acontece também em outras instâncias de socialização.” (DUARTE, 2009, p.67).

Duarte (2009) ressalta que a escola “ensina a ver” filmes quando: valoriza o consumo de filmes, incentivando discussões a respeito do que é visto, favorecendo o confronto de interpretações diferentes, trazendo a experiência do cinema para dentro da escola; oferece recursos adequados para a aquisição do domínio da linguagem áudio-visual, favorecendo a ampliação da “competência para ver”, assim como faz com a competência para ler e escrever; investe no enriquecimento, na pluralidade e na diversidade da atmosfera cultural dos espectadores, ao invés de criticar ou até mesmo censurar suas escolhas e preferências.

Para Buckingham (2007) as instituições educacionais tem um papel importante em tornar o acesso das crianças às novas tecnologias mais igualitário. Para ele, “é extraordinário que o currículo das escolas continue a negligenciar as formas de cultura e comunicação que dominaram tão inteiramente o século XX e continuarão a dominar o século XXI” (BUCKINGHAM, 2007, p. 293). O autor acredita que a mídia-educação é um terreno muito significativo para a definição das possibilidades futuras da cidadania, por isso, uma das funções da escola seria a de favorecer o acesso às mídias.

Nos estudos culturais, muitas vezes a importância de uma pedagogia crítica da mídia também é ignorada. Como exemplo disso, Kellner (2001) destaca que,

Enquanto a Escola de Frankfurt via a indústria cultural como absolutamente manipuladora e ideológica, algumas versões dos estudos culturais argumentam que a mídia simplesmente fornece recursos para o uso e o prazer do público. Evitar suas imagens e mensagens parece ser a conclusão final da crítica da Escola de Frankfurt, ao passo que alguns estudos culturais simplesmente celebram os esportes, Elvis, a tietagem e outros fenômenos da mídia. (KELLNER, 2001, p. 424).

As duas perspectivas parecem inapropriadas e vão de um extremo a outro. O autor defende que é importante o ensino de como decodificar de modo crítico as mensagens da mídia. Atualmente, dentro dos círculos educacionais tem sido discutida uma pedagogia da mídia. O autor destaca que em geral, esses “métodos” podem ser divididos em três grupos: o protecionista, que visa “vacinar” as crianças e jovens contra o vício da mídia; o movimento que defende a “pedagogia da mídia” sem crítica, investindo em ensinar a ler e analisar os textos da mídia, assim como faz com os textos escritos; e a pedagogia da arte, que ensina a identificar as qualidades estéticas das produções da mídia e a usar suas tecnologias como um instrumento de criação e auto-expressão.

A pedagogia crítica da mídia “baseia-se nessas abordagens, ensinando a ser crítico em relação às representações e aos discursos da mídia, mas também ressaltando a importância de aprender a usar a mídia como modalidade de auto-expressão e ativismo social.” (KELLNER, 2001, p. 425). Um elemento-chave, nesse sentido, é discutir como a mídia pode ser transformada em instrumento de mudança social.

## **Panorama do trabalho**

No primeiro capítulo, é feita uma apresentação geral do filme, trazendo o levantamento dos dados de seu contexto de produção. A partir disso, os personagens principais são identificados, começando pelos bonecos Woody e Buzz Lightyear. Esses personagens representam o *cowboy* e o astronauta, duas figuras importantes no ideário norte-americano, sobretudo, em relação às expansões territoriais e tecnológicas. Também é feita a apresentação das personagens crianças do filme: Andy, Molly, Sid e Hannah, bem como as representações de infância que elas encenam.

No segundo capítulo, são discutidas as representações do brinquedo e do brincar contidas no filme. A associação entre brinquedos e infância é problematizada, bem como os brinquedos destinados aos meninos e às meninas. O aniversário e o Natal são apontados como rituais culturalmente associados ao brinquedo e, conseqüentemente, ao consumo. Mais uma



vez, as crianças do filme são evocadas, no intuito de discutir as representações do brincar. Essas representações indicam modos “corretos” e “incorretos” da criança se relacionar com o brinquedo, nesse sentido, a criança que “não sabe” brincar, precisa ser ensinada. No filme, os próprios brinquedos são os “professores”.

O terceiro capítulo aborda questões sobre o consumismo e a rede de consumo no e a partir do filme. Nessas discussões, a obra é entendida como um produto da indústria cultural e também como uma narrativa transmídia, com claro objetivo de incentivar consumidores.

O quarto capítulo é reservado às considerações finais do trabalho, nele apresento diálogos possíveis entre cinema e educação, bem como a educação midiática como um caminho alcançável para a educação em um mundo globalizado.

## 1. TOY STORY (1995): O FILME

*Suponhamos que Toy Story seja um sucesso, disse ele. Não só isso, suponhamos que seja um grande sucesso. Quando isso acontecer, Michael Eisner, CEO da Disney, irá descobrir que criou seu pior pesadelo: um concorrente viável para a sua empresa (ED CATMUL<sup>1</sup>, 2014, p. 68).*

Situado em um mundo onde os brinquedos ganham vida quando seu dono não está presente, na animação *Toy Story* (1995), o aniversário do Andy se aproxima e como sua família vai mudar de casa dentro de poucos dias, a mãe do garoto decide adiantar a festa. Os brinquedos ficam preocupados e temem ser substituídos, pois sabem que por ocasião da festa de aniversário, novos brinquedos podem chegar. O boneco cowboy Woody, o brinquedo preferido de Andy, tenta acalmá-los. Ele está confiante, porque acredita que nunca será substituído. No entanto, tudo muda com a chegada de Buzz Lightyear, um boneco patrulheiro espacial. Incomodado e com ciúmes, Woody faz uma armadilha para derrubar o novo brinquedo atrás da cama. Porém, o plano dá errado e Buzz acaba caindo pela janela para fora da casa. Os outros brinquedos descobrem o que aconteceu e acusam o cowboy de ter jogado o novo brinquedo propositalmente para fora do quarto. Assim, inicia-se a aventura de Woody para resgatar Buzz, retornar à casa de Andy antes da mudança e recuperar a confiança dos outros brinquedos.

Produzido pela parceria dos estúdios *Walt Disney Pictures* e *Pixar Animation Studios*, dirigido por John Lasseter, com roteiro de Michel Arndt, a animação *Toy Story* (1995) tem duração de aproximadamente 81 minutos, classificação livre para todos os públicos e a temática “amizade” como destaque. O filme foi lançado em 22 de novembro de 1995, nos Estados Unidos e em 22 de dezembro de 1995 no Brasil, com bilheteria de 69.757 entradas<sup>2</sup>. Ainda hoje, vinte e um anos após o lançamento, a animação *Toy Story* continua fazendo sucesso. Nesse ínterim, o filme tornou-se uma franquia<sup>3</sup>. Já foram produzidos *Toy Story 2* (1999) e *Toy Story 3* (2010), sendo que o lançamento de *Toy Story 4* já está agendado para

---

<sup>1</sup> Ed Catmaull é presidente da *Pixar Animation* e *Disney Animation*. Essa declaração foi retirada de seu livro “Criatividade S.A. Superando as forças invisíveis que ficam no caminho da verdadeira inspiração”, publicado em 2014.

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-14264/> Acesso em: 02/05/2016.

<sup>3</sup> Esse termo é empregado em concordância com a definição contida no dicionário Aurélio online ([www.dicionarioaurelio.com](http://www.dicionarioaurelio.com)), onde franquia é compreendida como uma modalidade de negócio comercial, envolvendo quem detém os direitos comerciais ou industriais e quem irá explorar o produto, marca ou serviço, implicando geralmente em um sistema de negócio fixo e pagamento de direitos.

2018. O filme da estreia, em 1995, foi relançado em tecnologia 3D em 26 de fevereiro de 2010. Além da trilogia, também foram produzidos vários curta-metragens: *Buzz Lightyear* do comando estelar (2000), *Toy Story Toons – Um pequeno grande erro* (2011), *Toy Story Toons – Férias no Havaí* (2011), *Toy Story – Esquecidos pelo tempo* (2013) e *Toy Story* de terror (2013).

*Toy Story* (1995) é considerado um marco na história do cinema de animação por ter sido produzido de forma inédita: totalmente computadorizado. O longa-metragem levou mais de dois anos para ficar pronto. Os investimentos foram altos, cerca de US\$ 30 milhões. Porém, o filme conseguiu atingir a maior bilheteria no ano 1995, faturando mais de US\$ 191 milhões nos Estados Unidos e Canadá e mais de US\$ 361 milhões no mundo inteiro.<sup>4</sup> O sucesso do filme rendeu várias premiações, como o *Special Achievement Award*, pelo uso da tecnologia que proporcionou a produção do primeiro filme completamente animado por computador, e o Globo de Ouro de melhor filme (comédia/musical) e canção original para *You got a friend in me*.

A animação foi bem avaliada pela crítica especializada. Janet Masline, crítica do jornal *New York Times*, em 22 de novembro de 1995, classificou o filme como o “mais doce do ano”. Para ela, o filme apresenta um trabalho muito inteligente, com o qual tanto crianças e adultos podem se maravilhar: “as crianças vão desfrutar de uma nova visão sobre a incrível ideia de que os brinquedos vêm à vida; os adultos ficarão impressionados com o roteiro brilhante e antropomórfico”. Ela também chama atenção para o fato de que os personagens brinquedos do filme são simples, porém, a tecnologia utilizada para produzi-los foi extremamente sofisticada.<sup>5</sup>

Outra crítica, assinada por Kenneth Turan, publicada pelo jornal *Los Angeles*, também em 22 de novembro de 1995, inicia com ênfase na vida nada fácil dos brinquedos: “Culpa, inveja, colapsos nervosos e neuroses galopantes. Se você pensava que os brinquedos tinham vida fácil, *Toy Story* vai te mostrar o contrário”. Para esse renomado crítico de cinema, *Toy Story* (1995) é divertido e inteligente, tanto no plano visual como no plano verbal, pois a equipe que produziu a animação foi fiel a uma das fórmulas bem-sucedidas da Disney: o deslumbramento visual para manter as crianças ocupadas enquanto atrai adultos com piadas. Além disso, para Turan, a voz de Tom Hanks para o personagem Woody trouxe maior credibilidade ao filme.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Informações disponíveis em: [http://disney.wikia.com/wiki/Toy\\_Story](http://disney.wikia.com/wiki/Toy_Story). Acesso em: 03/05/2016.

<sup>5</sup> Disponível em: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com). Acesso em: 04/07/2016. Tradução livre pela autora.

<sup>6</sup> Disponível em: [www.articles.latimes.com](http://www.articles.latimes.com). Acesso em: 04/07/2016. Tradução livre pela autora.

No site *Rotten Tomatoes*<sup>7</sup>, 100% dos críticos emitiram apreciações positivas acerca de *Toy Story* (1995). Richard Corliss, da *Time Magazine*, caracterizou o filme como a “comédia mais inventiva do ano”. David Ansen, da *Newsweek*, disse que o filme “agrada a todos, independentemente da idade”. Roger Ebert, do *Chicago Sun-Times*, disse que o resultado de *Toy Story* (1995) é “uma montanha-russa visionária”.<sup>8</sup>

A avaliação da crítica surpreendeu os produtores do filme, não apenas por ser positiva, mas, principalmente, por enfatizar a história do filme e não a tecnologia empregada na produção. De acordo com o co-fundador da Pixar, Ed Catmull, um dos princípios repetidos, durante a produção do filme, em todas as reuniões da equipe, era o da soberania da história:

O primeiro princípio era “A história é soberana”, pelo qual queríamos dizer que não permitiríamos que nada - nem a tecnologia, nem as possibilidades de merchandising - tivesse prioridade sobre nossa história. Tínhamos orgulho do fato de os críticos falarem principalmente a respeito da maneira como *Toy Story* os fez sentir, e não a respeito da genialidade com computadores que nos possibilitou levar o filme às telas. Acreditávamos que aquele era um resultado direto da nossa determinação de sempre manter a história como nossa orientadora. (CATMULL, 2014, p. 80).

A elogiada história do filme não foi escrita em uma única vez. A produção de *Toy Story* (1995) também foi caracterizada por idas e vindas, acordos, desacordos, e é claro, muito trabalho.

### 1.1 Produção: acordos, formulações e reformulações

*“É divertido fazer o impossível”, disse Walt Disney certa vez. Era o tipo de atitude de que Jobs gostava. Ele admirava a obsessão de Disney com detalhes e projetos, e achava que existia uma afinidade natural entre a Pixar e o estúdio cinematográfico que Disney tinha*

---

<sup>7</sup> Site estadunidense, com nome derivado do costume histórico de atirar tomates nos artistas quando as apresentações não correspondiam às expectativas. Este site é o primeiro a coletar opiniões online acerca de produções como filmes, curta-metragens, séries, entre outros. Para classificar, é preciso ser um membro certificado. Para se tornar um crítico local, é preciso atingir um número específico de *likes*. Os *top Critics* geralmente são críticos especializados, que escrevem para jornais famosos. De acordo com o próprio site, as avaliações são confiáveis e se baseiam nas opiniões de centenas de críticos. A classificação tomate fresco representa 60% ou mais de críticas positivas; o tomate podre representa 59% ou menos de críticas favoráveis; as produções que recebem o selo de tomate fresco precisam manter as críticas positivas acima de 75%, além de no mínimo 5 avaliações positivas de críticos especializados.

<sup>8</sup> Informações disponíveis em [https://www.rottentomatoes.com/m/toy\\_story](https://www.rottentomatoes.com/m/toy_story). Tradução livre pela autora.

*fundado.(Biografia de Steve Jobs por WALTER ISAACSON, 2011, P. 496).*

*Toy Story* (1995) começou a ser produzido em janeiro de 1993. A princípio, a *Pixar Animation Studios* era um ramo da Indústria *Light and Magic*, responsável pela produção de efeitos especiais. A empresa ganhou destaque a partir dos efeitos especiais produzidos no filme *Sherlock Holmes* (1985): a primeira produção totalmente tridimensional com imagens digitais geradas por computador. Em 1986, a *Pixar* se tornou uma empresa independente, após ter sido comprada por Steve Jobs, o co-fundador da *Apple Computer*.<sup>9</sup>

O produto inaugural da nova empresa foi o curta-metragem animado *Luxo Jr* (1986) – figura 1, produzido por John Lasseter, com apenas 2 minutos de duração. No ano de lançamento, a animação foi indicada ao Oscar de Melhor Filme Animado, elevando consideravelmente a popularidade da empresa. Em 1989, Lasseter levou o Oscar de Melhor Filme Animado com *Tin Toy* – Figura 2, um curta-metragem com um baterista mecânico chamado Tinny manobrando na sala de jogos de um bebê.<sup>10</sup>



Figura 1: *Luxo Jr.* (1986).



Figura 2: *Tin Toy* (1989).

Foi nesse contexto de reconhecimento e sucesso que, em 1991, a *Pixar* assinou um acordo de US\$ 26 milhões com a *Walt Disney Company* para desenvolver, produzir e distribuir três filmes de animação. Até essa data, o filme de animação de maior sucesso da *Disney* era “A pequena Sereia” (1989), porém, a companhia estava disposta a arriscar em novas técnicas de animação.

A *Walt Disney Company* havia se transformado no principal cliente dos computadores da *Pixar*, obtendo uma licença para usar o Sistema de Produção de Animação Computadorizada da empresa. Certo dia, enquanto conversava com Jeff Katzenberg (na

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.history.com/this-day-in-history/production-begins-on-toy-story> Acesso em 04/05/2016. Tradução livre pela autora.

<sup>10</sup> Idem.

ocasião, chefe da divisão de filmes da Disney), Steven Jobs foi convidado para ir aos estúdios de Burbank, para ver a tecnologia de sua empresa em operação. Nessa oportunidade, Jobs perguntou se a Disney estava satisfeita com a *Pixar*, recebendo uma resposta positiva e animada de Katzenberg. Jobs quis saber mais, perguntou se Katzenberg achava que a *Pixar* estava satisfeita com a *Disney*. Outra vez a resposta foi positiva. Então, Jobs foi direto ao ponto, replicando: “Não, não estamos. Nós queremos fazer um filme com vocês. Isso nos deixaria satisfeitos”. Katzenberg aceitou.<sup>11</sup>

Esse foi apenas o início do que viria a ser a animação *Toy Story* (1995). As negociações entre Jobs e Katzenberg levaram meses. A *Disney* queria receber os direitos sobre a tecnologia da *Pixar*. Jobs foi contra essa solicitação, apresentando suas próprias exigências: ele queria que a *Pixar* fosse coproprietária do filme e seus personagens, dividindo o controle sobre o filme e as sequências. Porém, Katzenberg não aceitou, sugerindo, inclusive, desfazer a parceria. Jobs acabou cedendo.<sup>12</sup>

A *Pixar* estava à beira da falência e precisava mais de um negócio com a *Disney* do que a *Disney* precisava de um negócio com a *Pixar*. Além disso, a *Disney* tinha condições de financiar todo o empreendimento sozinha, ao contrário da *Pixar*. O resultado foi um acordo, fechado em maio de 1991, pelo qual a *Disney* seria dona do filme e dos personagens de forma absoluta, pagaria à *Pixar* cerca de 12,5% da renda de bilheteria, teria o controle criativo, poderia suspender o filme a qualquer momento pagando apenas uma pequena multa, teria a opção (não a obrigação) de fazer os dois filmes seguintes da *Pixar* e teria o direito de fazer (com ou sem a *Pixar*) sequências usando os personagens. (ISAACSON, 2011, p. 500).

A partir dessa difícil negociação, John Lasseter, chefe de criação da *Pixar*, propôs a ideia do filme *Toy Story*. Lasseter e Jobs compartilhavam a crença de que os produtos têm uma essência e um propósito. Nesse sentido, o propósito de um brinquedo é ser usado pelas crianças. Se o brinquedo tivesse sentimentos, ficaria feliz em ser usado para brincar e triste ao ser abandonado. Sendo assim, o temor existencial de um brinquedo é ser descartado ou superado por novos brinquedos.<sup>13</sup> Esse seria o drama central do enredo do filme. De acordo com a descrição original do roteiro:

Todo mundo passou pela experiência traumática de perder um brinquedo quando criança. Nossa história adota o ponto de vista do brinquedo que perde e tenta recuperar o que há de mais importante para ele: ser usado para

<sup>11</sup> Informações contidas na biografia de Steve Jobs, escrita por Walter Isaacson.

<sup>12</sup> Idem.

<sup>13</sup> Idem.

as crianças brincarem. Essa é a razão de existirem brinquedos. É o alicerce emocional de sua existência. (ISAACSON, 2011, p. 501).

Inicialmente, Tinny, o protagonista do curta-metragem *Tin Toy* (1989) – já apresentado na Figura 2-, seria o personagem principal do filme. Nesse enredo, Tinny ficaria perdido durante uma viagem da família e se juntaria a um boneco ventrículo em sua jornada de volta para casa.<sup>14</sup> No entanto, impressionar a *Disney* não foi fácil. A cada duas semanas, Lasseter apresentava à *Disney* seu último conjunto de *storyboards*<sup>15</sup>. Era comum Katzenberg rasgar quase tudo enquanto berrava comentários e observações<sup>16</sup>. Para ele, os dois personagens principais deveriam ter mais agudeza, não deveriam ser destinados somente às crianças:

“De início, não havia drama, história real ou conflito”, lembra Katzenberg. “Não havia movimento real na história.” Ele sugeriu que Lasseter assistisse a alguns filmes clássicos de amigos, como *Os acorrentados* e *48 horas*, nos quais dois personagens com diferentes atitudes são obrigados a ficar juntos e têm de criar um vínculo. Além disso, insistia no que chamava “agudeza”, querendo dizer que o personagem Woody deveria ser mais ciumento, mais malvado e mais hostil com Buzz, o novo intruso na caixa de brinquedos. “É um mundo em que brinquedo come brinquedo”, diz Woody em certo momento, depois de empurrar Buzz pela janela. (ISAACSON, 2011, p. 502).

Depois de várias sessões, para tentar contemplar os comentários de Katzenberg e outros executivos da *Disney*, o personagem Woody se tornou nada encantador. Em uma cena, ele joga os outros brinquedos para fora da cama e ordena que Slinky (um cachorro com corpo de molas) o ajude. No entanto, Slinky recusa. Aos berros Woody diz “Quem disse que seu trabalho é pensar, seu mola maluca?” Slinky responde: “Por que o cowboy é tão assustador?”. Bem, a equipe da *Pixar* também fez essa pergunta a si mesma.<sup>17</sup>

Três meses depois, a *Pixar* apresentou um novo roteiro. O personagem Woody passou por uma mudança radical, se tornando um sábio líder dos brinquedos de Andy. Até mesmo seu ciúme em relação ao personagem Buzz Lightyear foi exposto de forma mais simpática, ao som da música *Strange things*, de Randy Newman. A cena na qual Buzz é empurrado pela janela também foi reescrita, tornando a queda um acidente e não algo premeditado por Woody<sup>18</sup>.

<sup>14</sup> Informações disponíveis em: <http://www.animamundi.com.br>. Acesso em 04/05/2016.

<sup>15</sup> Uma sequência de ilustrações ou imagens que permitem uma pré-visualização do filme.

<sup>16</sup> Informações contidas na biografia de Steve Jobs, escrita por Walter Isaacson.

<sup>17</sup> Idem.

<sup>18</sup> Idem.

Em entrevista concedida à BBC, em 28 de outubro de 2014, ao ser indagado sobre o sucesso duradouro de *Toy Story* (1995), John Lasseter explicou que, quando produziram o filme, pensaram naquilo que eles mesmos gostariam de assistir. Além disso, a equipe tinha consciência de que apenas a tecnologia não seria capaz de atrair o público, era preciso uma boa história. Por isso, escolheram a temática “amizade”, já que esta permite que os personagens cresçam ao longo do filme, e, de acordo com o produtor, isso toca o coração do público. Lasseter também mencionou que a produção de *Toy Story* (1995) foi um tanto desafiadora, principalmente por ter que lidar com discursos que colocavam em dúvida se o público conseguiria ficar por quase uma hora e meia frente a uma animação computadorizada. Apesar disso, produtor e equipe permaneceram confiantes, pois sabiam que estavam contando uma boa história.<sup>19</sup>

A escolha por personagens brinquedos no filme foi influenciada pela tecnologia empregada na produção: a computação gráfica. De acordo com o diretor, quando iniciaram a produção de *Toy Story*, em 1991, logo perceberam que tudo parecia ter sido feito de plástico, isso tornou os brinquedos-personagens mais reais. Além disso, o fato de Lasseter ser apaixonado por brinquedos e dono de uma grande coleção também influenciou na escolha.<sup>20</sup>

Como os brinquedos são as estrelas do filme, os protagonistas Woody e Buzz Lightyear serão apresentados, a seguir, de maneira mais detalhada.

## 1.2 Woody e Buzz Lightyear: Qual é o brinquedo preferido?

O xerife<sup>21</sup> Woody é um dos protagonistas de *Toy Story* (1995). No filme, Woody é um brinquedo leal, o brinquedo preferido de Andy desde o jardim de infância, tendo um lugar privilegiado na cama do garoto. Ele é determinado, apaixonado, e disposto a fazer qualquer coisa em prol de seus amigos. Considera os brinquedos sua família e se empenha para que todos permaneçam unidos. Porém, ele não é um personagem perfeito, também tem momentos de dúvida, raiva, frustração, incerteza e tristeza – bem semelhante a um ser humano.

Esse brinquedo é o herói nas brincadeiras do garoto. Já no início do filme, há uma sequência de imagens que apresentam momentos entre o garoto Andy e seu boneco cowboy

<sup>19</sup> Disponível em: [http://www.bbc.co.uk/films/2001/12/19/john\\_lasseter\\_toy\\_story\\_1\\_interview.shtml](http://www.bbc.co.uk/films/2001/12/19/john_lasseter_toy_story_1_interview.shtml). Acesso em 04/05/2016. Tradução livre pela autora.

<sup>20</sup> Idem.

<sup>21</sup> Xerife, aportuguesamento do termo inglês *sheriff*, é um oficial legal responsável por um condado, equivalente à divisão geográfica brasileira do município. Na prática, a combinação específica de obrigações legais, políticas e cerimoniais de um xerife varia muito de país para país. (Cf. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Xerife> acesso em 20 de novembro de 2016).



Woody (Figura 04) ao som da música *You got a friend in me* (Amigo estou aqui – versão em português), ganhadora do Globo de Ouro de canção original. Essa combinação de imagens e música estabelece, para o espectador, a relação de amizade e cumplicidade entre o menino e o seu brinquedo.

|                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p><b>Amigo estou aqui</b></p> <p>Amigo estou aqui<br/>Amigo estou aqui<br/>Se a fase é ruim<br/>E são tantos problemas que não tem fim<br/>Não se esqueça que ouviu de mim<br/>Amigo estou aqui<br/>Amigo estou aqui</p> <p>Amigo estou aqui<br/>Amigo estou aqui<br/>Os seus problemas são meus também<br/>E isso eu faço por você e mais ninguém<br/>O que eu quero é ver o seu bem<br/>Amigo estou aqui<br/>Amigo estou aqui</p> <p>Os outros podem ser até bem melhores<br/>do que eu<br/>Bons brinquedos são<br/>Porém, amigo seu é coisa séria<br/>Pois é opção do coração, viu?!</p> <p>O tempo vai passar<br/>Os anos vão confirmar<br/>Às três palavras que eu proferi<br/>Amigo estou aqui<br/>Amigo estou aqui<br/>Amigo estou aqui</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Figura 3: Cenas de momentos entre Andy e seu brinquedo acompanhada da letra da música “Amigo estou aqui”, versão em português da canção original “*You got a friend in me*”.

A música é um importante recurso na produção de um filme. Ela é capaz de comunicar a narrativa da mesma forma que os diálogos. Porém, pode servir de palco para imagens e conversas. Essa sutileza pode colocar o espectador em uma posição que o diálogo por si só não consegue. A música consegue representar e emocionar. Ela pode propor ao espectador um nível diferente e trabalhar com as emoções em lugar da consciência. É difícil controlar a emoção quando uma trilha sonora é bem executada. (EDGAR-HUNT; MARLAND; RAWLE, 2013). Esse caráter manipulador da trilha sonora já havia sido denunciada pelo movimento

Dogma 95.<sup>22</sup> Em 1995, a comunidade de realizadores elaborou um documento contendo regras para que um filme recebesse o selo de pertencimento ao movimento. Uma dessas regras apontava que o som nunca deveria ser produzido para além das imagens, ou seja, ser incorporado ao filme no processo de montagem. A única música permitida era a que ocorresse durante a filmagem da cena.<sup>23</sup>

Em *Toy Story* (1995), a música consegue, em um curto espaço de tempo, situar o espectador em relação à temática do filme: A história de um brinquedo. Mas não é um brinquedo qualquer, existe uma relação afetiva entre ele e seu dono. Não é apenas o garoto que deseja estar com o brinquedo. O brinquedo também deseja brincar com seu dono. A letra da música parte do ponto de vista do brinquedo, prometendo fidelidade ao dono: “*Amigo estou aqui*”; “*os seus problemas são meus também*”; “*o que eu quero é ver o seu bem*”. Também é um pedido. O brinquedo quer ter um lugar especial no coração do garoto: “*Os outros podem ser até bem melhores do que eu. Bons brinquedos são. Porém, amigo seu é coisa séria, pois é opção do coração*”. Em outras palavras, independentemente do tempo ou das circunstâncias, Woody quer continuar sendo o brinquedo preferido de Andy.

Como vimos, a música tem o poder de fazer um apelo emocional, o que nem sempre ocorre, mas em *Toy Story* (1995) isso acontece com louvor. O espectador é levado a transpor as barreiras da razão e acreditar que os brinquedos têm vida, mais que isso: têm sentimentos. Isso se torna ainda mais convincente nas cenas posteriores à canção, no momento em que os brinquedos começam a falar e se locomover espontaneamente: agora eles também são personagens nessa história.

Mais uma vez, o cowboy Woody se destaca. Ele está em um lugar privilegiado, na cama de Andy. Esse personagem vai ganhando o posto de líder do grupo de brinquedos. Ele é respeitado, admirado e amado. Sem perder tempo, ele convoca todos para uma reunião. Depois dos informes, Woody aborda o principal assunto da pauta: o aniversário de Andy. Para a surpresa de todos, inclusive do próprio Woody, a festa seria naquele mesmo dia. Desesperados, os brinquedos secundários, aqueles que não detêm um lugar privilegiado, tampouco de momentos marcantes com Andy, temem ser substituídos, esquecidos ou jogados no lixo. O cowboy Woody tenta acalmar os outros brinquedos, transmitindo confiança, fazendo-os acreditar que está tudo sob controle.

---

<sup>22</sup> Movimento que nasceu da insatisfação de alguns cineastas à industrialização do cinema, característica marcante nos filmes *Hollywoodyanos*. O diretor dinamarquês Lars Von Trier foi um dos líderes do movimento.

<sup>23</sup> Disponível em: <http://www.museudocinema.com.br/2008/12/dogma-95.html>. Acesso em: 02/02/2017.

Enquanto isso, os convidados da festa começam a chegar. E, também, os presentes e prováveis novos brinquedos. Uma escuta é formada para que os brinquedos acompanhem o momento em que os presentes são desembulhados. Todos os presentes são abertos e, aparentemente, não há nada que possa colocar em risco o futuro dos brinquedos de Andy. Uma sensação de alívio toma conta de todos, mas, eis que surge outro embrulho, grande e decorado com gravuras espaciais. Andy fica eufórico enquanto rasga o pacote: ele acaba de ganhar um brinquedo “incrível e moderno”, um boneco astronauta com vários aparatos (asas, *laser* e vários botões – além de falar uma série de frases). Pela primeira vez, Woody sente que pode ser substituído.

A caixa do novo brinquedo parece uma nave espacial e é colocada em cima da cama de Andy, exatamente onde o boneco *cowboy* costumava ficar. Woody é empurrado para dar lugar ao novo brinquedo e vai parar embaixo da cama. Habitado a ser o líder dos brinquedos, já no primeiro contato com Buzz Lightyear, o personagem Woody percebe que o novo brinquedo não está disposto a obedecer ordens, pois tem sua própria missão.



Figura 4: Sequência de imagens da cena em que Woody perde seu espaço na cama de Andy indo parar embaixo da mesma. Ele fica intimidado ao visualizar o novo brinquedo pela primeira vez.

Nessa sequência de imagens, é possível notar uma mudança drástica na vida de Woody. Com a chegada de Buzz Lightyear, ele deixa de ocupar o melhor lugar no quarto (a cama), deixa de ser o líder dos brinquedos e também deixa de ser o brinquedo preferido de Andy. O personagem Buzz é apresentado ao espectador de baixo para cima (zoom em contraplongé), indicando a superioridade desse personagem em relação ao *cowboy* Woody. Mais uma vez, a música contribuiu para colocar o espectador a par desse novo contexto. Com a combinação imagens-música (Fig. 7), é possível compreender, a partir do ponto de vista do

brinquedo Woody, as mudanças ocorridas desde a chegada do boneco espacial Buzz Lightyear.

|                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p style="text-align: center;"><b>Coisas estranhas</b></p> <p>Eu era o maioral, para mim, esticavam o tapete.<br/>Com o meu velho chapéu eu mantinha a ordem<br/>enfim.</p> <p>Mas aí lá do céu esse cara despencou num<br/>foguetete,<br/>Dizendo umas coisas estranhas demais para<br/>mim.</p> <p>Refrão: Estranhas demais para mim.<br/>Estranhas...<br/>Estranhas demais para mim.<br/>Acho que é o meu fim.</p> <p>Vejam só: amigos meus sumiram num piscar.<br/>E eu tento o que é melhor pra me aprumar.<br/>Eu era líder, tinha poder.<br/>Mas isso acabou.<br/>E então o céu sobre mim desmoronou.<br/>(Refrão)</p> <p>Alguém que pra você é irmão te vira as costas.<br/>Você vai notar no fim, só vai restar solidão.<br/>As coisas parecem ir bem, mas você perde as<br/>apostas,<br/>Pois termina sozinho num canto largado no<br/>chão.<br/>(Refrão)</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Figura 5: Sequência de imagens das cenas em que Woody é substituído por Buzz Lightyear ao som da música “Coisas estranhas”, versão em português da canção original “*Strange Things*”.

Essa combinação das recordações de Woody com seu dono, acompanhadas de uma música cuja letra é um desabafo de alguém que se sentiu traído, remete às características do melodrama, em que, de acordo com Xavier (2003), num primeiro momento, as coisas parecem fluir de maneira leve e harmônica. O sucesso é resultado do mérito pessoal, não poderia ser diferente. No entanto, quando as coisas começam a piorar, o sujeito se torna uma vítima, isento de culpa. Tudo conspira contra ele. A combinação das imagens e da música dramática conduzem o espectador a comover-se com a situação do personagem e desejar que a paz volte a reinar.

Diante dessas circunstâncias desfavoráveis, Woody é levado a planejar algo não muito nobre. Para que o espectador não passe a visualizar Woody como o vilão da história, os produtores do filme tiveram um cuidado especial com a cena em que Buzz cai pela janela: Woody e Buzz estão sobre a mesa de Andy. O garoto Andy está subindo as escadas. Ele vai ao shopping e, por ordem da mãe, pode levar apenas um brinquedo. Ele escolhe Buzz. Com ciúmes e sem qualquer planejamento anterior, apenas por conta de tal situação, Woody decide criar uma armadilha para que o boneco caia em um vão escuro, no canto do quarto. Tudo o que Woody deseja é que, na ausência de Buzz, ele seja o escolhido para ir ao passeio com o garoto. No entanto, o plano dá errado e Buzz é lançado pela janela. Os outros brinquedos descobrem o que aconteceu e desprezam a atitude do *cowboy*. Todos duvidam que foi acidente e desejam que Woody seja punido. Ao contrário disso, o espectador se torna cúmplice do personagem, uma testemunha ocular de que tudo não passou de um mal-entendido.

Como o garoto Andy não encontra seu novo brinquedo, Woody é escolhido para acompanhá-lo no passeio. Durante o percurso, numa parada em um posto de combustível, todos descem do carro, exceto Woody. De repente, Buzz Lightyear surpreende o *cowboy*. Ele entrou escondido no carro e deseja tirar satisfações com Woody. Durante a discussão, ambos saem do carro e não percebem quando o automóvel continua a viagem. Assim, inicia-se a aventura dos personagens que precisam unir forças para alcançarem objetivos distintos: Woody quer voltar para a casa de Andy e Buzz quer consertar sua nave espacial e ir embora. O interessante é que, apesar de ter se tornado o brinquedo preferido, esse não é, nem de longe, o propósito de Buzz. Até porque ele não se considera um brinquedo e sim, acredita ser um patrulheiro espacial. Está convicto de que é um verdadeiro homem do espaço e sua missão é derrotar o imperador do mal, Zurg. Em contrapartida, Woody está consciente de que é um brinquedo e isso não lhe causa pavor, o que realmente o assusta é ser o brinquedo esquecido de um garoto. Por mais diferentes que esses dois personagens pareçam ser, uma análise mais minuciosa permite compreender que os dois podem ter muito em comum.

### **1.3 Woody e Buzz Lightyear: o cowboy e o astronauta no cinema e na História dos Estados Unidos**

Para uma compreensão mais abrangente acerca dos personagens Woody e Buzz Lightyear, faz-se necessário estender o olhar para além do filme, buscando compreender como as imagens do *cowboy* e do astronauta foram construídas ao longo do tempo. Para tanto,

nas linhas que se seguem, abordaremos esses dois personagens no cinema norte-americano em geral. Adiante, faremos breves menções a alguns eventos importantes na História dos Estados Unidos, retornando ao filme, com um novo olhar sobre esses personagens.

O cowboy é o protagonista em filmes do gênero *western* (no Brasil mais conhecido como faroeste, acrônimo da expressão *Far West*, ou Oeste distante). De acordo com Araújo (1995), esses filmes abordam um momento importante da história dos Estados Unidos. Além disso, nas primeiras produções do gênero, a ideia de movimento já estava implícita através dos trens em movimento e das cavalgadas. Para o autor, o filme que inaugurou esse gênero foi *The Great Train Robbery* (*O grande roubo do trem*, 1903), de Edwin S. Porter, no qual um grupo de *cowboys* envia uma falsa mensagem, fazendo com que um trem pare, no intuito de assaltar seus passageiros.

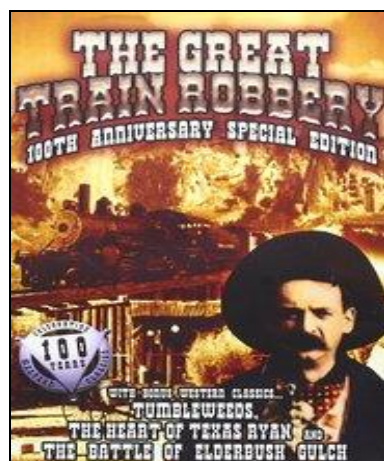


Figura 6: Cartaz do filme *The Great Train Robbery*, 1903.

Esse gênero *western* teve grande representatividade na cultura cinematográfica norte-americana, sobretudo até o final da década de 1960. Entre as mais aclamadas produções do gênero, podemos citar *The Searchers* (*Rastros de ódio*, 1956), dirigido por John Ford, e, de acordo com Garcia (2011), considerado por muitos como a melhor produção do gênero. Nesse filme, um homem inicia uma caçada aos índios comanches, que, além de matarem sua família, também raptaram sua sobrinha mais nova. O personagem faz questão de matar o chefe da tribo, honrando sua família. Esse filme aborda a violência entre brancos e indígenas como consequência do choque cultural entre eles.



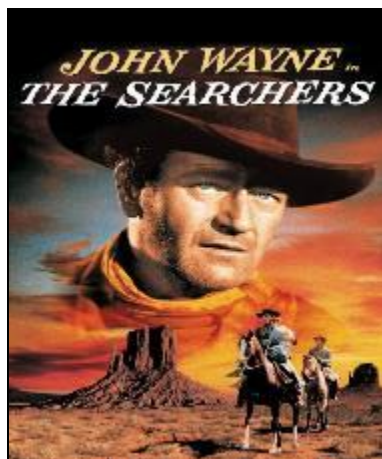


Figura 7: Cartaz do filme *The Searchers*, 1956.

*High Noon* (*Matar ou morrer*, 1952), de Fred Zinnemann, é um clássico do *western*. O enredo do filme é um tanto elaborado: no dia do seu casamento, o xerife Will Kane (Gary Cooper) descobre que, no trem do meio-dia, estará chegando na cidade um criminoso que ele havia capturado a um tempo atrás, com sede de vingança. A noiva sugere que eles fujam para outro lugar. No entanto, o corajoso xerife Will não seria capaz de tamanha covardia. Ele pede que sua amada não o abandone e decide enfrentar o vilão. Para ele, só há duas opções, destacadas no próprio título do filme utilizado no Brasil: matar ou morrer.

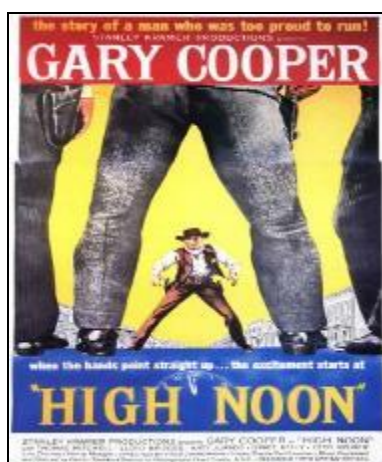


Figura 8: Cartaz do filme *High Noon*, 1952.

Percebemos, nessas primeiras produções, que o gênero *western* já apresentava uma estrutura bem definida do bem *versus* mal/ mocinho *versus* bandido, nos quais “o bandido preferido era o índio mau, inescrupuloso, capaz de fazer todo tipo de mal com as mocinhas e os heróis da história”, além disso, “os heróis são os cowboys do Velho Oeste, sérios e machos até o último fio de cabelo”. (GARCIA, 2011, p. 140).

Nos cartazes de divulgação dos filmes mencionados (Figura 7; Figura 8; Figura 9), esses elementos são perceptíveis. É possível notar um padrão nas roupas dos protagonistas desses filmes. Todos estão vestidos com calças, botas, camisa de manga longa, chapéu e um lenço vermelho no pescoço. Também há um suporte para a arma na cintura, anexado ao cinto de couro. A arma de fogo é companheira inseparável, esses *cowboys* estão sempre prontos para a batalha. De acordo com Sousa (2009), o gênero *western* foi o que mais se aproximou das raízes históricas míticas americanas, uma vez que as primeiras produções tinham uma preocupação em se tornar um documento histórico confiável. Porém, com a produção de muitos outros filmes, o gênero *western* pouco a pouco subordinou sua função histórica à função mitológica.

A figura do astronauta na produção cinematográfica hollywoodiana, diferente dos filmes de faroeste, não compõe um gênero específico. Em geral, filmes sobre viagens espaciais podem ser encontrados nas categorias de filmes históricos, ficção científica, suspense e aventura. Entre as centenas de produções existentes, podemos citar os filmes *The Right Stuff* (*Eleitos – Onde o futuro começa*, 1983), de Philip Kaufman, que retrata o projeto que levou os astronautas norte-americanos pela primeira vez ao espaço e o filme *Apollo 13 - From disaster to triumph* (*Apollo 13 – Do desastre ao triunfo*, 1995), de Ron Howard, que aborda a história verídica da desastrosa missão Apollo 13, da NASA, na qual um grupo de astronautas ficou à deriva no espaço após uma explosão em um dos tanques da nave, impossibilitados de pisar na lua. Uma curiosidade sobre esse filme é que ator Tom Hanks, que interpretou o personagem astronauta Jim Lovell, é quem, no mesmo ano, deu voz ao personagem Woody na animação *Toy Story* (1995), dessa vez, como um *cowboy*.

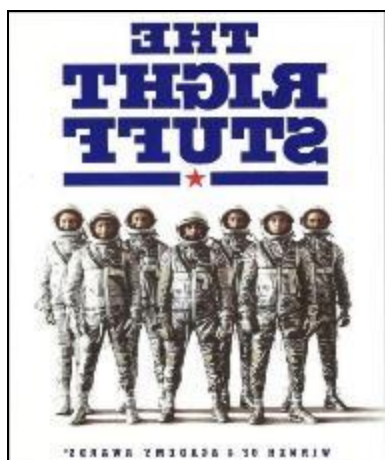


Figura 9: Cartaz do filme *Right Stuff*, 1983.

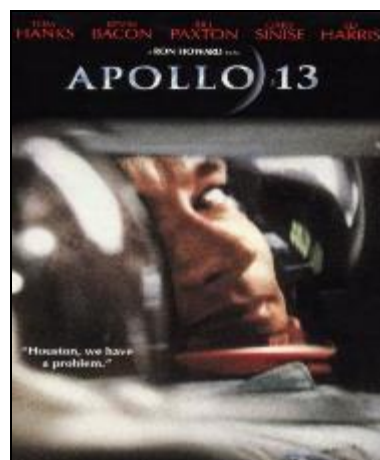


Figura 10: Cartaz do filme *Apollo 13 - From disaster to triumph*, 1995.



Até aqui, os elementos históricos apontam que o *cowboy* retratado no cinema hollywoodiano pouco se assemelha ao *cowboy* dos tempos de expansão territorial norte-americana. O historiador Eric Hobsbawm chega à conclusão de que a tão conhecida tradição do *cowboy* americano é uma invenção, um mito. Em seu ensaio, publicado na obra *Tempos Fraturados* (2013), procura compreender como grupos de homens montados em cavalos, economicamente marginalizados e que surgiram e desapareceram na passagem de duas décadas nos Estados Unidos, se tornaram tema de mitos heróicos.

Certo de não ter uma resposta satisfatória para tal inquietação e não querendo adentrar no conceito de arquétipo, proposto pela psicologia analítica junguiana, o historiador se dispõe a responder como o mito do *cowboy* americano se expandiu de forma global e incomum. Após pesquisar populações de cavaleiros e pastores selvagens análogos aos *cowboys*, ele percebeu que o que diferencia o *cowboy* americano de *cowboys* de outros países é o fato de que, em outras culturas, a imagem original de faroeste é bem diferente da americana, pois “não leva em conta a busca coletiva por liberdade, ou seja, a colonização da fronteira”. (HOBSEBAWN, 2013, p. 317).

Para o historiador Richard Slotkin, mitos são “histórias criadas a partir da história de uma sociedade que, repetidas ao longo do tempo, adquiriram o poder de simbolizar a ideologia daquela sociedade e dramatizar sua consciência moral” (SLOTKIN apud VUGMAN, 2006, p. 160). Sendo assim, apesar de o “verdadeiro” *cowboy* americano não ser nem de longe um herói, ele se tornou um mito no imaginário americano associado principalmente à conquista da “última fronteira” e às expansões territoriais estadunidenses. As produções hollywoodianas também contribuíram para a fixação e difusão desse mito. Como explica Hobsbawm (2012), as produções distribuídas pelos veículos de comunicação em massa, dominados pelos Estados Unidos, entre eles o cinema, foram em grande medida, as responsáveis por difundir o mito para o mundo inteiro.

Para Vugman (2006), o gênero *western* inventou o Velho Oeste, unindo diferentes épocas e regiões dos Estados Unidos em um único lugar, ou seja, criando um lugar mítico e atemporal. Nas palavras do próprio autor: “O cinema hollywoodiano criou um momento histórico impreciso e uma geografia imaginária, onde figuras míticas vivem em busca do equilíbrio em um universo violento” (VUGMAN, 2006, p. 160).

E o astronauta? Que papel desempenhou na História dos Estados Unidos?

O astronauta ganhou destaque na sociedade norte-americana, a partir de ambiciosas missões que visavam a conquista do espaço. Durante a “Guerra Fria”, os Estados Unidos e a antiga União Soviética, duas superpotências, travaram uma evidente “batalha estratégica”,

com claro objetivo de controlar ideologicamente suas zonas de influência. O termo “Guerra Fria” referia-se a um conflito que nunca chegaria às vias de fato, ou seja, a um embate militar direto. Temos aqui duas visões de mundo completamente diferentes e irreconciliáveis: Capitalismo *versus* Comunismo. Ambos queriam intimidar seu oponente, de modo que este não se atrevesse a iniciar um conflito direto. O resultado disso foi uma perigosa corrida armamentista, envolvendo trilhões de dólares. Não bastando todo esse investimento, o domínio do espaço se tornou a nova ambição. A “batalha espacial” era a próxima guerra a ser vencida. (MACAU, 2007, p. 76).

Nessa corrida, os soviéticos saíram na frente, lançando em 4 de outubro de 1957, o primeiro artefato criado pelo homem a entrar na órbita da Terra. Essa realização demonstrou ao mundo a supremacia tecnológica dos soviéticos em relação aos americanos. Depois desse episódio, os Estados Unidos empreenderam esforços para conquistar uma façanha ainda maior: chegar à Lua. Um programa com esse objetivo surgiu durante a “Guerra Fria”, depois da II Guerra Mundial e perdurou até 1991.

No início da década de 60, John Kennedy tomou posse como presidente dos Estados Unidos. Em seu discurso, em 25 de maio de 1961, ele propôs à nação estadunidense seu grandioso objetivo:

“Agora é o momento para que esta Nação dê passos certos e definitivos no sentido de levá-la ao papel de liderança na conquista espacial o que, de muitas formas, implica em nosso futuro na Terra. Eu creio que esta Nação deve comprometer-se consigo mesma em atingir o objetivo de, antes do final desta década, levar um homem até a superfície da Lua e trazê-lo de volta são e salvo à Terra. Nenhum outro projeto nestes tempos é mais expressivo para a Humanidade ou mais importante do que a exploração espacial continuada e nenhum outro será mais difícil ou custoso de ser cumprido.” (MACAU, 2007, p. 92).

O nome atribuído ao programa que teve por objetivo concretizar o discurso do presidente Kennedy foi “Apollo”. Na mitologia grega, Apolo era o deus da colonização. Esse nome não foi escolhido por acaso, pelo contrário, tornou ainda mais evidente o propósito do projeto. Infelizmente, durante os preparativos para o lançamento da primeira nave Apollo tripulada, os três astronautas escolhidos para essa importante missão (Virgil Ivan Grisson, Edward Higgins White e Roger Bruce Chafee) morreram em solo, vítimas de um incêndio na cabine de comando. Passada a decepção em relação ao ocorrido, novas missões foram organizadas (Apollo 4; Apollo 5, Apollo 6; Apollo 7; Apollo 8; Apollo 9; Apollo 10; Apollo 11, seguindo-se outras seis missões, na realidade seriam outras nove, mas os vãos das Apollo

18 à Apollo 20 foram cancelados por conta de um corte nas verbas para a NASA) (MACAU, 2007, p. 121).

Entre as missões posteriores à tragédia, duas se destacaram: A Apollo 11, que em 16 de julho de 1969 pousou na superfície lunática, tornando Neil Armstrong, comandante, Michael Collins, piloto do Módulo de Comando, e Edwin “Buzz” Aldrin, piloto do Módulo Lunar, os primeiros homens a pisarem na lua; e a Apollo 13, na qual ocorreu uma explosão que quase custou a vida dos astronautas. Inclusive, esse drama foi reproduzido nas telas do cinema no filme *Apollo 13 – Do desastre ao triunfo*, de Ron Howard, em 1995, mesmo ano de lançamento da animação *Toy Story*.

Em síntese, depois de muitos esforços e investimentos, o projeto Apollo permitiu aos norte-americanos alcançar o objetivo de levar o homem (norte-americano, é claro) à Lua: O discurso de Kennedy havia se tornado real.

Em 23 de março de 1983, quatorze anos após a bem-sucedida missão Apollo 11, o então presidente dos Estados Unidos, Ronald Reagan, fez um discurso intitulado *Address to the nation on defense and national security*<sup>24</sup> – Pronunciamento à Nação sobre a segurança nacional e a defesa. Nesse discurso, o presidente apresentou *Strategic Defense Initiative* (SDI), mais conhecido como *Star Wars* (Guerra nas Estrelas). O projeto consistia em desenvolver um eficiente sistema de defesa dos EUA fundamentado na lógica de manter a força a fim de dissuadir a agressão. Ou seja, assegurar que qualquer adversário que pensasse em atacar os EUA mudasse de ideia ao concluir que os riscos não compensavam quaisquer ganhos potenciais. Para Reagan, o importante era manter a paz através da força.

O presidente destacou que a União Soviética havia acumulado um enorme poderio militar, isso incluía um espantoso arsenal de novas armas nucleares estratégicas. De acordo com as contas de Reagan, os soviéticos já tinham 1.300 ogivas enquanto o EUA não tinha nenhuma. Sendo assim, um ataque nuclear deixaria o País em desvantagem. Como solução para essa realidade, foi proposto um programa antimísseis capaz de combater qualquer ameaça soviética.

De acordo com Lobo e Cortez (2015), o programa iniciado no governo Reagan possibilitou um novo desenvolvimento tecnológico e militar dos EUA. Apesar das dificuldades iniciais, a defesa antimísil foi desenvolvida e continua em uso até hoje. Além disso, como resultado do programa SDI, houve também um aumento da capacidade

---

<sup>24</sup> Para acesso ao pronunciamento na íntegra, consultar o endereço eletrônico: <https://reaganlibrary.archives.gov/archives/speeches/1983/32383d.htm>.

tecnológica norte-americana, possibilitando que os EUA vigiem o mundo através de seus satélites e programas, como o Sistema de Posicionamento Global (GPS).

A partir dessa empreitada rumo ao espaço, o mito da fronteira, protagonizado pelo *cowboy*, foi revivido pelo astronauta durante a corrida espacial americana. Essas duas figuras estão tão arraigadas na cultura norte-americana que a importante teoria da Economia Ecológica, formulada pelo inglês radicado nos Estados Unidos, Kenneth Boulding, faz analogia a ambos para explicar dois modos distintos de vida e de economia. Cechin e Veiga (2010) apontam que a economia do *cowboy* corresponde ao século passado e simboliza modos de vida voltados à exploração. É como se o ouro, a prata, o capim e os bois fossem infinitos. Já a economia do astronauta corresponde à percepção da humanidade de que o ambiente é limitado, com exceção da energia vinda do sol e do espaço, nada entra e nada sai de nosso planeta. Nesse sentido, a terra pode ser comparada a uma espaçonave, sendo necessário aprender a remanejar os recursos, para que a humanidade continue progredindo.

Essa breve retomada histórica mostra que tanto o *cowboy* quanto o astronauta estão associados, na cultura norte-americana, a duas importantes e nobres missões: O *cowboy* representa no ideário norte-americano, a figura de destaque na conquista pela “última fronteira” nos primórdios da história dos Estados Unidos, um pioneiro. O astronauta representa a modernidade, a tecnologia, a conquista de outra fronteira: o espaço. Ele é o colonizador do espaço.

Voltando à animação *Toy Story* (1995), percebemos que a escolha pelo *cowboy* e o astronauta não se deu de forma aleatória. Trata-se de uma visível oposição entre esses dois personagens, refletindo dicotomias configuradas culturalmente como tradição e modernidade; passado e futuro; conservação e inovação; desenvolvimento tecnológico e relações humanas; senso comum e discurso científico; e muitas outras. Contrapondo também os dois gêneros cinematográficos: o western e a ficção científica. Não é casual que, no contexto desse filme, o futuro ameace se impor ao passado ou que a tecnologia substitua a tradição, ou o novo substitua o velho. Esse é o debate que vai ser estabelecido no filme e é subjacente às modificações estruturais nas personalidades dos dois brinquedos. Woody aceita perder sua condição de privilegiado, de preferido e Buzz se dá conta de que é somente um brinquedo.

Essas duas figuras, *cowboy* e o astronauta, já dispunham de popularidade na cultura estadunidense, assegurando, em grande parte, o sucesso do filme. Os personagens Woody e Buzz Lightyear dialogam com outras produções hollywoodianas. Tomando emprestado o conceito de dialogismo em Bakhtin (1992), aplicado ao cinema, compreendemos que, assim como os enunciados, as produções fílmicas não são indiferentes umas às outras. Ao contrário,

estão repletas de ecos e lembranças de outros filmes (enunciados). Uma pequena demonstração disso pode ser feita a partir das roupas dos personagens Woody, Figura 12; e Buzz, Figura 13.



Figura 11: Personagem Woody.

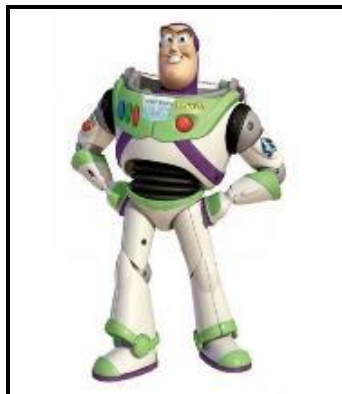


Figura 12: Personagem Buzz Lightyear.

Woody está vestido com um traje a rigor, muito semelhante às vestimentas dos clássicos personagens *cowboys* nos filmes hollywoodianos: botas, chapéu, camisa, calça, cinto com fivela grande, colete de couro, suporte para arma na cintura e o típico lenço vermelho. É uma roupa relativamente leve, que permite grande flexibilidade nos movimentos. Buzz tem uma roupa bem diferente à do *cowboy*, parece até a armadura de um soldado (não é à toa que ele se considera um “patrulheiro” espacial). É uma típica roupa de astronauta, porém, extremamente moderna e cheia de aparatos.

No filme, há uma versão voltada às crianças dessas duas figuras. Não é um filme *western*, muito menos de viagens espaciais. Como o nome já diz, *Toy Story* (1995) conta a história de um grupo de brinquedos. No entanto, mesmo trazendo elementos clássicos do mito do *cowboy* e do astronauta, na animação, há uma quebra de protocolo: há momentos em que o Woody treme de medo; há momentos de insegurança. Buzz é um personagem iludido, com a cabeça no “mundo da Lua”. No filme, ele tem uma crise de identidade quando descobre que é um brinquedo. Ironicamente, esses brinquedos-personagens são mais humanos que o ideário construído histórico e culturalmente do *cowboy* e do astronauta.

Em *Toy Story* (1995) o velho e o novo se defrontam e se unem. Em Woody, há um desejo de que as coisas permaneçam como estão. Afinal, ele já conquistou um bom lugar no quarto e no coração do garoto. Já Buzz, deseja mudança: “Ao infinito e além!” é o seu lema. No entanto, esses dois personagens, aparentemente tão distintos, precisam unir forças para conquistarem seus objetivos. Metaforicamente, o sucesso depende de seguir adiante: condição da própria produção do filme, em que se uniu a empresa mais moderna e tecnológica, a *Pixar*,

com o estúdio de animação mais tradicional e estabelecido na história do cinema, a *Disney Company*.

#### 1.4 Andy, Sid, Molly e Hannah: as crianças e as representações de infância em *Toy Story* (1995)

*Toy Story* (1995) não é um filme que conta a história de humanos. No entanto, a partir das aparições de crianças em algumas cenas, é possível discutir as representações de infância que essa obra traz.

As crianças do filme (Figura 13) pertencem a duas famílias bem semelhantes: Andy e Molly são irmãos e vivem com a mãe. Na casa ao lado, moram Sid e Hannah, que também são irmãos e vivem com a mãe. Apesar de serem vizinhas, não há no filme nenhuma cena em que essas crianças apareçam juntas, nem mesmo no aniversário de Andy, indicando ausência de amizade entre essas duas famílias. Guardadas as similaridades quanto à composição dessas duas famílias, em se tratando de interação familiar, as diferenças são bem notáveis.

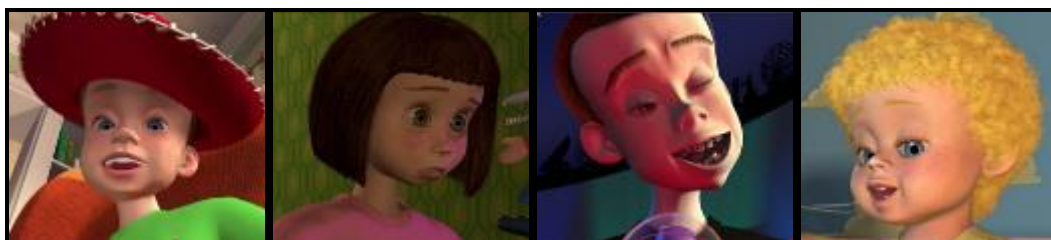


Figura 13: Crianças em *Toy Story* (1995) - Andy, Hannah, Sid e Molly.

##### 1.4.1 Andy, a “criança feliz”

Andy é o dono dos bonecos Woody e Buzz Lightyear. De acordo com o produtor Ralph Guggenheim, John Lasseter e da equipe que escreveu a história do filme, o nome do personagem foi inspirado em Andy Luckey, filho do lendário animador Bud Luckey, quinto empregado da Pixar e criador do personagem Woody<sup>25</sup>. Andy é um típico garoto branco da classe média americana, de olhos azuis e corpo esbelto. Ele mora em um subúrbio com sua mãe e a irmã mais nova, Molly. O pai desse personagem não aparece no filme, nada é dito a seu respeito, nenhuma foto na parede, nenhum vestígio. Além disso, o pai também não estava presente em uma data importante para Andy, seu aniversário de seis anos.

<sup>25</sup> Disponível em [http://disney.wikia.com/wiki/Andy\\_Davis](http://disney.wikia.com/wiki/Andy_Davis). Acesso em 06/05/2016.

O garoto Andy tem uma boa relação com a mãe, que se esforça para agradá-lo. Um exemplo é a festa de aniversário do garoto: foi a mãe quem preparou tudo, tendo o cuidado de fazer a decoração com artigos que Andy havia visto em uma loja, situação muito comum entre as classes médias e, ao mesmo tempo, mais um produto gerado pelo filme, à medida em que o tema de *Toy Story* será também disponibilizado em produtos para festas infantis.

A mãe aparece em várias cenas do filme: levando os filhos para passear; dando beijo de boa noite e apagando a luz do quarto de Andy; sentada ao redor da lareira na companhia dos filhos em um lindo dia de Natal. Em todas as situações, destaca-se sua preocupação com o bem-estar dos filhos, remetendo à ideia de maternidade associada aos cuidados da criança. Nesse sentido, a maternidade é entendida como uma demarcação do feminino na animação. Ela sabe do que os filhos gostam, inclusive sabe o nome dos brinquedos preferidos de Andy. Mesmo quando ela não aparece em cena, sua voz pode ser ouvida (recurso linguístico cinematográfico chamado de *voz off*). Ela está atenta a tudo o que acontece em seu lar.

O quarto de Andy é bem colorido, limpo, com uma quantidade significativa de mobília, cama sempre arrumada e muitos brinquedos. Nas paredes estão colados vários desenhos que ele mesmo fez. Esse garoto passa boa parte do tempo brincando. Está sempre sorrindo e se divertindo. No filme, Andy é retratado como a “criança modelo”: a criança inocente; símbolo da infância feliz. De acordo com Ponte (2015), “a criança inocente é sugerida como a criança feliz e despreocupada, colocada num espaço separado do mundo dos adultos da atividade econômica, natural e espontânea, livre mas solidamente protegida” (PONTE, 2015, p. 153). Essa inocência, de acordo com a autora, foi a pedra inicial na construção moderna da infância. Andy cria o seu próprio mundo, no entanto, está protegido e seguro no mundo adulto da mãe.

A infância, a partir desse personagem, é retratada como um período isento de problemas e perturbações, destinado exclusivamente às brincadeiras e à parte do mundo adulto. Essa diferenciação entre o mundo da criança e o mundo adulto, presente na animação *Toy Story* (1995), é relativamente nova. A noção de que as crianças pertencem a um grupo etário diferente dos adultos, de acordo com Ariès (2006) é fruto de transformações históricas, culturais e sociais. Não se discute o fato de que a criança sempre existiu, entretanto, a infância enquanto categoria social, num mundo à parte do universo adulto, é, para o autor, uma invenção da modernidade.

A concepção de que a criança possui uma natureza singular também está presente em documentos que visam referenciar a prática de profissionais do campo da Educação Infantil. O Referencial Curricular Nacional para a Educação Infantil enfatiza que “as crianças possuem

uma natureza singular, que as caracterizam como seres que sentem e pensam o mundo de um jeito muito próprio” (BRASIL, 1998, p. 21). É válido destacar que a separação entre o universo adulto e o infantil se deu em decorrência de fortes críticas dos moralistas educadores do século XVII. Nesse sentido, a escola se consolidou como uma espécie de quarentena, uma preparação para o ingresso no mundo adulto. Nasce, então, no século XVII, a pedagogia<sup>26</sup>. Entre os fatores que contribuíram para isso, podemos citar “a reforma iniciada por Lutero, a réplica católica, a preocupação moral com a infância, assim como um questionamento da utilidade da escolarização na manutenção da ordem social”. (GAUTHIER, 2010, p. 121).

Em *Toy Story* (1995), a escola não é representada. O tempo diegético<sup>27</sup> é o período das férias, o que possibilita às crianças em idade escolar dias de diversão e alegria. Propositamente ou não, o retrato de “criança feliz”, no filme, está distante da escola. Afinal, como Andy e as outras crianças do filme teriam tempo para brincar com seus brinquedos e se divertir se estivessem durante o período letivo?

#### 1.4.2 Sid: a construção da “criança-problema”

O garoto Sid é vizinho de Andy. Esse garoto pertence à classe média e em sua família também há a ausência de um pai. Entre esses meninos não há qualquer indício de amizade. Ele é caracterizado como um menino malvado: não é gentil com a mãe e muito menos com sua irmã Hannah, diferente da “criança feliz”, esse menino sequer tem dentes bonitos para exibir. Todos os brinquedos do filme demonstram horror em relação ao garoto. A apresentação de Sid ao espectador ocorre na cena descrita:

(Os brinquedos escutam uma risada malvada vinda do lado de fora da janela do quarto de Andy e simultaneamente começam a se esconder)

**Woody:** Oh não! É o Sid!

**Dinossauro:** Pensei que ele estava na colônia de férias.

**Porquinho:** Ele deve ter sido expulso este ano.

(TOY STORY - 1995, 00:24:29 – 00:24:37).

<sup>26</sup> A “pedagogia” pautada na definição de Gauthier (2010, p. 126), é compreendida como “a codificação de certos saberes próprios ao docente, isto é, um conjunto de regras, de conselhos metódicos que não devem ser confundidos com os conteúdos a ensinar, e que são formulados para o mestre, a fim de ajudá-lo a ensinar o aluno, para que este aprenda mais, mais depressa e melhor”.

<sup>27</sup> O termo diegético é usado para designar a história e seus circuitos, ou seja, o universo ficcional do filme.



Nesse excerto, fica claro não só o medo que Sid provoca nos brinquedos, mas também, o que a mãe faz para se livrar desse “garoto-problema” durante as férias escolares. A colônia de férias aparece aqui como um recurso educativo para crianças que precisam ser contidas. Em *Toy Story* (1995), Sid não parece ter ficado chateado com o fato de ter que passar as férias em casa, longe de uma “fantástica” colônia de férias. Pelo contrário, ele procura ocupar seu “tempo livre” fazendo aquilo que gosta.

O fato de Sid ter sido apresentado ao espectador como um garoto expulso da colônia de férias é mais um aspecto na construção desse personagem como uma “criança-problema”. Suas atitudes durante a trama revelam que esse tipo de criança em casa, durante as férias, põe em risco a tranquilidade do lar e, especificamente no filme, a segurança dos brinquedos.

A mãe de Sid não aparece em nenhuma cena do filme. Apenas sua voz pode ser ouvida (em *off*) em algumas situações pontuais: “*Sid, seu lanche está pronto!*”; “*Sid, você deixou a porta aberta!*”. Essa mãe é representada como alguém que não acompanha a rotina dos filhos. Sid chega a comprar um explosivo com a tarja “Mantenha longe do alcance de crianças” sem nenhuma dificuldade. O garoto também sai sozinho à noite, de *skate*. De certa forma, a representação dessa mãe parece sugerir que os comportamentos inadequados de Sid são consequência de uma mãe que fracassa em sua missão maternal. Moura (2004) aponta que a idealização e o reforço do papel materno é fruto da psicologia e a sociologia pós-freudianas uma vez que essas teorias enfocavam a relação mãe-bebê como decisiva para o desenvolvimento da criança. A partir da difusão dessas e de outras concepções, o desenvolvimento saudável da criança passou a ser associado, sobretudo, ao papel materno. Seguindo essa lógica, no filme, a maternidade mal-sucedida resulta em uma infância mal-sucedida.

#### **1.4.3 Hannah: estereótipos de feminilidade**

Hannah, a irmã de Sid, é uma menina assustada. Ela tem medo do irmão (que parece se divertir destruindo seus brinquedos) e procura evitar sua companhia. No filme, Hannah é apresentada como uma menina frágil, que não consegue se defender do irmão. Ela tenta recorrer à mãe, para contar o mau comportamento de Sid. No entanto, ele diz que Hannah está mentindo e, aparentemente, a mãe acredita na versão do garoto sem ao menos averiguar os fatos. No entanto, mesmo sendo a irmã do garoto “malvado” da trama, Hannah não apresenta maus comportamentos, é educada e obediente. Apesar dos pesares, ela permanece meiga e delicada. Seu quarto é rosa com decoração floral. Em outras palavras, o filme parece indicar

quais são os comportamentos esperados para uma menina e quais devem ser suas preferências quanto a objetos e cores.

Priore (1997) aponta que paciência e docilidade, entre outras características que comumente são relacionadas espontaneamente aos sujeitos femininos, são representações construídas ao longo do tempo, colaborando para a naturalização do ser mulher na sociedade. Em concordância com essa autora, Vargas (2009) acrescenta que é sugerido às meninas que elas devem ser “quietas, organizadas, medrosas, um pouco choronas, um tanto dengosas, para que, com essas características, se tornem verdadeiras mulheres”. No filme, a personagem Hannah reproduz esse ideal de feminilidade.

#### **1.4.4 Molly: a criança pequena**

Outra personagem do filme é Molly, uma menina ainda bebê. Essa criança não fala e nem anda. Na maioria de suas aparições, ela está no berço, no bebê conforto ou no carrinho. Seu espaço na casa é bastante limitado. Ela ocupa um canto do quarto de Andy, sua mobília se resume a um berço e uma cômoda rosa. Durante o filme, seu irmão Andy a pega no colo e diz que ela está ficando pesada, indicando ao espectador que Molly está crescendo. De acordo com Pedrosa (2009):

Há poucas décadas, a criança, no primeiro ano de vida, era considerada um ser imaturo. Pelo fato de não andar, não correr, não falar, pensava-se que ela não sabia outras coisas. Fazia-se uma generalização inadequada, pois se estendia essa incompletude para todos os outros processos. Enfatizava-se também a comunicação linguística sobre a não-verbal, a cognição sobre o afeto, [...] (PEDROSA, 2009, p.17).

Em relação à personagem Molly, a animação *Toy Story* (1995) parece romper com essa concepção de criança “incompleta”. Molly é representada como uma menina esperta. Ela sabe o que está acontecendo ao seu redor, inclusive, sabe que os brinquedos estão vivos e se diverte com isso. Por outro lado, a escolha de seus brinquedos e das cores de seus pertences indicam, mais uma vez, uma forte linha divisória entre a produção cultural para meninos e a produção cultural para meninas.

A seguir, os brinquedos e as representações do brincar das crianças aqui apresentadas são analisados.

## **2 REPRESENTAÇÃO DOS BRINQUEDOS O DO BRINCAR EM *TOY STORY* (1995)**

Em *Toy Story* (1995), os brinquedos estão intimamente associados à infância. Todos eles pertencem a alguma criança e são indispensáveis em suas brincadeiras. Esses brinquedos se diferem de uma criança para a outra. Os brinquedos de Andy, um menino, não são os mesmos que os de Hannah, uma menina. O brincar dessas crianças também é distinto, mesmo quando se trata do mesmo brinquedo. Iniciaremos essa discussão questionando a relação que se estabelece entre o brinquedo e infância. Eles são feitos um para o outro? Adiante, discutiremos o brinquedo como um símbolo de duas festividades muito valorizadas nas sociedades ocidentais: o aniversário e o Natal. A partir dos signos que compõem a obra, os brinquedos das meninas e dos meninos serão postos em análise: quais brinquedos são esses? Além disso, no último tópico, serão expostas as representações do brincar: existe um modo “correto” de se brincar?

### **2.1 Brinquedos e infância: feitos um para o outro?**

A história do brinquedo é tão antiga quanto a história da humanidade. De acordo com Von (2001), escavações arqueológicas encontraram artefatos que provam a existência de brinquedos, como o pião, a bola e o balanço, em diversas sociedades antigas. Esses brinquedos, destaca a pesquisadora, eram de fácil produção, sendo muitas vezes feitos pelas próprias crianças.

É difícil indicar, pontualmente, onde teria surgido o primeiro brinquedo, porém, ao longo da história, alguns países se destacaram na sua fabricação. A Alemanha, por exemplo, é apontada por Benjamin (2009) como o centro geográfico dos brinquedos. Os primeiros brinquedos ali comercializados não eram produzidos por fabricantes especializados. A partir do reaproveitamento de restos de materiais utilizados em oficinas de entalhadores de madeira e fundidores de estanho, eram criados objetos em miniatura que se transformaram em brinquedos para as crianças. Dessa forma, não havia comerciantes específicos para a venda e distribuição dos brinquedos. Com o marceneiro, podiam ser encontrados animais talhados em madeira; com o caldeiro, os soldadinho de chumbo; com o confeitiro, figuras feitas de açúcar; com o fabricante de velas, bonecas de cera.

Com o surgimento do comércio intermediário, esses brinquedos começaram a ser exportados para diferentes cidades. Nesse período, por conta da demanda, muitos artistas, que até então haviam produzido somente para a igreja, passaram a fabricar objetos de arte em

tamanho menor. Esses objetos minúsculos faziam a alegria não só das crianças, nas estantes de brinquedos, mas também dos adultos, como artigos de decoração. A fama do que o autor chama de “quinquilharias de Nuremberg” favoreceu o predomínio dos brinquedos alemães no mercado mundial, até os dias de hoje.

O Brasil também tem aperfeiçoado o comércio de brinquedos produzidos em território nacional. De acordo com dados disponibilizados pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (ABRINQ)<sup>28</sup>, o setor de brinquedos no país já completa setenta e sete anos. Ao longo desse período, a cada ano, foram criados milhares de brinquedos, distribuídos não só no Brasil, mas também em diversos países, como Estados Unidos, México, Uruguai, Venezuela, África do Sul, entre outros.

Por mais que a fabricação e distribuição de brinquedos tenha se expandido no mundo todo, curiosamente, no campo das pesquisas científicas, a temática “brinquedo” nem sempre recebe muito destaque. Brougère (2010) sugere uma explicação para isso. Para ele, a qualidade da pesquisa, por vezes, é associada ao estatuto social do objeto que se pesquisa e o brinquedo, por estar intimamente relacionado à infância, não atribuiu tanto *status* às pesquisas quanto, por exemplo, pesquisas relacionados ao universo adulto. Em outras palavras, quando o brinquedo é considerado apenas como um objeto destinado ao entretenimento de crianças, por vezes, seu sentido social passa despercebido.

O brinquedo pode ser considerado como um produto de uma sociedade dotada de traços culturais específicos. Sendo assim, é preciso considerar que os brinquedos estão inseridos em um sistema social e carrega funções sociais que lhes imprimem a razão de existir: “Para que existam brinquedos é preciso que certos membros da sociedade deem sentido ao fato de que se produza, distribua e se consuma brinquedos”. (BROUGÈRE, 2010, p. 8). Dessa maneira, na medida em que o brinquedo é dotado de valor cultural, através dele, é possível compreender determinada sociedade e cultura. Mais que isso, para o autor, o brinquedo expressa a representação que determinada sociedade tem da própria criança.

Na sociedade contemporânea, o brinquedo é, por excelência, um objeto dedicado às crianças. Obviamente, como consequência lógica, o brincar é também considerado como uma característica própria da infância. Não por acaso, no Brasil, o brincar constitui-se como um direito da criança, conforme disposto no Artigo 16, no inciso IV, da Lei Nº 8.069, de 13 de Julho de 1990.<sup>29</sup> Kishimoto (1998) faz uma retomada histórica acerca do brincar e aponta que,

---

<sup>28</sup> Disponível em: <http://www.abrinq.com.br/Estatisticas.aspx> . Acesso em: 07/09/2016.

<sup>29</sup> ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8069Compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069Compilado.htm). Acesso em: 01/10/2016.

desde a Antiguidade, o mesmo era considerado importante para a criança, sobretudo em relação ao ensino. Para tanto, a autora cita Platão, que considerava importante aprender brincando. Também cita Aristóteles, para o qual, a brincadeira permite que a criança imite as atividades sérias, que a preparam para a vida adulta.

De acordo com Bujes (2004), a Psicologia do Desenvolvimento e a Psicanálise tiveram grande influência na associação entre o brinquedo e a infância, uma vez que o discurso pedagógico, apoiado a essas teorias, consolidou o brinquedo como objeto propiciador do desenvolvimento infantil. A partir disso, o brinquedo passou a ser incorporado na educação infantil como importante aparato pedagógico:

Se o imaginário é concebido como o domínio das imagens, fantasias e das identificações e está implicado de forma visceral na constituição da subjetividade, se é no terreno da linguagem e da cultura que ocorre o processo que institui o sujeito, não se pode negar que as práticas culturais associadas ao brinquedo não têm nada de gratuitas e que precisamos nos tornar mais atentos aos seus interesses e compromissos. (BUJES, 2004, p. 227).

Sendo assim, a associação entre o brinquedo e a infância não é espontânea e atende a interesses diversos. Entretanto, vários fatores contribuíram para que, na sociedade atual, ambos estejam intimamente relacionados. Na animação *Toy Story* (1995), essa concepção é evidente: os brinquedos pertencem às crianças e são elas quem dão significado (de existência) aos brinquedos. Nesse sentido, compreender como esses brinquedos chegam até às crianças é um fator que merece ser investigado.

## **2.2 Aniversário e Natal: rituais e brinquedos**

Através da manipulação dos brinquedos, as crianças se apropriam de significações sociais. No entanto, o contato da criança com o brinquedo, na maior parte das vezes, não se dá de forma natural e espontânea. De acordo com Pereira (2009), são os adultos que, em primeira instância, oferecem brinquedos às crianças. Dessa forma, apreende-se que uma das funções sociais do brinquedo é ser um presente destinado às crianças. No filme, há dois momentos em que o garoto Andy ganha brinquedos: em seu aniversário e no Natal. Em uma conversa entre os brinquedos, isso fica evidente:

**Woody:** Aquela nossa palestra sobre corrosão plástica foi, na minha opinião, um grande sucesso! E queremos agradecer o Mr. Spell, por acrescentar isso na nossa pauta. Obrigado Mr. Spell.

(Os brinquedos agradecem o Ms. Spell, enquanto isso, Woody disfarça para dar a próxima notícia)

**Woody:** Ah, é! Tem uma outra coisinha aqui... A festa do Andy foi mudada para.... Para hoje. E o próximo item é...

**Dinossauro Rex:** Como assim? A festa é hoje se o aniversário é só na semana que vem?

**Porquinho:** O que está acontecendo lá embaixo? Será que a mãe dele pirou?

**Woody:** Obviamente ela quer dar a festa antes da mudança e eu não estou preocupado, e vocês também não devem ficar.

**Sr. Cabeça de batata:** Claro que você não está. É o preferido de Andy desde o jardim de infância!

**Slink:** Ora, ora! O que é isso, Cabeça de Batata? Se o Woody disse que está tudo bem, então isso é o bastante para mim. O Woody nunca botou a gente numa furada!

**Woody:** Parem com isso, gente! Todo Natal e aniversário é a mesma coisa! (TOY STORY – 1995, 00:07:19 - 00:08:07).

Esse excerto demonstra que, no Natal e no aniversário de Andy, os brinquedos ficam preocupados, pois sabem que o garoto irá ganhar presentes e muito provavelmente esses presentes serão brinquedos. No filme, essa ocasião cria um clima de expectativa em Andy que mesmo durante os preparativos da festa já demonstra euforia. Quando os convidados começam a chegar, observa-se que cada um deles traz nas mãos um presente, indicando que uma das regras instituídas socialmente para a participação em uma festa infantil é que algo seja dado à criança. Na Figura 15, uma seleção de imagens demonstra a ênfase dada a esse momento.



Figura 14. Da janela, os brinquedos observam a chegada dos convidados à festa de Andy, todos trazendo um presente.

No ritual do aniversário, além de se esperar que os convidados presenteiem o aniversariante, há também um momento reservado para abertura dos presentes recebidos. Em *Toy Story* (1995), a mãe de Andy conduz esse momento e solicita que as crianças façam um círculo. Andy e os presentes ficam no centro e, um a um, os presentes vão sendo abertos. Em contrapartida, no quarto, os brinquedos continuam preocupados, acompanhando tudo por meio de uma escuta montada por um exército de soldados camuflados. É através dos brinquedos-personagens que o espectador fica sabendo quais presentes Andy ganhou:

**Soldado camuflado:** O Andy está abrindo o primeiro presente agora.  
(*Enquanto isso, o Sr. Cabeça de Batata torce para que seja uma Sra. Cabeça de Batata*).

**Soldado camuflado:** Já desamarrou o nó. Está rasgando o papel! É uma... uma... merendeira! Temos uma merendeira!

**Woody:** Merendeira?! (*Enquanto balança a cabeça, desaprovando o presente*).

**Sr. Cabeça de batata:** Merendeira?!

**Slink:** Pra merendar! (*em tom de deboche*).

**Soldado camuflado:** Segundo presente! Parece que é um... Ok! É um lençol!

**Sr. Cabeça de batata:** Quem convidou esse garoto?! (*demonstrando indignação*).

(*Um a um, os presentes vão sendo desembulhados, até chegar ao último*).

**Soldado camuflado:** O último presente... Ele é bem grande! É um... É um tabuleiro! Batalha naval! (**TOY STORY – 1995, 00:12:20 - 00:13:03**).

Nessa cena, é possível analisar dois aspectos. Primeiro: espera-se que na ocasião de seu aniversário, a criança ganhe brinquedos como presente e, quando isso não acontece, há uma certa frustração. Andy não comemora os itens que ganhou. Até os brinquedos ficam indignados com alguns presentes: a merendeira é motivo de gozação entre eles. O lençol, então, nem se fala! O Sr. Cabeça de batata, perplexo, questiona como uma criança que dá um presente desses pode ser convidada para uma festa de aniversário infantil. Segundo: os jogos de tabuleiro, mesmo voltados às crianças, não são considerados brinquedos. Não há, no filme, nenhum momento em que as crianças estejam jogando um brinquedo dessa natureza.

É importante fazer uma distinção entre o jogo e o brinquedo. Brougère (2010) esclarece que o primeiro pressupõe a presença de uma função, já o segundo não é definido por uma função precisa, ao contrário, é “um objeto que a criança manipula livremente, sem estar condicionado às regras ou a princípios de utilização de outra natureza” (Brougère, 2010 p. 13). Além disso, continua o autor, o brinquedo é um objeto infantil, enquanto o jogo pode ser destinado tanto aos adultos quanto às crianças. Ou seja, os objetos lúdicos das crianças podem

ser denominados de brinquedos e de jogos, já os objetos lúdicos dos adultos são chamados apenas de jogos.

No aniversário de Andy, os brinquedos comemoram o fato de Andy não ter ganhado nenhum novo brinquedo. No entanto, a mãe do garoto reservou para o final da festa o “melhor presente”. Trata-se de algo especial, que ela mesma comprou e manteve escondido no armário. Dessa vez, ao receber o embrulho – repleto de figuras espaciais, Andy dá pulos de alegria. Ele fica muito empolgado com esse presente. Afinal, foi a mãe quem comprou e ele já está acostumado a ganhar brinquedo nessa data. Ele abre o presente e finalmente ganha um boneco espacial, exatamente igual ao que passa na televisão.

Outro momento, no filme, em que Andy (e também sua irmã Molly) ganha presentes é no Natal. Trata-se da última cena do filme: é um momento em família. Em volta de uma lareira, na sala, estão Andy, sua irmã Molly e sua mãe. Embaixo da árvore, vários presentes. Para Brougère (2010), o Natal é a festividade mais importante para ilustrar a dimensão social do brinquedo. Nessa data, os brinquedos se inserem em um sistema de doação ritualizado entre pais, familiares e crianças. De acordo com o autor, na França, consome-se quase dois terços de brinquedos nessa época. No Brasil, durante o Natal também há um aumento considerável nas vendas da indústria do brinquedo.

A associação entre o Natal e o brinquedo, destaca o autor, se sustenta tanto pela organização do presente, quanto pela importância do evento no cenário familiar. O brinquedo, nesse ritual, assume a função de ser o presente oferecido à criança.

A festa de Natal tem por função trazer à cena e reforçar as relações sociais e ela o faz em torno da criança. O brinquedo, presente de Natal por excelência, tanto no nível da realidade quanto no da imagem, traduz essa relação social e cria o vínculo entre as gerações que encenam a festa. (BROUGÈRE, 2010, p. 178).

Sendo assim, o Natal é um momento importante para a exibição dos brinquedos nas lojas, na televisão e em outras mídias. Esse mecanismo contribui para que tanto crianças quanto adultos considerem o brinquedo com um elemento importante da cultura e, em especial, dessa época do ano. Em geral, as crianças devem colaborar para que, misteriosamente, na noite de Natal, os brinquedos sejam colocados embaixo da árvore.

O brinquedo está associado a esses dois grandes rituais: o aniversário, quando se comemora a existência de uma única criança e o Natal, quando se comemora todas as crianças. A animação *Toy Story* (1995) inicia, logo na primeira cena, com a festa de aniversário de Andy – balões, crianças, doces e presentes; e finaliza com o Natal – família,



árvore, lareira e presentes. Curiosamente, o próprio lançamento do filme se deu na semana do Natal, favorecendo o aquecimento das vendas de produtos associados ao filme (esse tema será melhor abordado no próximo capítulo). Na animação *Toy Story* (1995), o brinquedo é indicado como o presente perfeito para a criança. É válido, portanto, indagar quais brinquedos são esses e a quais crianças se destinam.

### 2.3 Meninos e Meninas: brinquedos, cores e possibilidades

A maior parte dos brinquedos apresentados na animação *Toy Story* (1995) pertence ao garoto Andy. São brinquedos variados e em grande quantidade, inclusive, alguns podem não ser notados pelo espectador. Dentre eles, podemos citar: cachorro-mola, boneco *cowboy*, dinossauro, cobra, tubarão, binóculos, tela mágica, soldadinhos de plástico, palhaço, trem com ferrovia, carro de bombeiro, boneco astronauta, robô, carrinho de controle remoto, bola, entre outros. Esses brinquedos abrangem uma série de possibilidades no brincar e na apropriação cultural, uma vez que, de acordo com Brougère (2010), o brinquedo não é a reprodução de uma realidade qualquer e sim uma realidade selecionada. No filme, a variedade de brinquedos de Andy reproduz, em certa medida, a diversidade de brinquedos produzidos, comercializados e direcionados aos meninos.



Figura 15. Os brinquedos do garoto Andy.

Os brinquedos de Andy, com excessão dos bonecos Woody e Buzz Lightyear, já eram comercializados antes da produção do filme e se inserem no universo do automóvel, do mundo animal, do esporte, entre outros. Pensando no brinquedo enquanto produção cultural, nota-se que, quando direcionados aos meninos, esses brinquedos são mais numerosos e permitem vivências diversificadas. Abre-se um leque de possibilidades, permitindo que, através da brincadeira, os meninos transitem por diferentes espaços, uma vez que “com o brinquedo, a criança constrói suas relações com o objeto, relações de posse, de utilização, de abandono, de perda, de desestruturação, que constituem, na mesma proporção, os esquemas que ela produzirá com outros objetos em sua vida futura” (BROUGÈRE, 2010, p. 68).

Contudo, em se tratando dos brinquedos destinados às meninas, na animação *Toy Story* (1995), a variedade dá lugar a um universo mais restrito. Os brinquedos da bebê Molly aparecem como artigos de decoração do espaço que lhe são destinados no quarto de seu irmão Andy, já que não há nenhuma cena no filme em que Molly brinque com qualquer um deles. Seus brinquedos se limitam a uma boneca pastora de ovelhas, feita de porcelana, fixada sobre a base de um abajur; um pato de plástico, um urso de pelúcia e uma boneca.



Figura 16. Os brinquedos da bebê Molly.

Os brinquedos de Hannah (Fig. 17), outra menina no filme, são bem semelhantes aos de Molly. Resumem-se em: bonecas (algumas sem cabeça por conta das intervenções do irmão Sid); urso de pelúcia; mesa, cadeira e conjunto para chá. Nota-se, então, que os brinquedos voltados para as meninas, na animação, não são tão variados quanto os destinados aos meninos. O urso de pelúcia e bonecas são os grandes destaques. O que isso tem a nos dizer?



Figura 17. Os brinquedos da garota Hannah.

De acordo com Brougère (2004), os bichos de pelúcia são um exemplo interessante da evolução do brinquedo e surgiram em 1903, num contexto da mídia. Conta-se que, em uma caçada, o então presidente dos Estados Unidos, Theodore Roosevelt (apelido Teddy), teria se deparado com um filhote de urso e se recusado a matá-lo. Uma imagem retratando a cena foi divulgada na mídia impressa num período em que a imprensa começava a ocupar um lugar importante na formação das imagens públicas. Morris Michtom, um fabricante de brinquedos, teve a ideia de reproduzir o ursinho e dar-lhe o apelido do presidente. Teddy Bear se tornou um sucesso e, de acordo com o autor, um dos primeiros brinquedos promovidos pelo *marketing* e pela associação de uma personalidade a um brinquedo (*licensing*).

O urso de pelúcia surge num contexto em que já havia muitos brinquedos representando o mundo animal. Existia, por exemplo, uma variedade de cavalos, no entanto, eram animais de pêlo raso. Esses brinquedos não proporcionavam um toque macio, nem traziam um apelo afetivo. Com a chegada do urso de pelúcia,

a criança recebeu um brinquedo agradável que lhe permitiu desenvolver uma relação afetiva inédita. Esse objeto construiu uma nova união entre um objeto e a criança, criando um universo material fortemente associado à infância. Isso fez do urso de pelúcia o brinquedo ideal para a criança pequena, o brinquedo que simbolizava a doçura, a ternura, ao longo do século e até hoje em dia. Nessa representação se inseriu um novo universo lúdico, o da afeição desligada de qualquer relação materna (ao contrário da boneca), que se dirige aos dois sexos sem distinção, símbolo por excelência da infância. (BROUGÈRE, 2004, p. 19).

Dessa maneira, antes da produção e distribuição de pelúcias em todas as cores e modelos, o autor salienta que houve uma ruptura conceitual, associando à infância um animal que, erguido sobre as duas patas traseiras, lembra a selvageria. A invenção do urso Teddy é revolucionária, pois, não se trata da reprodução de um urso qualquer e sim de um personagem, uma representação de um urso poupado pelo presidente que se tornou quase humano na ilustração divulgada pela imprensa. “Ele foi humanizado pela ação de Roosevelt,

simbolizando outra coisa que não o universo tradicional do urso, presa legítima da caça. Ele virou “criança”, filhote de urso, antes de ser urso. Ele simbolizava a fragilidade infantil e não mais a selvageria animal.” (BROUGÈRE, 2004, p. 20).

Em *Toy Story* (1995) o urso de pelúcia é um brinquedo que se insere no universo dos brinquedos voltados às meninas, independente da idade. Em suas pesquisas, Brougère (2004) constatou que, para os pais, o urso de pelúcia é uma presença afetuosa e protetora, um suporte para um sono tranquilo, ele não é um brinquedo, mas um companheiro. Em geral, o bicho de pelúcia é comprado pelos pais antes de qualquer pedido da criança, é tipicamente um presente pelo nascimento. A bebê Molly, por exemplo, tem um urso de pelúcia ao lado de seu berço o tempo todo. Ela não brinca com ele, no entanto, sua companhia é certa: ou a bebê está na companhia da mãe ou está na companhia de seu urso.

A partir de entrevistas minuciosas, realizadas com vinte e quatro meninas, de seis a dez anos, bem como questionário aplicado a trezentas crianças, entre elas meninos e meninas, Brougère (2004) constatou que, para meninas maiores, o urso de pelúcia é utilizado nas brincadeiras e se aproxima muito do brincar com bonecas. Raramente, as meninas o utilizam em papéis de animais. Quando Hannah brinca com seu urso de pelúcia, ela não faz distinção entre ele e suas bonecas: são todas senhoritas que se encontram para conversar e tomar chá.

Mesmo que o urso de pelúcia esteja inserido no grupo de brinquedos das duas meninas no filme, as bonecas são as que mais se destacam. De acordo com Brougère (2010), a boneca em todas as suas variações é o brinquedo mais oferecido às meninas. O autor chama atenção para o que ele nomeia de sistema de racionalização oriundo do sistema industrial. Esse sistema é caracterizado pela aplicação de técnicas de análise do mercado, procurando corresponder às expectativas dos consumidores. O brinquedo e, sobretudo, a boneca, entraram tardiamente nesse sistema. Num primeiro momento, a indústria se apossou de produtos arquitetados no espaço artesanal para, então, produzi-los em um novo contexto, num ritmo progressivo de mudanças, permanecendo, contudo, submissa à tradição. Foi somente em uma segunda etapa que as formas advindas da tradição e de métodos intuitivos foram ultrapassados, originado, assim, a noção de boneca industrializada.

O pesquisador destaca que a boneca não é um objeto “tradicional” por excelência, no sentido de não aceitar mudanças industriais. Inclusive, muitas de suas formas atuais são bem recentes. Por exemplo, a boneca-bebê, representando a criança de forma realista, é contemporânea ao processo de industrialização de meados do século XIX. Entretanto, a tradição se traduz, na medida em que existem expectativas relativamente estáveis quanto a certos aspectos da boneca. Como efeito da racionalização das bonecas contemporâneas,

surgiram as bonecas-vedetes, bonecas manequins, bonecas-estrelas, entre outras. Além da diversificação da boneca, também foram criados produtos mistos, como, por exemplo, bonecas que copiam representações de contos de fada, ficção científica e filmes. Dessa forma, percebe-se que “atualmente a boneca se diversifica de maneira racional, especializando-se para atender a uma determinada função particular ou unindo-se a outros objetos muito próximos da infância.” (BROUGÈRE, 2010, p. 31). Pensando na produção racionalizada ligada à sociedade de consumo, de acordo com o autor, a boneca é, assim como muitos outros produtos, “a testemunha de uma sociedade competitiva, onde a racionalização visa, no final das contas, se precaver do fracasso num mercado aberto e com uma concorrência cada vez maior.” (BROUGÈRE, 2010, p. 32).

Por esses parâmetros, a boneca, enquanto produção cultural voltada às meninas não pode ser considerada meramente como o espelho da sociedade, no sentido de uma superfície neutra e sem ação sobre a forma da representação. Ao contrário, pode ser compreendida como um espelho deformante, um espelho para destinatários certos:

Nem tudo se reflete no mundo da boneca; o espelho é seletivo, escolhendo certos objetos do ambiente infantil para fixá-los, como por exemplo a maternagem e os cuidados infantis, valorizando certos modos de vida e o ambiente de algumas classes sociais. O espelho não passeia por todos os caminhos da vida; ele não é o espelho do romancista do qual nos fala Stendhal; a boneca não é um romance, a criança não é um leitor. (BROUGÈRE, 2010, p. 35).

Deste modo, o mundo da boneca reflete mais uma imagem social da realidade do que a realidade social em si mesma. É, portanto, o “reflexo de um reflexo”, num espelho seletivo e deformante. A boneca é o reflexo de uma infância ideal, refletindo nossas próprias representações da infância. Mais que isso, é também um ideal de feminilidade: delicada, frágil e bela. Levando em consideração que ao brinquedo é atribuído um importante papel na impregnação cultural da criança, a socialização pressupõe a apropriação da cultura, uma cultura que pode ser compartilhada por toda sociedade ou por apenas parte desta. A criança se apropria dessa cultura, sobretudo, a partir da confrontação com imagens. De acordo com o autor, em cada cultura, há um “banco de imagens” e é com base nessas imagens que a criança poderá se expressar e apreender novas produções. Para se apropriar da cultura, a criança precisa não apenas se relacionar com objetos, mas, principalmente, com mediadores indispensáveis: representações, imagens, símbolos e significados. Nesse sentido, o brinquedo favorece apropriação de representações disponíveis na cultura:

A infância é, conseqüentemente, um momento de apropriação de imagens e de representações diversas que transitam por diferentes canais. As suas fontes são muitas. O brinquedo é, com suas especificidades, uma dessas fontes. Se ele traz para a criança um suporte de ação, de manipulação, de conduta lúdica, traz-lhe, também, formas e imagens, símbolos para serem manipulados. (BROUGÈRE, 2010, p. 42).

A partir dessas discussões, na animação em análise, ao limitar os brinquedos destinados às meninas apenas ao universo doméstico, há uma demonstração simbólica de qual é o lugar social destinado às mulheres. As mães das duas personagens meninas do filme deixam isso mais evidente: ambas estão envolvidas com os filhos e com os afazeres domésticos. Mesmo não havendo uma figura masculina como provedora de recursos, essas mulheres não são retratadas como profissionais inseridas no mercado de trabalho.

O universo do brinquedo feminino é, nesse aspecto, muito interessante por tratar-se daquele considerado como tal pela sociedade, pelas crianças, pelos pais, pelos comerciantes, independentemente das brincadeiras efetivas mais abertas à diversidade: privilegia o espaço familiar da casa, o universo “feminino” tradicional em detrimento do externo, do universo do trabalho. (BROUGÈRE, 2010, p. 44).

Em *Toy Story* (1995), as representações de brinquedos para meninos e brinquedos para meninas, seguem a lógica de uma cultura material que, desde as cores, a embalagem e o *marketing*, já faz distinção entre o que se produz para ambos os gêneros. Os brinquedos femininos estão associados universo familiar, enquanto os masculinos abrangem outros espaços:

Os brinquedos femininos evocam maciçamente o universo familiar (cuidados com o bebê, trabalhos domésticos e o universo de férias). Os brinquedos masculinos são marcados por temáticas que não pertencem ao lar, desde o carro que permite sair de casa até os universos profissionais e à aventura, da qual a guerra, sem dúvida, é o arquétipo, com uma importância concedida ao mundo intergaláctico e à fantasia. (BROUGÈRE, 2004, p. 294).

Vale destacar que os pais exercem forte influência nas escolhas generificadas dos brinquedos, uma vez que eles constroem o primeiro ambiente material da criança, antes mesmo que elas comecem a exercer seu poder de escolha. Entretanto, essa escolha também é atravessada pelas influências culturais e as experiências acumuladas a partir das interações da criança com os símbolos e discursos que permeiam a sociedade. O brinquedo é apenas um dos meios de acesso da criança à lógica da distinção entre o universo feminino e o masculino. Em

*Toy Story* (1995), não apenas os brinquedos evidenciam essa distinção, mas também os modos como as crianças brincam com esses artefatos.

## 2.4 Andy, Sid, Molly e Hannah: representações do brincar

O brincar é, de acordo com Brougère (1998) um espaço de criação cultural por excelência. Brincar supõe, de início, que, um conjunto de atividades humanas sejam repertoriadas e designadas como “brincar”. Nesse sentido, tal designação do “brincar” varia de cultura para cultura, bem como do momento histórico. “Cada cultura, em função de analogias que estabelece, vai construir uma esfera delimitada (de maneira mais vaga que precisa) daquilo que numa determinada cultura é designável como jogo.” (BROUGÈRE, 1998, pp. 20-21). Vale lembrar que, em nossa língua, usamos palavras distintas para nos referirmos à brincadeira e aos jogos. Dantas (1998) salienta que o termo “brincadeira” é utilizado para especificar uma atividade mais livre e individualizada, sem negar o aspecto social do brincar, enquanto o termo “jogo” é usado para indicar atividades norteadas por regras e de cunho social. Na língua francesa, da qual deriva a tradução da obra de Brougère, por exemplo, não há essa distinção linguística. A palavra *jouer* é usada para ambos os sentidos (assim como no inglês a palavra *play*).

No dicionário Aurélio de Língua Portuguesa<sup>30</sup>, encontramos diversos significados para o verbo “brincar”, entre eles: divertir-se; gracejar; entreter-se com alguma coisa infantil; agitar-se. Notamos, portanto, que há uma tendência em considerar o brincar como uma atividade prazerosa. No entanto, para Vigotski (2008), considerar a brincadeira como fonte de satisfação e prazer para a criança é incorreto por dois motivos: em primeiro lugar, porque há diversas atividades que podem proporcionar à criança mais satisfação do que a brincadeira, como por exemplo, chupar chupeta, mesmo que isso não leve à saciação da fome. Em segundo lugar, existem brincadeiras que nem sempre proporcionam satisfação. É o caso, por exemplo, dos jogos, onde nem sempre a criança é vitoriosa. Sendo assim, mais importante que a satisfação da criança ao brincar é o processo da brincadeira.

Ao negar que a brincadeira seja apenas uma fonte de satisfação para a criança, é preciso cuidado para não incorrer à intelectualização do brincar, ignorando as necessidades da criança e tudo aquilo que é motivo para sua ação. Quando objetiva-se explicar o desenvolvimento da criança pela ótica de suas funções intelectuais, comete-se o equívoco de

---

<sup>30</sup> Dicionário Aurélio Online. Disponível em: <https://dicionariodoaurelio.com>. Acesso em: 04/10/2016.

considerar que, dependendo do nível de desenvolvimento intelectual, a criança passaria de um estágio para outro. Ao contrário dessa perspectiva, o autor propõe que “qualquer passagem de um estágio etário para outro relaciona-se à mudança brusca dos motivos e dos impulsos para a atividade”. (VIGOTSKI, 2008, p. 24). Sendo assim, o que parece muito interessante para um bebê, praticamente deixa de interessar a criança na primeira infância, ou seja, até os três anos de idade.

O autor destaca que, na idade pré-escolar, surgem necessidades específicas, impulsos importantes para o desenvolvimento da criança, que a conduzem em direção à brincadeira. Na primeira infância, há uma tendência de querer realizar os desejos imediatamente. Já na idade pré-escolar, a partir dos três anos de idade, nem todos os desejos podem ser realizados prontamente. A brincadeira organiza-se justamente nesse momento em que a criança se depara com tendências irrealizáveis. Nesse sentido, ao mesmo tempo em que surgem necessidades e desejos não realizáveis imediatamente, conserva-se a tendência para a realização imediata dos desejos. “É disso que surge a brincadeira, que deve ser sempre entendida como uma realização imaginária e ilusória de desejos irrealizáveis.” (VIGOTSKI, 2008, p. 25). Essa impossibilidade da realização imediata dos desejos cria uma zona de desenvolvimento iminente:

A ação num campo imaginário, numa situação imaginária, a criação de uma intenção voluntária, a formação de um plano de vida, de motivos volitivos - tudo isso surge na brincadeira, colocando-a num nível superior de desenvolvimento, elevando-a para a crista da onda e fazendo dela a onda decúmana do desenvolvimento na idade pré-escolar, que se eleva das águas mais profundas, porém relativamente calmas. (VIGOTSKI, 2008, p. 35).

Essa analogia com as ondas do mar destaca a maneira como o brincar se movimenta: começando pela situação imaginária, muito próxima da situação real, o brincar de faz-de-conta, e se desenvolvendo em direção à consciência do objetivo da brincadeira, como é o caso dos jogos. Em outras palavras, a situação imaginária, a imitação e as regras são os princípios fundamentais da brincadeira.

A relação entre brinquedo e infância até agora apresentada, com vimos, não é intrínseca, e sim uma construção da sociedade e por ela mesma sustentada. No entanto, é a criança que, enquanto brinca, atribui significado ao brinquedo. No filme, os brinquedos possuem vida, mas não pertencem a si mesmos. São os objetos das crianças e são estas que no ato de brincar lhes conferem significação. Destarte, os mesmos brinquedos se transformam em diferentes personagens a partir do olhar da criança.



### 2.4.1 “Quer mais chá, dona Marocas?”: o brincar como construção de significados

Em seu quarto extremamente limpo, organizado e predominantemente rosa, a personagem Hannah costuma brincar com suas bonecas. No entanto, enquanto andava pelo corredor da casa, a garota se deparou com o boneco Buzz Lightyear caído no chão e com um dos braços quebrado. Sem hesitar, ela levou o boneco ao seu quarto, inserindo-o em sua brincadeira:

**Buzz:** Há uma missão secreta no espaço não mapeado. Vamos lá! *(frase emitida quando a garota pressiona um botão)*

**Hannah:** É mesmo?! Isso é muito interessante.... Quer mais chá dona Marocas?

*(a menina faz-de-conta que coloca chá na xícara de Buzz)*

**Hannah:** Que bom que veio! Apesar do convite em cima da hora...

*(Woody observa a cena pela porta do quarto e age como se Buzz estivesse em apuros)*

**Hannah:** Que chapéu lindo, dona Marocas.... Ficou muito bem na sua cabeça!

*(Woody imita a voz da mãe de Hannah para que a menina saia do quarto)*

**Hannah:** Com licença senhoras. Eu já volto. **(TOY STORY - 1995. 00:49:56 – 00:50:23).**

A figura 18 ilustra esse episódio. É possível observar que a garota colocou no boneco um avental e um chapéu:



Figura 18. Hannah brincando com o boneco Buzz Lightyear.

Na brincadeira de Hannah, o “defensor da galáxia” está tomando chá com as amigas em um fim de tarde. Ele não é mais um Buzz Lightyear, o famoso boneco da televisão, e sim, Dona Marocas. Ao brincar com Buzz, Hannah dá um novo significado ao brinquedo. Ela não reproduz as imagens associadas ao boneco: um patrulheiro espacial; defensor da galáxia; um brinquedo para meninos. Há uma relação ativa na apropriação que a garota faz desse

brinquedo. Isso remete à afirmação de Brougère de que “a criança, na maior parte das vezes, não se contenta em contemplar ou registrar as imagens: ela as manipula na brincadeira e, ao fazê-lo, transforma-as e lhes dá novas significações”. (BROUGÈRE, 2010, p. 49). O autor traz como exemplo a famosa boneca Barbie, cuja imagem está associada ao universo do luxo, da beleza e da riqueza. Em suas pesquisas, ele observou que é comum que as meninas insiram a boneca em outros contextos, tornando-a faxineira, mãe, babá, entre outras coisas. Assim, a temática central dá lugar a outros interesses, oriundos das vivências cotidianas e do contexto social no qual a criança está inserida. A partir dos interesses de Hannah, um super-herói se transforma em uma donzela. Dessa maneira, o universo fantástico sofre alterações: “os guerreiros/mágicos sentam-se à mesa, dormem, dedicam-se às ocupações mais banais da vida cotidiana. A manipulação transforma ou anula as significações anteriores”. (BROUGÈRE, 2010, p. 49).

O brincar, nesse sentido, pode ser uma confrontação, na qual a criança elimina certas significações, conservando outras, ou substituindo-as. Há uma aprendizagem ativa, em que a criança não se submete à imagem, mas pode manipulá-la, modificá-la e até mesmo negá-la. Os apelos publicitários, associados ao boneco Buzz, não determinam o uso que Hannah faz do brinquedo em sua brincadeira, nesse sentido, a criança não é passiva diante da imagem exibida na televisão:

O desenvolvimento da manipulação leva à criação e a um distanciamento do tema original. É claro que o primeiro contato parece conduzir a criança para o lado da moda, da norma, da regra, porém, o efeito a longo prazo parece ser diferente. Além disso, é preciso notar a contribuição da brincadeira que permite passar da passividade diante da imagem da televisão para a atividade lúdica. Consequentemente, embora a impregnação cultural passe pela brincadeira, não se deve entender isso como uma simples impregnação dos conteúdos simbólicos do brinquedo. Trata-se de um processo dinâmico de inserção cultural sendo, ao mesmo tempo, imersão em conteúdos preexistentes e apropriação ativa. (BROUGÈRE, 2010, p. 51).

Mesmo com toda complexidade, aprendizagem e manipulação ativa que Hannah demonstra em seu brincar com o boneco Buzz Lightyear, em *Toy Story* (1995) os signos que compõem a cena demonstram que, enquanto brinca, a garota também reproduz estereótipos de feminilidade. Em seu quarto, há uma predominância da cor rosa. Há flores por toda a parte: no papel de parede, na roupa da garota, na roupa da boneca, na colcha da cama e no tapete. Enquanto brinca com Buzz, Hannah o insere no universo da “brincadeira de menina”. Ela não brinca de ser astronauta, suas narrativas não exploram outros espaços além do ambiente doméstico. Isso mostra que “possuir um brinquedo do outro sexo não leva a brincar como o

outro sexo.” (BROUGÈRE, 2004, p. 302). Sendo assim, a produção cultural voltada à criança é complexa e romper com a dicotomia masculino-feminino não é tão simples, pois,

se trata de uma complexa produção cultural ligada à construção da personalidade da criança no âmbito da socialização, que a experiência lúdica é ao mesmo tempo arbitrária e suscetível de diferentes mudanças. Ela é também o lugar de uma distinção forte segundo o sexo, ainda mais forte porque não resulta de um único fator que bastaria ser modificado para transformar o caráter sexuado da experiência lúdica. É uma sucessão complexa de interações, de interiorizações e de interpretações das experiências vividas que constrói essa diferença, que a criança não recebe pronta e de cuja produção ela participa. (BROUGÈRE, 2004, p. 302).

No filme, após breves minutos de brincadeira de Hannah com o boneco Buzz Lightyear, o cowboy Woody entra em cena para “salvar” Buzz dessa situação “humilhante”. O excerto a seguir descreve esse episódio:

**Woody:** Buzz? Você está bem?

**Buzz:** já era tudo. Já era tudo... *bye bye!* Uh uh ... até mais! *(com voz de embriagado)*

**Woody:** O que foi que houve com você?

**Buzz:** Um dia você está defendendo a galáxia inteira e outro dia você está aqui, aturando a Maria Antonieta e a irmãzinha dela... *(choro)*

**Woody:** Acho que você já tomou chá demais, Buzz! Vamos embora daqui...

**Buzz:** Você não entendeu? Viu o chapéu? Eu sou a senhora Marocas! Há-há-há-há *(riso exagerado, voz feminina e olhar confuso)*

**Woody:** Pare com isso *(usando o braço quebrado de Buzz, Woody bate em sua cabeça e o boneco volta ao “normal”)*

**Buzz:** Tem razão, acho que fiquei um pouco deprimido... Eu vou superar. *(com voz habitual)* Ahh! Eu sou uma fraude! Olha só pra mim! Não posso nem voar pela janela... mas o chapéu tá bonito! Diz pra mim que o chapéu tá bonito, o avental é legal. Tudo bem, eu não gosto da cor, mas o chapéu... *(voz feminina)* (TOY STORY - 1995. 00:50:30 – 00:50:29).

Ao ser inserido no universo da “brincadeira de menina”, o boneco Buzz tem sua autoestima afetada. A coragem, autoconfiança e projetos dão lugar à insegurança, desânimo e futilidade. Coincidentemente, essas características são bem semelhantes às associadas a própria personagem Hannah. A preocupação com a roupa e o chapéu demonstram que, enquanto “Dona Marocas”, o boneco não é capaz de combater o mal e muito menos garantir a segurança da galáxia. Ele precisa se contentar com ocupações menos ambiciosas e renunciar sua própria essência. Reprimir os desejos e, mesmo que isso lhe cause sofrimento, se contentar com sua nova condição. Essa representação do brincar demonstra que o brinquedo

só adquire sentido nas situações em que é manipulado. O uso que cada criança faz do brinquedo é único e marcado por suas impressões de mundo.

#### 2.4.2 Molly: a criança pequena que ainda não aprendeu a brincar

A bebê Molly costuma ficar em seu berço, no quarto do irmão Andy. Enquanto o garoto brinca, ela observa atentamente. Em uma das cenas iniciais do filme, o garoto Andy prende o Sr. Cabeça de Batata no berço da irmã. Em sua brincadeira de faz de conta, o boneco é um vilão e o berço da irmã uma prisão. Em posse do brinquedo, Molly rapidamente o coloca na boca e freneticamente agita o boneco de um lado para o outro. (Figura 19).



Figura 19. Molly brincando com o Sr. Cabeça de batata.

A criança pequena, em *Toy Story* (1995), é representada como a criança que não sabe brincar. Ela estraga e suja os brinquedos. Para enfatizar ainda mais o uso inconveniente que Molly faz do brinquedo, enquanto personagem, o próprio Sr. Cabeça de Batatas reclama do ocorrido. À medida em que o boneco se recompõe (Figura 20), ele diz: “Acima de 3 anos! É o que diz a minha caixa. Eu não vou dar uma de babá para uma menina babona”.



Figura 20. Sr. Cabeça de batata se recompondo após ser jogado no chão por Molly.

Há, no desabafo do Sr. Cabeça de Batata, uma delimitação de quem pode ou não brincar com determinados brinquedos. A idade parece ser um fator crucial para permitir ou restringir o acesso aos brinquedos. Sendo assim, a criança pequena não pode brincar com os brinquedos de uma criança maior. Ora, há de se reconhecer que muitos brinquedos são restringidos às crianças de certas idades por motivos de segurança. Por exemplo, desde 1988, o processo de avaliação da conformidade de brinquedos no Brasil, através da Portaria Inmetro 177, tornou compulsória a certificação de brinquedos fabricados e/ou comercializados no País, no intuito de se preservar a saúde e a integridade física das crianças enquanto estão brincando.<sup>31</sup> Porém, no excerto em análise, não há uma preocupação com a segurança de Molly. Não é o brinquedo que está inapropriado para a criança, mas é a criança quem está inapropriada para o brinquedo. Bem, como no filme, a criança pequena é representada como aquela que ainda “não saber brincar”, esse é a única cena em em que Molly é vista com um brinquedo.

#### **2.4.3 Andy e Sid: modos de brincar e antagonismos**

Nas primeiras cenas do filme, o garoto Andy brinca com alguns de seus brinquedos. Woody (xerife) é o grande herói: livra a mocinha (Bethy, a boneca pastora de ovelhas) das mãos do vilão (Sr. Cabeça de Batata) e o coloca na cadeia (berço da irmã bebê, Molly). A Figura 19 apresenta uma sequência de imagens dessas primeiras cenas:

---

<sup>31</sup> Informações obtidas no endereço eletrônico: <http://inmetro.gov.br/imprensa/releases/brinquedos.asp>. Acesso em: 16/11/2016.



Figura 21. Sequência de imagens das primeiras cenas do filme, em que Woody é o Herói na brincadeira de Andy.

Nessa brincadeira, é Andy quem narra toda a conversa entre os brinquedos. Até aqui, os brinquedos são apenas brinquedos, eles não têm vida, não são personagens da animação. É o garoto quem lhes dá voz. A modulação de sua voz de Andy muda de acordo com o brinquedo: para o Sr. Cabeça de Batata, uma voz ameaçadora; para Bethy, uma voz frágil e delicada; para Woody, uma voz firme e confiante. O excerto a seguir narra as cenas selecionadas na figura apresentada:

**Barth Caolho (Sr. Cabeça de Batata):** Muito bem, vocês! É um assalto! Não se movam! Esvaziem o cofre agora. Haha! Grana, grana, grana!

**Bethy:** Pare, pare! Sua batata malvada!

**Sr. Cabeça de Batata:** Quieta, Bethy! Ou suas ovelhas vão sofrer!

**Bethy:** Oh! Minhas ovelhas não! Alguém me ajude, por favor!

**Woody:** Mãos ao auto!

**Sr. Cabeça de Batata:** Ah, não! É o xerife Woody!

**Woody:** Não reaja! Eu vim pegá-lo Barth Caolho!

**Sr. Cabeça de Batata:** Como sabia que era eu?

**Woody:** Vai se entregar sem reagir?

**Sr. Cabeça de Batata:** Não pode tocar em mim, xerife! Eu trouxe meu cão de ataque com campo de força embutido!

**Woody:** E eu trouxe meu dinossauro que come cães com campo de força! Você vai pra cadeia, Barth! Dê adeus a sua mulher e a seus filhos.

(TOY STORY - 1995, 00:01:00 – 00:02:00).

No brincar de Andy, é possível notar uma reprodução de cenas clássicas em filmes de faroeste *hollywoodyano*: Um bandido malvado; uma donzela em perigo; um herói que prende o bandido e resgata a donzela. Enquanto brinca, Andy reproduz estereótipos de masculinidade e de feminilidade: o homem representa a força e a mulher a fragilidade, a incapacidade de resolver seus conflitos. Ela precisa de um homem corajoso que a proteja do perigo. No final da brincadeira, Andy diz: “Você salvou o dia de novo, Woody”, o que leva a crer que o garoto costuma brincar e criar situações em que o boneco Woody seja o herói. No filme, todas as cenas em que Andy brinca com Woody estão relacionadas ao faroeste. Não se trata apenas de uma reprodução do que se viu ou viveu, é mais que isso. De acordo com Vigotski (2008), o brincar não é apenas uma recordação daquilo que se viveu, mas uma elaboração criativa dessas vivências, ou seja, é a construção de uma nova realidade que corresponde aos desejos da criança.

O garoto Andy parte das propriedades físicas de seus brinquedos para criar situações e narrativas. Woody é um boneco *cowboy*, portanto, nas brincadeiras do garoto, ele é sempre o herói, o xerife, o valente. O Sr. Cabeça de Batata, nome dado ao brinquedo pelo próprio fabricante, é, na brincadeira, o vilão. Andy retira um de seus olhos e cria o terrível “Barthy caolho”. As propriedades físicas do brinquedo permitem ao garoto transformar uma batata em um típico vilão. Slinky, o cachorro-mola, na brincadeira, continua sendo um cão, porém, suas molas se transformam em um campo de força embutido. O dinossauro, também, continua sendo um dinossauro, com todo o estereótipo que lhe é conferido: assustador e difícil de ser derrotado (assim como no primeiro filme da saga *Jurassic Park*, lançado em 1993, dois anos antes do lançamento de *Toy Story*). Bethy é uma boneca de porcelana, uma pastora de ovelhas. No brincar de Andy, ela é frágil, tal como a porcelana da qual é feita. Suas ovelhas, por consequência, estão sempre em perigo.

Os brinquedos que Andy utiliza nessa brincadeira não se restringem apenas aos objetos nomeados culturalmente como tais. As caixas de papelão se transformam em igreja, banco, escola e hospital. Em outros momentos, as caixas de papelão também se transformam em gado (Figura 22) e foguete espacial (Figura 23).





Figura 22. Caixas de papelão se transformam em gado.



Figura 23. Caixa de papelão é usada como foguete espacial.

Essas imagens demonstram que uma das características da brincadeira é que ela não tem uma função precisa. Com aponte Brougère (2010), a brincadeira pode fabricar seus objetos e até mesmo desviá-los de seu uso habitual. Portanto, cabe aqui uma pergunta: o que faz de um objeto um brinquedo? A partir dos apontamentos de Pereira (2009), podemos compreender o brinquedo para além daquilo que convencionalmente reconhecemos como tal. Os brinquedos não são apenas os objetos fabricados pelos adultos e oferecidos às crianças: “pedrinhas viram tesouros, pedacinhos de madeira viram avião, tampas de panela viram direção de carro ou arcos que giram pelo chão”. (PEREIRA, 2009, p. 1). Nesse sentido, trazendo Benjamin (2009) para a discussão, a brincadeira não é definida pelo brinquedo, ao contrário, é a criança que, enquanto brinca, transforma qualquer objeto em tal. No brincar de Andy, há uma riqueza de elementos: a apropriação cultural de estereótipos e ideários compartilhados pela sociedade; o brinquedo pelo olhar da criança; a transformação daquilo que se tem em algo que está ausente; a imaginação transformando a realidade e a realidade dando “asas à imaginação”.

Tudo pode se tornar um brinquedo e, de acordo com Brougère (2010), o sentido do objeto lúdico só é dado por aquele que brinca enquanto dure a brincadeira. Já o brinquedo enquanto objeto industrial conserva seu caráter de brinquedo, quer seja utilizado ou não em uma situação de brincadeira. Isso porque, na sociedade, há um lugar que lhe é destinado na distribuição dos objetos. O autor considera esse brinquedo como uma “mídia” que transmite à criança certas imagens, representações e conteúdos simbólicos produzidos na sociedade, em que a criança está inserida.

Levando em conta o protagonismo do boneco Woody nas brincadeiras de Andy, bem como as evidências de que esse brinquedo é o preferido do garoto desde o jardim de infância, é necessário destacar que, de acordo com Benjamin (2009), há, no brincar, uma grande lei que



rege todas as outras regras: a lei da repetição. Nada torna a criança mais feliz do que o “mais uma vez”, “de fato”, nas palavras do próprio autor, “toda e qualquer experiência mais profunda deseja insaciavelmente, até o final de todas as coisas, repetição e retorno, restabelecimento à situação primordial da qual ela tomou o impulso inicial”. (BENJAMIN, 2009, p. 101). Não se trata apenas de uma maneira de elaborar teríveis experiências, “mas também de saborear, sempre de novo da maneira mais intensa, os triunfos e as vitórias” (BENJAMIN, 2009, p. 101).

Com a chegada do novo brinquedo, o boneco espacial Buzz Lightyear, as brincadeiras do garoto Andy sofrem algumas modificações. Inicialmente, no ápice da empolgação do garoto, o boneco astronauta passa a ser o herói. Aparentemente, Woody é abandonado. Porém, dentro de poucos dias, o boneco volta a ser protagonista, mas agora acompanhado de Buzz. Ambos os brinquedos se tornam uma dupla invencível nas brincadeiras do garoto. Nesse sentido, os enredos das brincadeiras de Andy ganham novas configurações. O brincar não é, portanto, uma ação enrijecida, petrificada e monótona. A repetição mencionada por Benjamin (2009) não se relaciona a esses atributos.

Em oposição ao brincar de Andy, o filme apresenta outra maneira de brincar, o brincar de Sid. Há um forte contraste entre esses dois personagens meninos. Em se tratando da quantidade de brinquedos, Andy se destaca. Em seu quarto existem vários brinquedos, alguns são vistos apenas como pano de fundo em alguma cena. Os brinquedos de Sid não são convencionais, foram desmontados e refeitos, alguns destruídos com intencionalidade. Já Andy preza por manter seus brinquedos intactos, estão todos inteiros e até os mais antigos continuam funcionando, basta, quem sabe, trocar as velhas pilhas. Andy se envolve afetivamente com seus brinquedos e, por isso, é impossível que ele os estrague. Mesmo que simbolicamente, alguns brinquedos sejam aniquilados em suas brincadeiras, os brinquedos, enquanto objetos, permanecem inviolados. A identidade dos brinquedos é preservada. Ele os aceita como são.

Para que o espectador perceba o antagonismo entre os dois personagens, o quarto, os brinquedos e o brincar de ambos são apresentados quase que simultaneamente, formando um contraste.

De acordo com Edgar-Hunt; Marland e Rawle (2013), um filme é um complexo ato de comunicação. Na semiótica cinematográfica, os signos são as principais unidades de significação. Um signo pode ser qualquer coisa à qual reagimos, ou seja, que prende a atenção do espectador. Para os autores, o cinema é a arte da abreviação visual, o espectador pode ver significado no filme por conta de signos dispostos de forma intencional. As cores e a luz das

cenar, nesse sentido, podem ser compreendidas como signos. Visto de cima, o quarto de Andy (Figura 24) apresenta vários signos:



Figura 24. O quarto de Andy.

Nessa imagem, é possível notar uma predominância das cores marrom, azul e verde. Há uma iluminação natural vinda da janela. Raios de sol incidem sobre a cama e refletem no chão do quarto, exatamente em cima de um grupo de brinquedos. A iluminação, nesse caso, direciona o olhar para o lado esquerdo do quadro. Também é possível perceber um berço no canto direito. A cor rosa indica que é o berço de uma menina, a irmã de Andy. O berço cor de rosa, enquanto símbolo, torna “aceitável” o fato de haver, entre os brinquedos do garoto, uma boneca. Pensando na animação como uma ampla explosão de signos, as sequências de imagens são cruciais para o espectador compreender a história do filme. As imagens selecionadas para as cenas iniciais apresentam o universo do garoto Andy. Os signos escolhidos pelos produtores do filme traçam o perfil desse personagem: as cores, a trilha sonora e a iluminação criam um cenário alegre, organizado e aconchegante. Porém, uma mudança nesses aspectos favorece o contraste do outro personagem, o garoto Sid. (Figura 25).



Figura 25. O quarto de Sid.

Há, nessa imagem, vários signos que permitem construir a identidade do garoto Sid: pouca iluminação no quarto, dando um ar sombrio à cena; cartazes de *rock' rol* fixados nas paredes, remetendo à ausência de inocência do personagem; lixo espalhado pelo chão do quarto, contrapondo-se à limpeza e organização do quarto de Andy; também há latas de refrigerante e restos de comida dispersos pelo chão, indicando que o garoto provavelmente realiza muitas de suas refeições no quarto, sozinho.

Os brinquedos dos dois meninos também são antagônicos: os de Andy têm vida e até mesmo sonhos e projetos (como é o caso do Sr. Cabeça de Batata, que sonha em encontrar uma Sra. Cabeça de Batata). Já os brinquedos de Sid, são despersonalizados, não se divertem, não conversam, não são humanizados como os de Andy. A figura 26 apresenta esses dois grupos de brinquedos:



Figura 26. Brinquedos de Andy *versus* brinquedos de Sid.

A presença e a ausência de luz, nessas cenas, reforçam a oposição entre os dois grupos de brinquedos. A luz representa a vida dos brinquedos de Andy, já a escuridão representa a perda de identidade dos brinquedos de Sid.

Quando os bonecos Woody e Buzz Lightyear vão parar nas mãos de Sid, mais uma vez, o contraste é evidente. Os brinquedos são os mesmos, mas o brincar dos dois garotos é completamente diferente. A figura 27 retrata Sid brincando com o boneco Woody:



Figura 27. Sid brincando com o boneco Woody.

Na brincadeira, Woody é um soldado sobrevivente do exército inimigo e está sendo interrogado por Sid :

**Sid:** Há! Um sobrevivente! Onde fica a base, rebelde? Fale!

(Enquanto caminha em direção ao boneco).

**Sid:** Estou vendo que é determinado... Bom, temos meios de fazê-lo falar...

(*Enquanto queima a testa de woody, utilizando a técnica de fazer fogo com uma lupa e a luz do sol*). (TOY STORY - 1995. 00:44:15 - 00:44:43).

No brincar de Sid, vemos que o boneco *cowboy* adquire uma nova identidade: mesmo com toda pompa que sua bota, seu chapéu de couro e seu distintivo de “xerife” lhe confere, na brincadeira do garoto, ele é apenas um soldado nas mãos do inimigo. A imaginação do garoto se sobrepõe aos elementos óbvios do brinquedo. Além disso, o próprio Sid também participa da brincadeira. Ele interage com o brinquedo. A técnica utilizada para produzir fogo é, muito provavelmente, uma das especialidades que o garoto aprendeu nas colônias de férias das quais participou. É uma técnica de sobrevivência, porém, em seu brincar, se torna um instrumento de tortura.

A guerra é uma temática antiga na história da humanidade e aparece com frequência nas brincadeiras das crianças, predominantemente no brincar dos meninos. Uma vez que, na brincadeira, há uma confrontação com a cultura, de acordo com Brougère (2010), o brincar também pode ser uma confrontação com a violência do mundo:

Efetivamente, a brincadeira aparece como um meio de escapar da vida limitada da criança, de se projetar num universo alternativo excitante, onde a iniciativa é possível, onde a ação escapa das obrigações do cotidiano. É o universo alternativo que projeta a criança num mundo adulto mais apaixonante do que aquele que a cerca. Este pode ser o universo da aventura, da exploração. Ora, a guerra é uma das principais fontes da exploração, da aventura, da ruptura com o cotidiano. O imaginário da guerra, que anima nossa cultura desde os textos bíblicos até as façanhas dos heróis da Resistência, vem incrementar os temas das brincadeiras, dando um conteúdo preciso a essa necessidade de escapar das contingências do presente. (BROUGÈRE, 2010, pp. 83-84).

Brincar de guerra, portanto, não pode ser considerado um disparador de agressividade. No entanto, em *Toy Story* (1995), o brincar de Sid é retratado como um brincar violento e que precisa ser contido. Todas as brincadeiras de Sid estão associadas, de alguma maneira, à destruição. Em outra cena, por exemplo, enquanto brinca com Buzz Lightyear, o garoto parte das características físicas do boneco astronauta e planeja lançá-lo ao espaço em um foguete, afinal, não é isso que os patrulheiros espaciais fazem? No brincar de Sid, o faz-de-conta se

confunde com o real. Ele não apenas faz de conta que tortura um soldado, mas procura fazê-lo literalmente. Ele não faz-de-conta que envia um astronauta para o espaço, mas planeja fazê-lo de fato.

Outra brincadeira favorita de Sid é fazer de conta que é um médico cirurgião. Em seu quarto há um lugar reservado para esses atendimentos (figura 28): uma mesa, uma maleta de ferramentas (instrumentos cirúrgicos), uma lâmpada fluorescente (para uma visualização mais detalhada do paciente) e uma máscara (para que não haja nenhum tipo de contaminação).

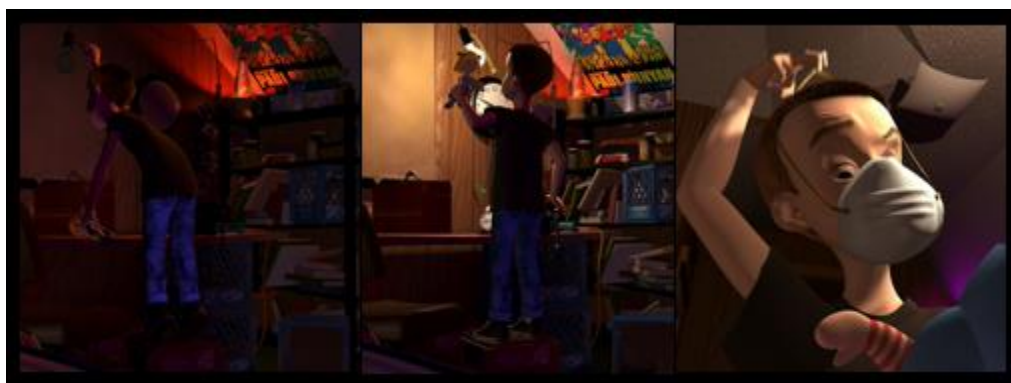


Figura 28. Sid brincando de médico cirurgião.

Quando brinca de “doutor”, Sid não apenas faz de conta que faz um transplante, ele de fato o faz. Com a boneca da irmã, ele pretende fazer algo inédito na história da medicina: um transplante de cérebro. Ele retira a cabeça da boneca e substitui por uma cabeça de um réptil. Woody e Buzz assistem a cena em silêncio. Eles ficam horrorizados. Mesmo sendo inegável o potencial criativo do garoto Sid, no filme, o seu modo de brincar é retratado como inadequado. Ironicamente, voltando às cenas iniciais do filme, quando Buzz Lightyear ainda está se familiarizando com o novo ambiente da casa de Andy, ao ver Sid pela primeira vez, o boneco não entende o motivo pelo qual os brinquedos têm tanto medo do garoto. Enquanto os brinquedos comentam sobre o “monstro” Sid, Buzz olha pela janela no intuito de conhecê-lo. Intrigado, ele questiona se “aquele menino feliz” é o garoto de quem eles tanto falam. Quase que em coro, os brinquedos respondem: “Ele não é um menino feliz. Ele tortura brinquedos por diversão”. Em outras palavras, Sid não pode ser uma criança “normal”, pois, não sabe brincar.

Nesse sentido, na animação em análise, mesmo que o brinquedo seja feito para a criança, existem limites que norteiam como ele deve ser usado. O ponto central em relação ao brincar de Sid é que, entre ele e os seus brinquedos, não há uma relação de afetividade. Para

Sid, os brinquedos são objetos, não são amigos nem companheiros. Eis que, na relação de Andy com seus brinquedos se dá o oposto. Os sentimentos afetuosos de Andy em relação aos seus brinquedos faz com que o garoto jamais pense em destruí-los, pois, seria como machucá-los. O garoto também se identifica com seus brinquedos e escreve seu nome em seus bonecos preferidos (Figura 29).



Figura 29. Andy escreve seu nome nos bonecos Woody e Buzz Lightyear.

Além disso, os brinquedos favoritos de Andy desempenham a função de companheiros. Quando sai para um passeio, o garoto sempre leva consigo um de seus bonecos. Durante a noite, eles são como “anjos da guarda” e propiciam um sono tranquilo (Figura 30). Em oposição a isso, até o sono de Sid é retratado como um sono “problemático” (Figura 31).



Figura 30. Andy dormindo.

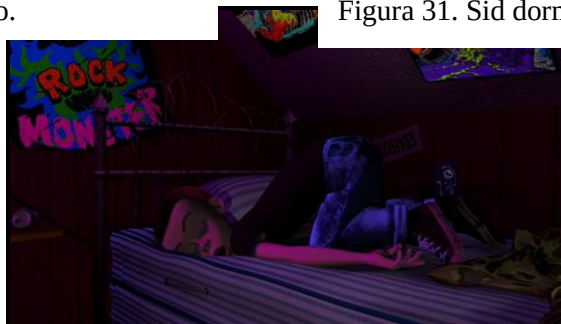


Figura 31. Sid dormindo.

A dicotomia na maneira de dormir desses dois garotos, mais uma vez, indica qual é a infância valorizada no filme. A pedagogia dessas duas cenas realça que a docilidade é uma característica da criança ideal. Em oposição a isso, a criança-problema é inquieta. Mesmo enquanto dorme, essa criança não pode ser controlada. Sid nem sequer tira os sapatos para dormir, não se cobre, não fecha a boca. Ele representa o corpo indisciplinado. Para Foucault (1999), a necessidade de dominar os corpos é fruto de uma sociedade capitalista. A escola, assim como as prisões deve vigiar e punir esses corpos indisciplinados, para torna-los dóceis e obedientes. Em *Toy Story* (1995), os garotos Sid e Andy representam esses dois paralelos. A valorização de todos os aspectos que compõem o personagem Andy permite assinalar que esse modo de ser criança é o ideal de infância do filme. Não só os brinquedos preferem Andy ao invés de Sid, a sociedade capitalista também. A escola quer muitos Andys. Os Sids devem ser expulsos, ou “educados”.

Docilizar essa infância inquieta não é tão simples. No filme, tanto a família quanto as instancias educacionais falham na “educação” de Sid. Nesse sentido, os próprios brinquedos assumem o papel de professores e “ensinam” ao garoto a se comportar direito. Enquanto ele brinca no quintal e se prepara para acender o foguete preso ao corpo de Buzz Lightyear, os brinquedos se encarregam de lhe dar uma lição:

**Sid:** Houston, temos permissão para o lançamento? Entendido. A permissão foi concedida! O lançamento se dará em dez segundos. Dez... Nove...

**Woody:** Mãos ao alto!

**Sid:** Hãn?

**Woody:** Essa cidade é pequena demais para nós dois.

**Sid:** O quê? (*assustado*)

**Woody:** Alguém envenenou a água do poço!

**Sid:** Tá com defeito...

**Woody:** Quem é que tá com defeito, otário?!

É isso mesmo, estou falando com você Sid Philips! Nós não gostamos de ser explodidos, nem amassados e nem rasgados.

**Sid:** Nós? (*com voz trêmula*)

**Woody:** Isso mesmo! Os seus brinquedos!

*Enquanto isso, os brinquedos de Sid começam a se aproximar, formando um círculo ao redor do garoto.*

**Woody:** De agora em diante, você deve ter cuidado com os seus brinquedos, porque se não tiver, Sid, nós saberemos. Nós brinquedos podemos ver tudinho. Então, brinque direito! (**TOY STORY - 1995. 01:05:44 - 01:07:20**).

Em outras palavras, os brinquedos assumem o papel de “vigiar” essa criança problema. Dessa forma, fica evidente que a concepção de brincar e de infância “vendidas” no



filme são marcadas pela padronização e obediência. Assim o brincar direito é brincar sem estragar os brinquedos. Portanto, não apenas o brincar de Sid é rechaçado, mas também o de Molly, a criança pequena que suja e estraga os brinquedos e o brincar de Hannah, que profana a identidade do boneco Buzz, fazendo-o se sentir uma fraude.

Além de valorizar a infância obediente e dócil, na animação outra característica é apreciada: a disposição em consumir.

### **3 CONSUMISMO E A REDE TRANSMÍDIA EM E A PARTIR DE *TOY STORY* (1995)**

Para início dessa discussão, é importante fazer uma distinção entre “consumo” e “consumismo”. Para tanto, recorreremos aos estudos realizados por Bauman (2008), que oferecem uma retomada histórica sobre o tema. Antes disso, é importante frisar que, no próprio Dicionário Online de Português<sup>32</sup>, há uma clara diferenciação entre essas duas palavras: consumo é definido como o “uso que se faz de bens e serviços produzidos”, já a palavra consumismo é definida como “paixão por comprar; tendência a comprar sem freio; excesso de consumo; sistema caracterizado por esse excesso”. Nesse sentido, o consumo está relacionado à utilização de bens e serviços, já o consumismo relaciona-se ao ato de comprar em excesso.

Para Bauman (2008), o consumo pode ser definido como uma “característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos”, enquanto que o consumismo “é um atributo da sociedade”. O consumo, apesar de ser uma atividade que realizamos todos os dias, ocorre, na maior parte das vezes sem muito planejamento. Dessa forma, é possível pensar no consumo enquanto condição, como um elemento inseparável da sobrevivência biológica. O autor explica que

O fenômeno do consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos – e com certeza é parte permanente e integral de todas as formas de vida conhecidas a partir de narrativas históricas e relatos etnográficos. [...] Qualquer modalidade de consumo considerada típica de um período específico da história humana pode ser apresentada sem muito esforço como uma versão ligeiramente modificada de modalidades anteriores. (BAUMAN, 2008, P. 37).

---

<sup>32</sup> Disponível em: [www.dicio.com.br](http://www.dicio.com.br). Acesso em: 27/03/2016.



Em sua retomada histórica, o autor mostra como ocorreu a passagem do “consumo” ao “consumismo”. Ele destaca que, no início do século XX, o “consumo ostensivo” tinha como principal característica a exibição pública de riqueza com ênfase em sua solidez e durabilidade. Portanto, metais nobres e joias preciosas eram os objetos mais exibidos, pois representavam permanência, durabilidade. Esses, entre outros artigos, “eram tão duradouros quanto se desejava e esperava que fosse a posição social, herdada ou adquirida que representavam” (BAUMAN, 2008, p. 44).

Nesse modelo de sociedade denominada pelo autor como “sólido-moderna”, predominava o desejo não só por durabilidade, mas também por segurança. Entretanto, para ele, a sociedade moderna deixa de ser sólida para se tornar líquida. A partir dessa mudança, nota-se uma frequente instabilidade nos desejos, bem como a insaciabilidade das necessidades, há uma crescente tendência ao “consumo instantâneo e à remoção, também instantânea, de seus objetos, harmonizando-se bem com a nova liquidez do ambiente em que as atividades existenciais foram inscritas” (BAUMAN, 2008, p. 45). A maior parte dos bens considerados valiosos perdem o brilho e a atração com tamanha rapidez que, para o autor, podem até se tornar inadequados, ou irem parar nas lixeiras, antes mesmo de serem usados.

A principal característica da sociedade consumista, de acordo o sociólogo, é que os cidadãos vivem com pressa, por conta do impulso de *adquirir* e *juntar*. Entretanto, o motivo principal da pressa da vida “agorista” é a necessidade de *descartar* e *substituir*. “Não se deve chorar pelo leite derramado”, é uma frase comum, quase um provérbio. Para ele, essa é a mensagem latente por trás de cada comercial que promete uma nova e inexplorada oportunidade de felicidade. Na sociedade de produtores, quando uma tentativa fracassava, a frase mais comum que se ouvia era “Tente outra vez, mas agora de modo mais árduo, com mais destreza e dedicação”. (BAUMAN, 2008, p. 51). Porém, na sociedade de consumidores, se as ferramentas falharam devem ser abandonadas, e não afiadas para que possam ser utilizadas novamente:

Assim, quando os objetos dos desejos de ontem e os antigos investimentos da esperança quebram a promessa e deixam de proporcionar a tão esperada satisfação instantânea e completa, eles devem ser abandonados. (BAUMAN, 2008, p. 51).

É necessário, contudo, fazer uma ressalva quanto às ideias propostas pelo autor. Ele mesmo deixa claro que dizer que os seres humanos sempre preferiram a felicidade à infelicidade é uma observação banal, pois o próprio conceito de felicidade “diz respeito a

estados ou eventos que as pessoas desejam que aconteçam”, enquanto que infelicidade “representa estados ou eventos que elas querem evitar” (BAUMAN, 2008, p. 59). Por esse motivo, seria muito ingênuo por parte de qualquer pesquisador considerar que determinada sociedade foi mais “feliz” ou “infeliz” que outra. Até porque os sentimentos de felicidade fazem parte de um contexto histórico e quando nos referimos a sociedades que deixaram de existir, não podemos afirmar, com base no contexto atual, que as pessoas eram infelizes, pois este é um olhar baseado em nossas experiências e naquilo que consideramos “felicidade” por conta de tudo que aprendemos em nosso contexto social.

Sendo assim, dizer que a revolução consumista líquido-moderna tornou as pessoas mais ou menos felizes do que aquelas que viveram na sociedade sólido-moderna dos produtores é, como ressalta o próprio autor, uma questão controversa, portanto, avaliações comparativas devem ser evitadas. Em vez disso, o autor sugere que o olhar seja lançado sobre a capacidade dessa sociedade de cumprir a promessa que ela mesma faz. Uma vez que a sociedade de consumidores talvez seja, nas palavras do autor, a única na história humana a prometer felicidade. Uma felicidade “instantânea” e “perpétua”. Todavia, “o consumo não é um sinônimo de felicidade nem uma atividade que sempre promova sua chegada.” (BAUMAN, 2008, p. 62), Além disso, não existe qualquer evidência que relacione consumo à felicidade.

A marca é outra característica na sociedade de consumo. Não basta consumir, é preciso que aquilo que se compra tenha um “selo de qualidade”, a marca confere essa distinção. Por conta disso, a propaganda e o *marketing* são indispensáveis. Fontenelle (2002) argumenta que, em nossa sociedade, não se consome apenas uma marca e sim uma experiência. O autor compreende que o capitalismo contemporâneo tornou-se imagético, no qual o principal investimento está na propaganda. A partir da competitividade do mercado os licenciamentos tornaram-se uma boa opção para a manutenção dos lucros, é o que a *Disney Company* faz: “cobra taxas das empresas que desejam produzir e comercializar produtos com os personagens de sua marca.” (FONTENELLE, 2002, p. 150). Portanto, uma marca se constitui a partir de um conjunto de imagens veiculadas por diferentes meios de comunicação, entre eles, o cinema.

Considerando *Toy Story* (1995) como um bem-sucedido difusor de marcas e produtos, vale destacar que não lançamos um olhar para o filme enquanto ferramenta de manipulação, em concordância com Fontenelle (2002), o qual compreende que, ainda que os filmes legitimem, eles não criam estilos de vida. A partir disso, nesse capítulo, a animação *Toy Story* (1995) é apresentada como uma narrativa transmídia, atrelada a uma rede de consumo de

variadas mercadorias. No entanto, não sustentamos que o espectador seja levado a uma indiferenciação absoluta entre ficção e realidade. Porém, reconhecemos que mesmo que os filmes não criem estilos de vida, eles reafirmam e acentuam determinados estilos em detrimento de outros.

### 3.1 *Toy Story* (1995): O filme como produto

A animação *Toy Story* (1995), pode ser compreendida como um produto da indústria cultural, ou seja, produzida com vistas à produção de lucros. Alguns elementos permitem olhar a obra por essa ótica. Por exemplo, em agosto de 1995, a CGW Magazine<sup>33</sup> já anunciava *Toy Story* como um triunfo da animação e o pivô da Disney para temporada de Ação de Graças e Natal. Esse anúncio apontava que a máquina de *marketing* da Disney já estava em movimento. Nas paredes de uma das salas de conferência da Pixar, já haviam projetos para os calçados “*Toy Story*”, barras de chocolate com cenas divertidas do filme, caixas e é claro, brinquedos. Em outras palavras, os produtores da animação apostavam em lucros decorrentes não apenas da bilheteria, mas também da venda de uma série de produtos relacionados ao filme. Estrategicamente, o próprio lançamento do filme-produto ocorreu em um período favorável às vendas, sobretudo em relação aos brinquedos, uma vez que, como já discutido no capítulo 2, o Natal é uma data culturalmente associada a presentes.

O lançamento da animação no território norte-americano foi apenas o primeiro passo. Em poucos meses, o filme já havia sido exibido na sala de cinema de vários países, como mostra a Tabela 1:

---

<sup>33</sup> Disponível em: <https://design.osu.edu/carlson/history/tree/related%20materials/08stry1.html> Acesso em: 28/03/2016.

| TABELA 1 – DATA DE LANÇAMENTO DO FILME TOY STORY EM DIVERSOS PAÍSES                                                                                                                        |                    |               |                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------|--------------------|
| PAÍS                                                                                                                                                                                       | DATA DE LANÇAMENTO | PAÍS          | DATA DE LANÇAMENTO |
| EUA                                                                                                                                                                                        | 22/11/1995         | REINO UNIDO   | 22/03/1996         |
| CANADÁ                                                                                                                                                                                     | 22/11/1995         | IRLANDA       | 22/03/1996         |
| AUTRÁLIA                                                                                                                                                                                   | 07/12/1995         | ITÁLIA        | 22/03/1996         |
| COREIA DO SUL                                                                                                                                                                              | 23/12/1995         | JAPÃO         | 23/03/1996         |
| COLÔMBIA                                                                                                                                                                                   | 25/12/1995         | BÉLGICA       | 27/03/1996         |
| URUGUAI                                                                                                                                                                                    | 25/12/1995         | FRANÇA        | 27/03/1996         |
| VENEZUELA                                                                                                                                                                                  | 03/01/1996         | HUNGRIA       | 28/03/1996         |
| CHILE                                                                                                                                                                                      | 04/01/1996         | SUÍÇA         | 29/03/1996         |
| BRASIL                                                                                                                                                                                     | 22/12/1995         | FINLÂNDIA     | 29/03/1996         |
| HONG KONG                                                                                                                                                                                  | 16/02/1996         | PORTUGAL      | 29/03/1996         |
| CINGAPURA                                                                                                                                                                                  | 07/03/1996         | PAÍSES BAIXOS | 04/04/1996         |
| SUÉCIA                                                                                                                                                                                     | 08/03/1996         | GRÉCIA        | 05/04/1996         |
| ARGENTINA                                                                                                                                                                                  | 14/03/1996         | POLÔNIA       | 05/04/1996         |
| ESPANHA                                                                                                                                                                                    | 14/03/1996         | REP. CHECA    | 11/04/1996         |
| ISRAEL                                                                                                                                                                                     | 14/03/1996         | ESLOVÁQUIA    | 18/04/1996         |
| NORUEGA                                                                                                                                                                                    | 15/03/1996         | PERU          | 19/04/1996         |
| ALEMANHA                                                                                                                                                                                   | 21/03/1996         | FILIPINAS     | 01/05/1996         |
| MÉXICO                                                                                                                                                                                     | 21/03/1996         | ESTÔNIA       | 06/09/1996         |
| DINAMARCA                                                                                                                                                                                  | 22/03/1996         |               |                    |
| Tabela elaborada pela pesquisadora a partir de dados disponíveis em: <a href="http://www.imdb.com/title/tt0114709/">http://www.imdb.com/title/tt0114709/</a> . Data de acesso: 03/05/2016. |                    |               |                    |

É possível notar o quão rapidamente a animação *Toy Story* (1995) foi difundida ao redor do mundo. É provável que em grande parte, a curiosidade em ver a novidade de uma animação produzida de forma totalmente computadorizada tenha influenciado essa distribuição em curto espaço de tempo. Mas, paralelo a isso, a propaganda do filme também se deu de forma intensa, incluindo uma série de matérias divulgadas pelos meios de comunicação. Isso ocorreu não apenas nos meses precedentes a data de lançamento, mas também depois da estreia.

No dia 22 de novembro de 1995, após a primeira exibição de *Toy Story* nas salas de cinema dos Estados Unidos, o site de notícias CNN publicou um breve resumo do filme e um alerta aos pais: “Este filme pode ser prejudicial para sua carteira. Mercadorias relacionadas ao filme *Toy Story* estarão disponíveis em breve (como amanhã) em um *shopping* perto de você.”<sup>34</sup>

<sup>34</sup> Disponível em: [http://edition.cnn.com/SHOWBIZ/Movies/9511/toy\\_story/](http://edition.cnn.com/SHOWBIZ/Movies/9511/toy_story/) Acesso em: 28/03/2016. Tradução livre pela autora.

No site de notícias Chicago Tribune, no dia 24 de novembro de 1995, foi publicada uma matéria chamando atenção para o grande investimento no *marketing* do filme, tornando quase impossível evitar a presença de Woody e Buzz Lightyear, e até mesmo do cachorro Slinky, nos *outdoors*, ônibus, restaurantes *fast-food*, mercearias, revistas e na televisão. Além disso, a matéria informava que, caso os pais ou avós decidissem levar a família para assistir ao filme no teatro El Capitan, com apenas alguns dólares a mais, seria possível descer as escadas e visitar uma exposição relacionada à animação, com direito a artistas com figurinos dos personagens do filme, passeios simulados em capsulas espaciais e salas de jogos inspiradas em cenas do filme.<sup>35</sup>

Em 29 de novembro de 1995 (sete dias após o lançamento do filme no Brasil), a Folha Uol publicou uma pequena matéria a respeito do sucesso da animação, enfatizando os produtos comercializados a partir do mesmo:

[...] com o sucesso do filme, todos os personagens, inclusive Buzz e Woody, ganharam versões reais. Até os soldadinhos de plástico verde, que formam o exército de Andy, voltaram à moda nas lojas dos Estados Unidos. (FOLHA UOL, 29 de dezembro de 1995<sup>36</sup>).

Há uma semelhança entre as matérias apresentadas, seja anunciando o filme e preparando o bolso dos pais ou mesmo destacando os efeitos no comércio em decorrência da exibição do filme. Ambas relacionam a animação ao consumo. De fato, o filme enquanto produto possibilitou diversas formas de consumir, não se limitando apenas à ida ao cinema. A grande gama de produtos disponíveis logo após o lançamento de *Toy Story* (1995) constitui-se em uma extensa e bem elaborada rede de consumo. Interessante destacar que boa parte desses produtos já estava no mercado antes mesmo do filme começar a ser produzido. Trata-se de velhos brinquedos que ganharam vida não só na animação, mas também nas diferentes plataformas de vendas.

### 3.2 Velhos brinquedos, novos produtos

<sup>35</sup> Disponível em: [http://articles.chicagotribune.com/1995-11-24/entertainment/9511240009\\_1\\_pizza-planet-movie-fans-tie-ins](http://articles.chicagotribune.com/1995-11-24/entertainment/9511240009_1_pizza-planet-movie-fans-tie-ins) . Acesso em 28/03/2016. Tradução livre pela autora.

<sup>36</sup> Disponível em : <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/12/29/folhinha/6.html>. Acesso em: 28/03/2016.

Com exceção dos bonecos Woody e Buzz Lightyear, todos os brinquedos em *Toy Story* (1995) já existiam antes do lançamento do filme. São brinquedos antigos, que fizeram sucesso em décadas anteriores. Provavelmente, esses brinquedos fizeram parte da infância de muitos adultos da equipe de produção da animação. Na década de 90, esses brinquedos não atraíam mais as crianças e, apesar de não serem totalmente retirados do mercado, a maioria já havia caído no esquecimento. No entanto, após a participação deles na animação, o cenário mudou. Voltaram a ser produzidos em grandes quantidades, fazendo parte de uma linha de brinquedos com a marca *Toy Story*. Apresentaremos brevemente três desses brinquedos, contemplando: o brinquedo original; o brinquedo-personagem; e o velho-novo brinquedo a partir do filme.

### 3.2.1 Sr. Cabeça de Batata

Em *Toy Story* (1995), o Sr. Cabeça de Batata é sarcástico e um pouco rabugento. Seu sonho é encontrar uma Sra. Cabeça de Batata. Esse personagem foi inspirado no brinquedo criado pelo nova-iorquino George Lerner. Tudo começou quando Lerner resolveu criar, a partir de vegetais, homens com fisionomia engraçada. Algumas vezes, enquanto lavava as batatas da horta de sua mãe e outros vegetais, ele fazia bonecas para que suas irmãs mais novas pudessem brincar. Em 1952, o Sr. Cabeça de Batata foi lançado pela empresa de brinquedos Hasbro. Inicialmente, o brinquedo consistia em peças, tais como olhos, orelhas, narizes e bocas. Os pais tinham que oferecer as batatas reais para serem usadas como cabeça. Somente em 1964, por conta de reclamações dos pais quanto às batatas mofadas em cima da cama dos filhos, uma batata de plástico foi acrescentada ao kit, substituindo a necessidade de uma batata real.<sup>37</sup>

Com o passar dos anos, uma variedade de produtos relacionados ao Sr. Cabeça de Batatas foram surgindo, como a Sra. Cabeça de Batata e os dois filhos. Além disso, o tamanho das peças também aumentaram para cumprir os regulamentos de segurança dos brinquedos. Esse brinquedo nunca deixou de ser comercializado, entretanto, com o sucesso do filme, sua popularidade aumentou e novas versões foram lançadas.<sup>38</sup> As imagens a seguir apresentam o

---

<sup>37</sup> Informações retiradas e compiladas a partir dos sites CNN (<http://edition.cnn.com/2011/LIVING/03/18/mf.mr.potato.evolution/>) e do *Museum of Childhood* (<http://www.vam.ac.uk/moc/collections/mr-potato-head/>). Acesso em 01/09/2016.

<sup>38</sup> Idem.

brinquedo comercializado pela Hasbro antes do filme; o personagem Sr. Cabeça de Batata no filme; e o brinquedo comercializado a partir do filme.



Figura 32. Sr. Cabeça de Batata comercializado pela Hasbro antes do filme *Toy Story* (1995).



Figura 33. Personagem Sr. Cabeça de Batata no filme *Toy Story* (1995).



Figura 34. Sr. Cabeça de Batata comercializado pela Hasbro a partir do filme *Toy Story* (1995).

### 3.2.2 Cachorro Slinky

Esse brinquedo foi inventado acidentalmente pelo engenheiro mecânico Richard James, que trabalhava em um estaleiro da Filadélfia. Enquanto desenvolvia uma nova linha de molas com capacidade de estabilizar instrumentos sensíveis de um navio, uma das molas caiu no chão e Richard percebeu que a mola podia caminhar. Como resultado, além de conseguir construir a máquina que precisava, também inventou um novo brinquedo.<sup>39</sup>

Em 27 de novembro de 1945, Richard demonstrou o brinquedo para a loja de departamentos Gimbels, na Filadélfia. Num primeiro momento, o dono da loja se mostrou relutante, mas aceitou tentar vender o produto. Para a surpresa do comerciante, em apenas 90 minutos, a loja conseguiu vender todos os 400 exemplares que tinha. Até o final das férias,

<sup>39</sup> Informações coletadas em um artigo publicado pelo jornal *TIME*, em comemoração aos 70 anos do lançamento do brinquedo Slinky. Disponível em: <http://time.com/4127170/slinky-70-years/?iid=sr-link3>. Acesso em: 04/09/2016.

cerca de 22.000 Slinkys haviam sido vendidos. Por conta disso, Richard largou o emprego e passou a se dedicar exclusivamente à fabricação do brinquedo.<sup>40</sup>

Posteriormente, a mola Slinky ganhou uma adaptação e se tornou o cachorro Slinky. Esse brinquedo se tornou um dos personagens da animação *Toy Story* (1995). No filme, ele é um personagem simpático e leal. Há uma ênfase em sua mola em dois momentos do filme: na brincadeira de faroeste, em que Andy usa a mola de Slinky como um campo de força e no resgate de Woody e Buzz Lightyear, quando a mola de Slinky é usada como corda. De acordo com uma matéria publicada no jornal *NY TIMES*<sup>41</sup>, com o sucesso do filme, o brinquedo, que quase deixou de ser produzido, ressurgiu e passou a ser exportado para outros países. Jack Trout, um analista de brinquedo, em entrevista ao jornal, apontou que a Disney é tudo o que uma empresa precisa para rejuvenescer um brinquedo e torná-lo uma lenda viva. Através do filme, segundo o especialista, as vendas do Cachorro Slinky poderiam se manter por no mínimo vinte anos. De fato, ainda hoje, vinte e um anos depois, o brinquedo continua sendo comercializado. A seguir, as imagens apresentam um pouco da trajetória do brinquedo.



Figura 35. Mola Slinky, em 1945.



Figura 36. Mola Slinky adaptada ao corpo de um cachorro, em 1952.



Figura 37. Personagem Slinky em *Toy Story* (1995).



Figura 38. Brinquedo Slinky comercializado após o lançamento de *Toy Story* (1995).

<sup>40</sup> Idem.

<sup>41</sup> Matéria disponível em: <http://www.nytimes.com/1996/02/21/garden/talking-toys-with-betty-james-persevering-for-family-and-slinky.html>. Acesso em: 04/09/2016.



### 3.2.3 Soldadinhos de plástico

Miniaturas humanas eram feitas desde o tempo dos antigos Faraós egípcios, essas figuras eram lavradas em madeira policromada. Algumas delas foram encontradas na tumba do Príncipe Emsah. A partir do século XVI, surgiram os primeiros soldadinhos de chumbo e ficaram conhecidos como brinquedos de guerra. Em 1730, os chapeiros de Nuremberg, na Alemanha, começaram a fabricar esses brinquedos com finalidade de comercialização. Porém, foram os ingleses que, com seus modelos de soldadinhos ocos, adquiriram o primeiro lugar em vendas se tornando o maior fabricante de soldadinhos no mundo.<sup>42</sup>

Em 1938, a empresa Bergen Toy & Novelty Company começou a fabricar uma linha de soldadinhos feitos de plástico. Esses brinquedos se tornaram mais baratos e, portanto, um sucesso em vendas. Os soldadinhos de plástico receberam a cor verde, a mesma cor do uniforme dos soldados norte-americanos, na Segunda Guerra Mundial. Além disso, eram vendidos em grande quantidade, um verdadeiro exército, e em diversas posições de guerra. Em 1950, por conta de casos de crianças envenenadas pelo chumbo de soldados produzidos com esse material, a demanda pelos soldadinhos de plástico aumentou ainda mais. Posteriormente, novos soldadinhos foram fabricados, em outras cores, representando as tropas inimigas. No entanto, os soldadinhos mais famosos eram esses na cor verde e com os pés colados, para que se mantivessem em pé.<sup>43</sup>

Em *Toy Story* (1995), esses brinquedos-personagens desempenham uma função importante: destemidos e de honra inquestionável, eles embarcam na arriscada missão de espionar a festa de aniversário do garoto Andy e manter o grupo de brinquedos informados quanto aos presentes que o garoto ganhava. No filme, esses brinquedos são representados de maneira bem semelhante aos brinquedos originais, como mostram as imagens seguintes:

---

<sup>42</sup> Informações disponíveis em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/158567>. Acesso em 02/09/2016.

<sup>43</sup> Informações disponíveis em: [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2049243\\_2048649\\_2049009,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2049243_2048649_2049009,00.html). Livre tradução pela autora. Acesso em: 02/09/2016.



Figura 39. Soldadinhos de plástico, 1938.



Figura 40. Soldadinhos de plástico na animação *Toy Story* (1995).



Figura 41. Soldadinhos de plástico comercializados a partir do filme *Toy Story* (1995).

Nota-se que os brinquedos comercializados após o lançamento do filme apresentam em suas formas físicas, poucas diferenças em relação ao brinquedo original. A principal diferença está na essência do brinquedo, construída na própria animação. Agora, eles não são apenas brinquedos, são personagens, com personalidade bem definida. São brinquedos que fazem parte de uma história. A técnica empregada na produção da animação tem como princípio fundamental conferir *anima* (alma). A própria palavra animar vem do latim “*animare*” e etimologicamente significa “dar alma ou vida”. Foi exatamente isso que ocorreu com esses brinquedos. Podemos dizer que não foram as propriedades estéticas que atraíram os consumidores, e sim a vida dada a esses brinquedos na animação *Toy Story* (1995).

Os artigos comercializados com o selo *Toy Story* não se limitaram apenas a brinquedos. Uma complexa rede de diferentes produtos culturais se instaurou a partir do filme, sendo que o primeiro fio a tecer essa rede pode ser encontrado na própria animação.

### 3.3 “À venda nas melhores lojas de brinquedos da sua cidade!”: da realidade diegética para a realidade do espectador

Entre todos os personagens de *Toy Story* (1995), Buzz Lightyear se tornou, sem dúvida, um ícone de sucesso. No filme, logo em sua primeira aparição, o boneco já desperta um alvoroço entre os amigos do garoto Andy. No grupo de brinquedos, ele também é alvo de admiração. O que esse boneco tem de tão especial? A princípio, o espectador é levado a acreditar que o sucesso do boneco está associado a sua beleza estética e a diversidade de botões e detalhes contidos em um único brinquedo. Porém, mais adiante, no próprio filme, a identidade do boneco é revelada.

Na realidade diegética, enquanto corre para se esconder do cachorro malvado do temível Sid, Buzz Lightyear acaba entrando na sala da casa do garoto. Nesse momento, o boneco é surpreendido com um chamado: “Aqui é do comando estelar, responde Buzz Lightyear!” Prontamente, ele se prepara para responder quando percebe que se trata de um comercial na televisão. A Figura 43 apresenta cenas desse comercial:



Figura 42. Propaganda veiculada na animação, do boneco Buzz Lightyear na televisão.

Na cena representada por essa figura, a identidade de Buzz Lightyear é revelada ao próprio personagem e também ao espectador do filme. Não se trata de um brinquedo qualquer. Também não é apenas um brinquedo com um comercial na televisão. Na propaganda, fica evidente que esse brinquedo é o boneco de um super-herói. Buzz Lightyear é o personagem de um desenho voltado ao público infantil que, devido ao sucesso entre as

crianças, sobretudo entre os meninos, se tornou um brinquedo. O excerto a seguir, apresenta a transcrição do comercial na íntegra:

Chamando Buzz Lightyear! Responda Buzz Lightyear, aqui é o comando estelar! *(voz de criança)*  
 Buzz Lightyear, está me ouvindo? Buzz Lightyear respondendo. Ouço alto e claro! *(voz de criança)*  
 Buzz Lightyear, o planeta Terra precisa da sua ajuda! *(voz adulta masculina)*  
 A caminho! *(voz de criança)*  
 Buzz Lightyear! O maior super-herói do mundo *(várias crianças falando juntas)*, e agora, o melhor brinquedo do mundo! *(voz adulta masculina)*  
 Buzz tem tudo. *(voz adulta masculina)*  
 Comunicador de pulso... *(voz adulta masculina)*  
 Chamando Buzz Lightyear! *(voz de criança)*  
 Golpes de karatê... *(voz adulta masculina)*  
 Demais! *(voz de criança)*  
 Laser pulsante... *(voz adulta masculina)*  
 Aniquilação total! *(voz de criança)*  
 Simulador de voz... *(voz adulta masculina)*  
 Há uma missão secreta no espaço não mapeado, vamos lá! *(boneco)*  
 E o melhor de tudo: asas espaciais de alta pressão! *(voz adulta masculina)*  
 Ao infinito e além! *(voz de criança)*  
 Não é um brinquedo que voa *(voz adulta masculina - frase dita ligeiramente e em tom de voz mais baixo)*  
 Compre um Buzz Lightyear com movimentos e salve uma galáxia próxima a você! *(voz adulta masculina)*  
 Buzz Lightyear: À venda nas melhores lojas de brinquedos da sua cidade *(voz adulta masculina)*. (TOY STORY – 1995, 00:46:52 – 00:47:48).

Todos os elementos que compõem a propaganda direcionam o boneco Buzz Lightyear para o público infantil masculino: azul e verde são as cores predominantes não só no próprio boneco, mas também no cenário; somente meninos participam do comercial, manipulando o brinquedo e mostrando como brincar utilizando cada um de seus aparatos; as locuções que incrementam o comercial também são feitas por vozes masculinas. Esses aspectos não são meras coincidências. De acordo com Buckingham (2007), o público infantil tem se tornado um mercado crescente, porém, incerto. Para o autor, os mercadólogos têm optado cada vez mais pela segmentação como um recurso para gerenciar o risco do mercado infantil. Nesse sentido, os produtos são produzidos para o consumo global, uma vez que o consumo nacional exige difíceis cálculos sobre especificidades culturais. Segundo o autor, a diferenciação baseada na distinção daquilo que é produzido para os meninos e daquilo que é produzido para as meninas é um fator-chave, uma vez que o mercado é fortemente polarizado entre as cores azul e rosa.

Além de direcionar o brinquedo para um público específico, na propaganda, a marca do produto é evidenciada, ocupando, por alguns segundos, toda a tela (primeira imagem da sequência apresentada na Figura 43). Essa é uma técnica muito utilizada pelos mercadólogos, onde produtos “relacionam-se com marcas comerciais (*branding*), criando um conjunto de valores e emoções associadas à marca – e não com o *marketing* de produtos específicos”. (BUCKINGHAM, 2007, p. 55). Enquanto símbolo de aventura e diversão, o boneco Buzz autentica uma série de produtos. Mais que isso, ele dá legitimidade a própria marca. Nesse sentido, é o brinquedo que ajuda a construir um conjunto de emoções associados à marca e não o contrário.

No filme, as crianças podem assistir o desenho do super-herói Buzz Lightyear na televisão e comprar o boneco do personagem nas “melhores lojas de brinquedos”. Porém, as possibilidades de consumir não param por aí. A criança pode obter a colcha do super-herói, a roupa, o pôster, o jogo de cartas. Enfim, há uma rede de consumo em torno de vários produtos relacionados ao astro (Figura 44).



Figura 43: Produtos relacionados ao astro Buzz Lightyear na animação Toy Story (1995).

Enquanto personagem de um desenho infantil, Buzz Lightyear passa a sustentar uma marca e legitimar diversos produtos. O garoto Andy, por sua vez, é uma criança que consome esses produtos. Essa complexa rede de consumo não se limita aos fios conduzidos na realidade diegética. Ela cria elos com o mundo real, onde o espectador é convidado a conectar-se a essa rede, na medida em que é possível encontrar nas prateleiras das lojas, não só os produtos que o garoto Andy adquiriu, mas muitos outros. Nesse sentido, assim como

Andy, a “criança ideal” no filme, o “espectador ideal” é aquele que consome os produtos relacionados aos seus personagens preferidos.

### **3.4 *Toy Story* (1995): narrativa transmídia atrelada ao consumo**

Uma rede transmídia é caracterizada por um texto original que se desenrola em outras múltiplas plataformas. De acordo com Salgado (2005), a rede transmídia se configura por um “espaço virtual que abrange as conexões entre diversas narrativas e suportes midiáticos”. (SALGADO, 2005, p. 93). Definição semelhante é dada por Buckinham (2000), para ele, a intertextualidade transmidiática “cada vez mais conecta televisão, filmes, quadrinhos, livros, CDs e jogos de computador” (Buckinham, 2000, p. 224). Nesse sentido, a animação *Toy Story* (1995), pode ser compreendida como o texto original de uma complexa rede transmídia.

Jenkins (2009) explica que o cenário transmidiático é caracterizado por uma narrativa que passa de uma mídia para outras mídias, mantendo seu enredo e dando continuidade à história, criando um universo ficcional próprio e se desenvolvendo através da elaboração de novos acontecimentos:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2009, p.138).

É justamente isso que ocorre com *Toy Story* (1995). A seguir, serão apresentados acontecimentos correspondentes ao intervalo entre o lançamento dos três filmes da franquia, demonstrando como a rede transmídia foi sendo tecida a partir de diferentes suportes midiáticos.

#### **3.4.1 *Toy Story* 1995 - 1999: tecendo a rede**

O primeiro filme da franquia *Toy Story*, lançado em 1995 para o cinema, fez tanto sucesso que, em 1996, também foi disponibilizado em fitas VHS para home vídeo. Porém, antes disso, enquanto a companhia esperava a liberação das fitas VHS, foi lançada uma série

de curta-metragens na televisão, *Toy Story Shorts*, durante intervalos comerciais na programação de sábado de manhã, no canal ABC. Ao total, a série contou com 37 episódios.<sup>44</sup>

Ainda em 1996, a *Disney Interactive Studios*<sup>45</sup> lançou o jogo *Toy Story* para vídeo game. Um jogo com dezessete níveis em cinco áreas diferentes, cada uma com um nome distinto. Por exemplo, “*pizza planet*”. Todos os personagens principais do filme foram incluídos no jogo, que contava com uma plataforma bidimensional de salto, incluindo áudio e imagens de alta qualidade e também acompanhava um manual de instruções colorido e descritivo.<sup>46</sup>

No mesmo ano, a *Disney Interactive* lançou no mercado um livro de histórias interativo, composto por um livro impresso, com quinze páginas e um CD-ROM, possibilitando que a criança pudesse ler a história resumida do filme enquanto interagia com o conteúdo disponibilizado no CD, que incluía imagens em três dimensões e pistas dadas em áudio. O objetivo era que, seguindo as pistas, a criança pudesse ajudar a solucionar os percalços da história, como por exemplo, livrar Woody e Buzz Lightyear do garoto Sid.<sup>47</sup> Três semanas após o lançamento, já haviam sido vendidos mais de 100.000 cópias.<sup>48</sup>

Em 1998, foi inaugurada a atração *Space Ranger Spin Buzz Lightyear* no *Magic Kingdom*, o primeiro dos quatro parques temáticos do *Walt Disney World Resort*, localizado em Bay Lake, próximo a Orlando, na Flórida.

Além disso, durante todo esse período, outros produtos *Toy Story* foram lançados, incluindo brinquedos, roupas, calçados, entre outros. A Figura 45, apresenta os primeiros fios dessa rede transmídia:

<sup>44</sup> Informações coletadas no endereço eletrônico: [http://pixar.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_Treats](http://pixar.wikia.com/wiki/Toy_Story_Treats). Acesso em 10/01/2017. Tradução livre pela autora.

<sup>45</sup> Conforme esclarecimentos contidos na matéria, a *Disney Interactive*, subsidiária da *The Walt Disney Company*, desenvolve, publica e comercializa uma ampla gama de materiais educativos e de entretenimento interativos, orientados para a família, incluindo CD-ROMs, videogames e produtos on-line. Disponível em:

<https://www.thefreelibrary.com/DISNEY'S+ANIMATED+STORYBOOK,+TOY+STORY+SETS+S+ALES+RECORD+DURING+FIRST...-a018282360>. Acesso em 19/01/2017. Tradução livre pela autora.

<sup>46</sup> Informações coletadas no endereço eletrônico:

<https://web.archive.org/web/20141212113652/http://www.allgame.com/game.php?id=6745&tab=review>. Acesso em 10/01/2017. Tradução livre pela autora.

<sup>47</sup> [http://disney.wikia.com/wiki/Animated\\_StoryBook:\\_Toy\\_Story](http://disney.wikia.com/wiki/Animated_StoryBook:_Toy_Story)

<sup>48</sup> Informações coletadas no endereço eletrônico:

<https://www.thefreelibrary.com/DISNEY'S+ANIMATED+STORYBOOK,+TOY+STORY+SETS+S+ALES+RECORD+DURING+FIRST...-a018282360>. Acesso em 19/01/2017. Tradução livre pela autora.



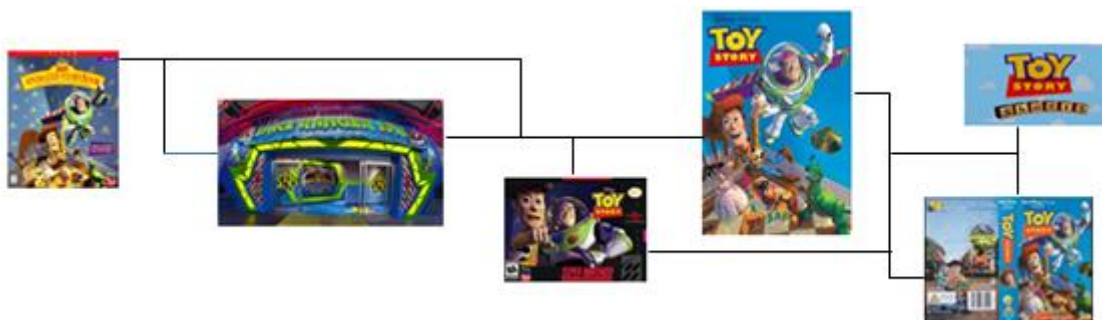


Figura 44. Primeiros fios da rede transmídia *Toy Story*.

### 3.4.2 *Toy Story* 1999 – 2010: ampliando a rede

Esse período foi marcado por uma significativa expansão da franquia *Toy Story*, principalmente em relação aos jogos, disponibilizados em diferentes plataformas, acompanhando o avanço tecnológico nesta área. *Toy Story* também foi inserido como atração em vários parques temáticos da Disney. Nas linhas seguintes, essas, e outras novidades do período serão apresentadas.

Em 1999, foi lançado nos cinemas, o segundo filme da franquia: *Toy Story 2*. Nele, o garoto Andy vai para um acampamento e seus brinquedos ficam em casa. A problemática do filme acontece quando Woody é sequestrado por um obsessivo colecionador de brinquedos. Em sua nova casa, Woody descobre que é um brinquedo raro, pois fazia parte de um programa de TV dos anos 1950, chamado "*Woody's Roundup*". Woody conhece outros brinquedos premiados da série: Jéssie, uma boneca *cowgirl*; Bala no alvo, um cavalo de brinquedo e Mineiro, um minerador. Os outros brinquedos de Andy organizam uma missão de resgate. Porém, o boneco Woody não tem certeza se deseja voltar para a casa de Andy. Ele tem duas escolhas: ir para o museu com o restante dos brinquedos raros e durar para sempre, ou voltar para a casa de Andy e correr o risco de ser abandonado, num futuro próximo, quando Andy estiver maior e não se interessar mais por brinquedos. Esse filme ultrapassou o primeiro em lucros de bilheteria, arrecadando o montante de US\$ 485.015.179.<sup>49</sup> No ano seguinte, o filme também foi disponibilizado nas versões Blu-Ray e DVD.

A partir desse novo filme, entre os anos de 1999 e 2000, foi lançado o jogo *Toy Story 2: Buzz Lightyear to the Rescue*, liberado em versões para PlayStation, Nintendo, Dreamcast e PC. No jogo, assim como no filme *Toy Story 2*, o boneco Woody é sequestrado e seus amigos

<sup>49</sup> Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_2](http://disney.wikia.com/wiki/Toy_Story_2). Acesso em: 11/01/2017.



organizam uma arriscada missão para resgatá-lo. Ao total, são quinze níveis de jogo, divididos em cinco zonas. O jogador precisa iniciar pelo primeiro nível e ir colhendo fichas *Pizza Planet* para desbloquear os níveis seguintes. Cada nível começa com uma cena retirada do filme, exceto na versão para Nintendo, por se tratar de uma tecnologia um pouco inferior às demais.<sup>50</sup>

O personagem Buzz Lightyear ganhou uma série na TV, intitulada *Buzz Lightyear of Star Command*. A série foi exibida nos Estados Unidos de outubro de 2000 a janeiro de 2001, nas emissoras UPN e ABC. Nessa série, a maioria dos personagens não fizeram parte dos filmes *Toy Story*. Trata-se de uma metaficção que existe dentro da realidade dos filmes *Toy Story*, mas não se prende a ela. A aliança galáctica é composta por uma união pacífica entre vários planetas, onde habitam criaturas exóticas que coexistem em harmonia. O comando estelar é uma organização responsável pela manutenção da paz, constituída por vários soldados espaciais. O principal inimigo do comando estelar é o imperador do mal Zurg, um chefe do crime intergaláctico que governa um império de robôs fortemente armados e escravos forçados a trabalhar em oposição à Aliança Galáctica. Buzz Lightyear é o líder do comando estelar. Essa série teve duas temporadas e um total de 65 episódios<sup>51</sup>

*Buzz Lightyear of Star Command* também foi exibida no canal pago de TV Disney Channel, e por conta disso, teve espectadores de vários países. Além disso, também foi lançado um jogo com o mesmo nome da série, desenvolvido pela *Traveller's* e disponível nas versões PlayStation, Dreamcast, Game Boy, Microsoft Windows e Videogame.<sup>52</sup>

Em agosto de 2000, foi lançado, apenas no Japão, o jogo *Toy Story 2: Woody Sousaku Daisakusen!*, também baseado do filme *Toy Story 2*.<sup>53</sup>

Em 2001, mais um jogo foi lançado: *Toy Story Racer*, um jogo de corrida de carros, somente com personagens do primeiro filme. Disponível para as plataformas Game Boy Color, PlayStation e PlayStation Network. Esse jogo não consiste apenas em dar voltas de carro ao redor de uma pista. São mais de 100 desafios e vários modos de batalha.<sup>54</sup>

<sup>50</sup> Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_2:\\_The\\_Video\\_Game](http://disney.wikia.com/wiki/Toy_Story_2:_The_Video_Game). Acesso em: 11/01/2017.

<sup>51</sup> Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Buzz\\_Lightyear\\_of\\_Star\\_Command](http://disney.wikia.com/wiki/Buzz_Lightyear_of_Star_Command). Acesso em: 28/01/2017.

<sup>52</sup> Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Buzz\\_Lightyear\\_of\\_Star\\_Command](http://disney.wikia.com/wiki/Buzz_Lightyear_of_Star_Command). Acesso em: 28/01/2017.

<sup>53</sup> Disponível em: <http://www.giantbomb.com/toy-story-2-woody-sousaku-daisakusen/3030-52817/>. Acesso em 28/01/2017.

<sup>54</sup> Disponível em: [http://pixar.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_Racer](http://pixar.wikia.com/wiki/Toy_Story_Racer) . Acesso em 28/01/2017.

Em 2001, o espetáculo musical *Toy Story 2* foi incluído no *Show Disney on Ice*, produzido pela Feld Entertainment mediante acordo com a *Walt Disney Company*. Nele, os patinadores desenvolvem suas performances inspirados na sequência de acontecimentos de *Toy Story 2*, além de se vestirem conforme os personagens.<sup>55</sup>

Outro jogo envolvendo não só o universo *Toy Story*, mas também o Rei leão e Tarzan, foi lançado em 2003. Desenvolvido pela *Toys For Bob*, editado pela *Disney Interactive* e disponibilizado para as plataformas Game Boy Advance, PlayStation 2, Xbox. Esse é um jogo de Skate, onde o jogador pode criar seu próprio Skate e jogar com seu personagem preferido.<sup>56</sup>

Em 2004, a *Tokyo Disneyland* abriu o passeio *Buzz Lightyear Astro Blaster*, uma versão da atração *Space Ranger Spin Buzz Lightyear*, inaugurada em 1998. No ano seguinte, 2005, o mesmo passeio foi aberto em *Hong Kong Disneyland* e na *Disneyland Park*. Em 2006, foi a vez da *Disneyland Paris* ofertar o passeio.<sup>57</sup> Em resumo, o passeio consiste em uma continuação para o enredo de *Toy Story 2*. Em um carrinho com capacidade para duas pessoas, os visitantes, cada um com sua própria arma, podem ajudar Buzz Lightyear a derrotar seu inimigo Zurg. Essas armas atiram raios *laser*, o objetivo é acertar os diversos alvos espalhados pelo cenário futurista. No final, em um visor aparece a pontuação de cada visitante. As fotos das pessoas que tiveram as melhores colocações ficam exibidas até que outros visitantes consigam superá-los. Durante a atração, são tiradas fotos dos visitantes que podem ser compradas ao final do passeio.<sup>58</sup>

Em 2008, no parque *Disney's Hollywood Studios*, na Flórida, foi inaugurada a área temática *Toy Story Midway Mania*. No mesmo ano, também foi inaugurada uma versão dessa atração no parque *Disney California Adventure*. Na cerimônia de abertura da atração todos os principais personagens de *Toy Story* (1995) e *Toy Story 2* (1999) compareceram, exceto Buzz Lightyear, pois o patrulheiro espacial estava em missão no espaço, literalmente.<sup>59</sup>

Em abril de 2008, o boneco Buzz Lightyear embarcou no voo espacial STS-124, a bordo da Estação Espacial Internacional (ISS) e retornou no voo STS-128. Ao total, foram mais de 450 dias no espaço. Segundo a NASA<sup>60</sup>, o objetivo dessa ação foi encorajar crianças,

<sup>55</sup> Disponível em: [http://pixar.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_2\\_On\\_Ice](http://pixar.wikia.com/wiki/Toy_Story_2_On_Ice). Acesso em 28/01/2017.

<sup>56</sup> Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Disney's\\_Extreme\\_Skate\\_Adventure](http://disney.wikia.com/wiki/Disney's_Extreme_Skate_Adventure). Acesso em 28/01/2017.

<sup>57</sup> Disponível em: <https://www.undercvertourist.com/blog/secret-history-disney-rides-buzz-lightyears-space-ranger-spin/>. Acesso em 28/01/2017.

<sup>58</sup> <http://parkaholic.com/buzz-lightyear-astro-blasters-tomorrowland-dp/>

<sup>59</sup> [http://disney.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_Midway\\_Mania!](http://disney.wikia.com/wiki/Toy_Story_Midway_Mania!)

<sup>60</sup> National Aeronautics and Space Administration.

jovens e adultos a persistirem os seus sonhos e desenvolverem uma atitude de interesse, exploração e descoberta.<sup>61</sup>

Como resultado da experiência, a Disney Pixar, em parceria com a NASA, criou seis jogos educativos, para jogar online, no portal NASSA Kids' Club. O link de acesso ao portal está disponibilizado no site oficial da NASA. Além disso, ainda é possível baixar uma série de atividades educativas relacionadas à missão de Buzz Lightyear no espaço.

Também em 2008, a *Walt Disney Creative Entertainment* criou o show *Toy Story: The Musical*, para o cruzeiro *Disney Cruise Line*. Nele são tocadas seis músicas originais do filme e outras canções baseadas na animação. Apesar de ter sido produzido depois do lançamento de *Toy Story 2*, essa produção faz referência ao primeiro filme, de 1995.<sup>62</sup>

Em 2009, a *Disney Interactive Studios* anunciou o lançamento do jogo *Toy Story Mania*, somente para Nintendo wii<sup>63</sup> (atualmente já disponibilizado para outras plataformas). O jogo é inspirado nas áreas temáticas *Toy Story Midway Mania* nos parques *Disney's Hollywood Studios* e *Disney California Adventure*, que, por sua vez, são inspirados na animação *Toy Story 2* (1999), uma sequência de *Toy Story* (1995).

Ainda em 2009, a fabricante de brinquedos *Eg Godt*, lançou quatro conjuntos de Lego, baseados em *Toy Story*. São eles: *Woody and Buzz to the Rescue*, baseado no filme *Toy Story* (1995), com 92 peças e dois mini-personagens; *Buzz's Star Command Spaceship*, baseado no curta-metragem Buzz Lightyear do comando estelar, com 257 peças e dois mini-personagens; *Woody's Roundup!*, inspirado em *Toy Story 2*, com 502 peças e quatro mini-personagens; e *Army Men on Patrol*, inspirado em *Toy Story* (1995), com 90 peças e quatro mini-personagens.<sup>64</sup>

Na Figura 46, estão incorporados esses novos cabos da rede transmídia:

<sup>61</sup> [https://www.nasa.gov/mission\\_pages/station/research/experiments/853.html](https://www.nasa.gov/mission_pages/station/research/experiments/853.html)

<sup>62</sup> [http://disney.wikia.com/wiki/Toy\\_Story:\\_The\\_Musical](http://disney.wikia.com/wiki/Toy_Story:_The_Musical)

<sup>63</sup> Disponível em:

[http://www.businesswire.com/portal/site/google/?ndmViewId=news\\_view&newsId=20090324005298&newsLang=en](http://www.businesswire.com/portal/site/google/?ndmViewId=news_view&newsId=20090324005298&newsLang=en). Acesso em: 12/01/2017.

<sup>64</sup> Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Lego\\_Toy\\_Story](http://disney.wikia.com/wiki/Lego_Toy_Story). Acesso em: 12/01/2017.

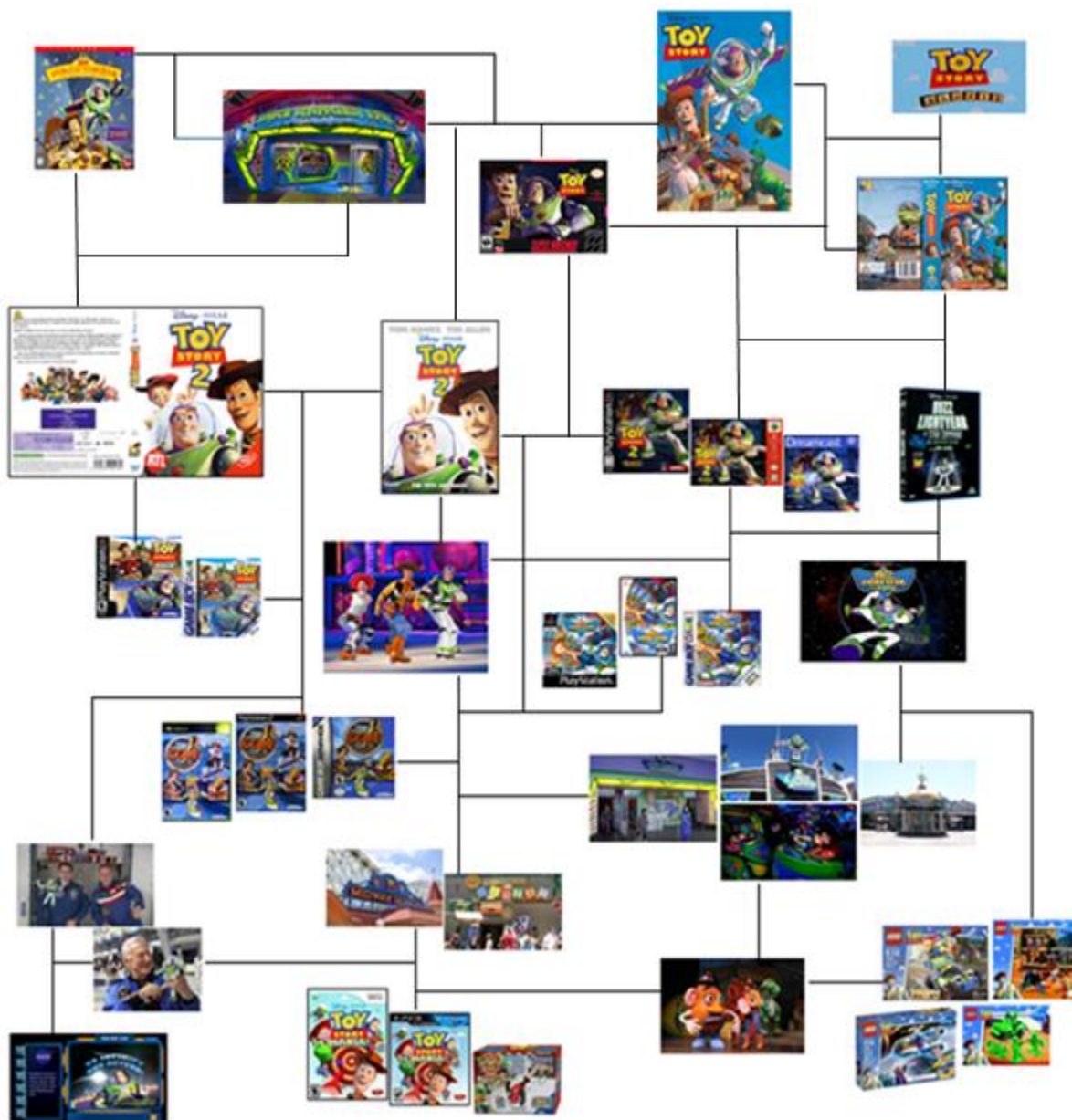


Figura 45. Novos cabos incorporados à rede transmídia *Toy Story*.

### 3.4.3 Toy Story 2010 - ?: Ao infinito e além!

Em 2010 foi lançado *Toy Story 3*. Exibido pela primeira vez em 10 de junho, nos Estados Unidos, com direção de Lee Unkrich. Nesse filme é feita uma retrospectiva de cerca de dez anos desde os eventos de *Toy Story 2*. O garoto Andy está com 17 anos, já concluiu o ensino médio e restam apenas três dias para ele ir para a faculdade. Muitos de seus brinquedos foram vendidos durante os anos em que ele foi crescendo. Restam somente alguns, entre eles, Woody, Buzz Lightyear, Jessie, Sr. e a Sra Cabaça de Batatas, dinossauro Rex e o porquinho. Os brinquedos temem ser guardados no sótão, ou até mesmo irem parar no lixo. No entanto,

Andy pretende levar o boneco Woody com ele, para a faculdade, e deixar os outros brinquedos guardados, no sótão. No entanto, enquanto Andy ajuda sua irmã Molly (que já é uma pré-adolescente) a carregar uma caixa de brinquedos que serão doados, uma sucessão de fatos ocorrem e os brinquedos de Andy vão parar em uma creche, por engano. Os brinquedos decidem fugir, e outros brinquedos, como a Barbie e o Ken se unem ao grupo. O filme foi um sucesso e faturou cerca de US\$ 1.063.000.000.<sup>65</sup> No mesmo ano, o filme foi disponibilizado em Blu-Ray e DVD.

Cinco dias após o lançamento do filme, já estava no mercado o jogo *Toy Story 3*, disponível para uma série de plataformas: Nintendo DS, IOS, Wii, Xbox 360, Microsoft Windows, PlayStation Portable, PlayStation 2, PlayStation 3, e MacOS X. O jogo é baseado no filme, logo, o objetivo é fugir de situações desagradáveis. Cada personagem do filme possui um movimento especial e precisam trabalhar em equipe. Os jogadores podem escolher jogar seguindo os acontecimentos do filme ou podem criar suas próprias missões. O jogo fez muito sucesso. No Reino Unido, por exemplo, ele se tornou o mais vendido em apenas três semanas após o lançamento.<sup>66</sup>

Ainda em 2010, foram lançados no mercado mais 11 coleções de Lego: *Construct-a-Zurg*, inspirado em *Toy Story 2*, com 118 peças e um mini-personagem; *Construct-a-Buzz*, inspirado em *Toy Story* (1995), com 205 peças e um mini-personagem; *Trash Compactor Escape*, inspirado em *Toy Story 3*, com 370 peças e cinco mini-personagens; *Western Train Chase*, também inspirado em *Toy Story 3*, com 584 peças e seis mini-personagens; *Pizza Planet Truck Rescue*, inspirado em *Toy Story 2*, com 225 peças e quatro mini-personagens; *Garbage Truck Getaway*, inspirado em *Toy Story 3*, com 402 peças e quatro mini-personagens; *Lotso's Dump Truck*, também inspirado em *Toy story 3*, com 129 peças e três mini-personagens; *Alien Space Ship*, inspirado na série Buzz Lightyear do comando estelar, com 26 peças e um mini-personagem; *Army Jeep*, inspirado em *Toy Story* (1995), com 37 peças e um mini-personagem; *Woody's Camp Out*, inspirado em *Toy Story 2*, com 18 peças e um mini-personagem e *Buzz's Mini Ship*, inspirado na série Buzz Lightyear do comando estelar, com 27 peças e um mini-personagem.<sup>67</sup>

A partir de 2011, a *Walt Disney Pictures* lançou *Toy Story Toons*, uma série de curtas-metragens abordando acontecimentos posteriores a animação *Toy Story 3*. Cada um dos três episódios lançados até o momento foi exibido junto a algum filme produzido pela Disney

<sup>65</sup>Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_3](http://disney.wikia.com/wiki/Toy_Story_3). Acesso em: 12/01/2017.

<sup>66</sup>Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_3:\\_The\\_Video\\_Game](http://disney.wikia.com/wiki/Toy_Story_3:_The_Video_Game). Acesso em: 12/01/2017.

<sup>67</sup>Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Lego\\_Toy\\_Story](http://disney.wikia.com/wiki/Lego_Toy_Story). Acesso em: 12/01/2017.

Pixar. O primeiro, *Toy Story Toons: Small Fry*<sup>68</sup> foi exibido junto ao filme de animação *Muppets*, em 2011; O segundo, *Toy Story Toons: Hawaiian Vacation*,<sup>69</sup> foi exibido no cinema junto ao filme de animação *Carros 2* e incluído no Blu-ray Disney DVD desse mesmo filme, também lançado em 2011; E o terceiro curta, *Toy Story Toons: Partysaurus Rex*<sup>70</sup>, junto ao lançamento nos cinemas da versão em 3D da animação *Procurando o Nemo*.<sup>71</sup>

Ainda em 2011, *Toy Story 3* também foi incluído no *Show Worlds of Enchantment*, do musical *Disney on Ice*. Nele, os artistas realizam difíceis movimentos de patinação artística, incluindo saltos duplos e triplos, seguindo o enredo do filme.<sup>72</sup>

Em 2012, uma versão do *Toy Story Mania* foi inaugurada no *Tokyo Disney Resort*. Logo no início do passeio, o visitante passa por dentro da boca de Woody e tem a sensação de ter se tornado do tamanho de um brinquedo. O passeio é repleto de efeitos especiais, além de uma série de jogos.<sup>73</sup>

Em 2013, foi lançado um especial *Halloween* para a TV de “*Toy Story of Terror*”. Essa produção de 21 minutos de duração não segue o enredo de *Toy Story 3*, mas, a partir dele, cria outro enredo, como se fosse algo que ocorreu depois dos acontecimentos do filme. No ano seguinte, 2014, foi lançada a versão em Blu-Ray e DVD, acrescido dos três episódios de *Toy Story Toons*, de 2011.<sup>74</sup>

Mais recentemente, em 2016, foi inaugurado o *Toy Story Hotel*, no *Shanghai Disney Resort*. Quando visto de cima, o formato do hotel é semelhante ao símbolo do infinito. Nele há duas alas, uma do personagem Woody e outra do personagem Buzz Lightyear. De acordo com o site do resort, por todo lado é possível encontrar surpresas. Além disso, a decoração dos quartos também é inspirada em *Toy Story*.<sup>75</sup> A Figura 47 apresenta um panorama geral da rede transmídia.

<sup>68</sup>No Brasil, o curta-metragem recebeu o título “Um pequeno grande erro”.

<sup>69</sup>No Brasil, o curta-metragem recebeu o título “Férias no Havaí”.

<sup>70</sup>No Brasil, o curta-metragem recebeu o título “Festa-sauro Rex”.

<sup>71</sup>Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_Toons](http://disney.wikia.com/wiki/Toy_Story_Toons). Acesso em 29/01/2017.

<sup>72</sup>Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Disney\\_On\\_Ice](http://disney.wikia.com/wiki/Disney_On_Ice). Acesso em 29/01/2017.

<sup>73</sup>Disponível em: <http://www.tokyodisneyresort.jp/en/attraction/lists/park:tds>. Acesso em 29/01/2017.

<sup>74</sup>Disponível em: [http://pixar.wikia.com/wiki/Toy\\_Story\\_of\\_Terror!](http://pixar.wikia.com/wiki/Toy_Story_of_Terror!) Acesso em 29/01/2017.

<sup>75</sup>Disponível em: <https://www.shanghaidisneyresort.com/en/hotels/toy-story-hotel/>. Acesso em 29/01/2017.



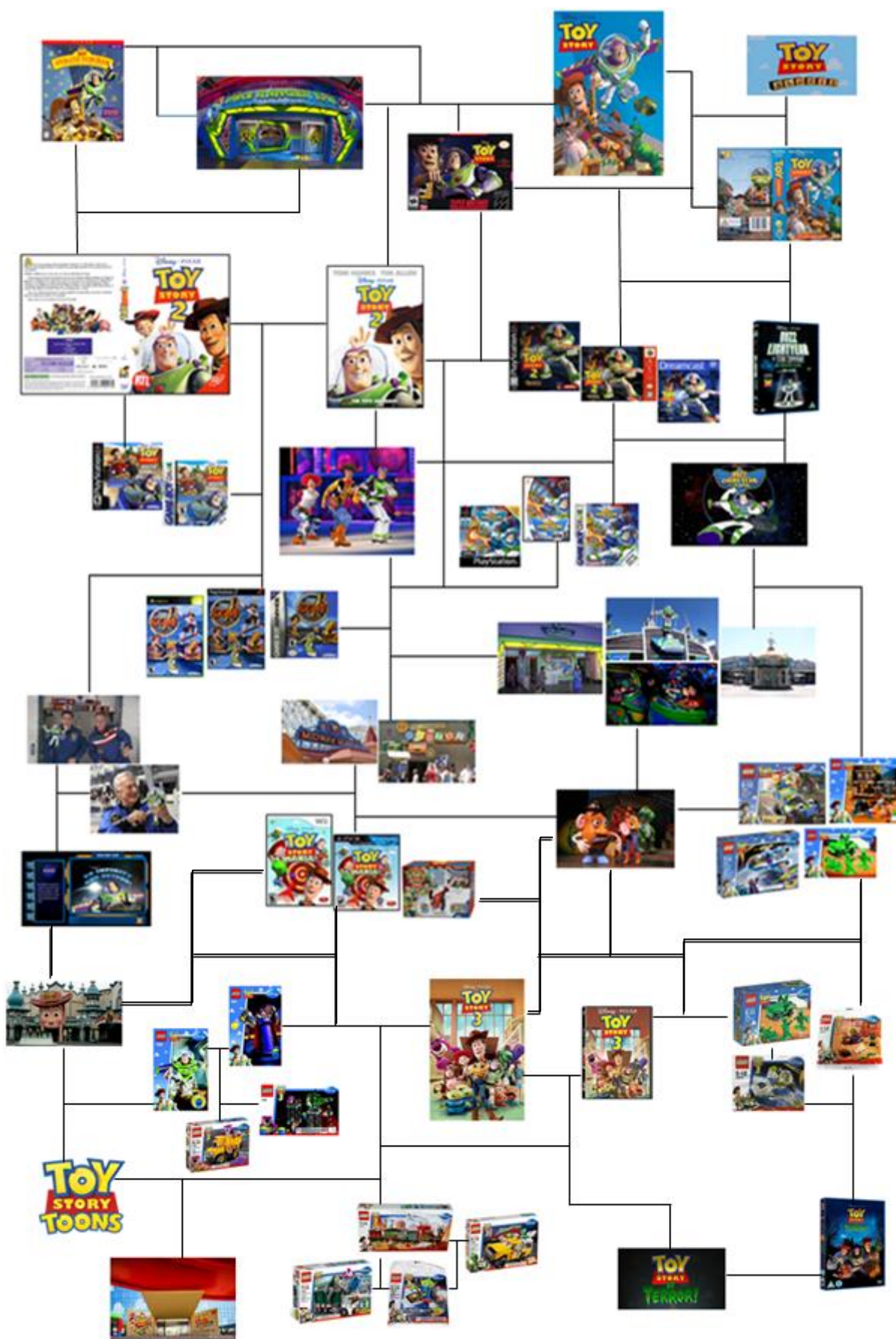


Figura. 46. Panorama geral da rede transmídia *Toy Story*.

Além de todos esses cabos da rede transmídia, não podemos ignorar que, durante todos os períodos apresentados, muitas outras mercadorias foram lançadas, em diversos seguimentos. Esses artigos não se dirigem apenas ao público infantil. A franquia *Toy Story* sabe perfeitamente que tem fãs e consumidores de diferentes idades. Não é para menos, já que muitas daquelas crianças que assistiram ao primeiro filme da franquia cresceram acompanhando os demais lançamentos. Um exemplo disso é a nova coleção adulta *Toy Story*, da fabricante norte-americana Vans, lançada em outubro de 2016, nos Estados Unidos e que já pode ser encontrada em lojas do Brasil. Essa coleção inclui tênis, bonés, mochilas, meias e até peças íntimas (Figura 48). Todos os produtos são baseados em *Toy Story* (1995): os tênis possuem a assinatura de Andy na sola, assim como nos sapatos de Woody e Buzz Lightyear, no filme. Além disso, no modelo Alien, os olhos dos personagens brilham no escuro.



Figura 47: Coleção de produtos *Toy Story* para o público adulto.

Na rede social *Facebook*, também existe a *fanpage*<sup>76</sup> oficial *Toy Story*. Ali são publicadas novidades em primeira mão, jogos, vídeos exclusivos, *Quizzes*<sup>77</sup>, cenas dos filmes, e muito mais. Atualmente, a página tem mais de trinta milhões de curtidas. Há muitos comentários dos fãs, entre eles, alguns desabafos, principalmente em torno do rumo que história tomou em *Toy Story 3* (2010). Nesse filme Andy doa seus brinquedos para uma criança. O que deixou muitos fãs chateados foi o fato de Andy ter dado os seus brinquedos preferidos a uma criança desconhecida. Para eles, essa foi uma atitude injusta, já que os brinquedos passaram a vida inteira correndo atrás de Andy. Em comentários semelhantes, alguns fãs declararam que preferiam que os brinquedos ficassem guardados no porão para que

<sup>76</sup>*Fanpage* é uma página criada no *Facebook* por uma marca, banda, empresa, etc. O objetivo é promover a interação dos fãs e consumidores, além de divulgar a marca.

<sup>77</sup> *Quizzes* são questionários que visam fazer uma avaliação dos conhecimentos de uma pessoa ou um grupo de pessoas sobre determinado assunto.



em um próximo filme, pudessem ver o Andy adulto brincando com eles e com seu filho. No *Youtube*<sup>78</sup>, inclusive, há vídeos produzidos pelos fãs com esse final para o filme.

Os comentários dos fãs são muito importantes para uma rede transmídia. *Toy Story 3* (2010) é o único filme da franquia que não foi dirigido por John Lasseter e o único que causou controvérsias entre os fãs. Essa repercussão nas redes sociais, pode estar relacionada à decisão da Disney Pixar em permitir que Lasseter dirija o próximo filme, *Toy Story 4*. Essa é uma característica da narrativa transmidiática apontada por Jenkins (2008). Segundo ele, os consumidores devem assumir um papel de caçadores e coletores, ou seja, perseguindo a história em diferentes canais, comparando suas observações com a dos outros fãs. Isso ocorre, principalmente através das redes sociais.

É interessante notar como a Disney Pixar se manteve ativa nesses vinte e um anos, desde o lançamento de *Toy Story* (1995), estimulando o interesse dos fãs através de séries na TV, que contam histórias para além do enredo dos filmes; jogos, que expandem a narrativa porque inserem os personagens em novos contextos; curta-metragens como abertura no lançamento de outros filmes, uma jogada de *marketing* que ajuda a manter viva a narrativa na memória dos fãs, preenchendo os espaços entre o lançamento de um filme e o lançamento do próximo; página oficial no *Facebook*, promovendo a franquia através da disponibilização de vídeos e informações que ajudam na imersão dos fãs, sempre prontos para o próximo lançamento; sites com conteúdos interativos, jogos online, e muito mais. Em outras palavras, a narrativa é expandida, a história nunca é encerrada. Não existe um ponto final, o objetivo é ir “Ao infinito e além!”. Por trás da rede transmídia há um imenso investimento para atrair consumidores:

Mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes. Filmes e televisão provavelmente têm os públicos mais diversificados; quadrinhos e games, os mais restritos. Uma boa franquia transmidiática trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas – e se cada obra oferecer experiências novas –, é possível contar com um mercado de intersecção que irá expandir o potencial de toda franquia (JENKIN, 2008, p. 136).

A animação *Toy Story* (1995) se tornou precursora de uma variedade de produtos. Nada disso ocorreu por acaso. A Disney tem se beneficiado cada vez mais de sua marca para atestar a legitimidade dos “verdadeiros” produtos relacionados aos seus personagens. Isso implica inclusive, em processos judiciais a todos os que ousem violar os direitos autorais da

---

<sup>78</sup> *Youtube* é um site de compartilhamento de vídeos enviados pelos usuários através da internet.

companhia: “No seu zelo em proteger sua imagem e aumentar seus lucros, a Disney chegou ao ponto de processar uma creche por uso indevido de seus personagens de desenhos animados.” (GIROUX, 2004, p. 90). Defender a marca a qualquer custo é importante para a companhia, uma vez que o sucesso comercial de suas produções não se limita apenas aos lucros de bilheteria:

Conectando de forma bem sucedida os rituais de consumo e a ida ao cinema, os desenhos animados da Disney abastecem um “mercado de cultura”, uma plataforma de lançamento para um infindável número de produtos e mercadorias que incluem vídeo cassetes, trilhas sonoras, roupa infantil, mobílias, brinquedo de pelúcia e novos passeios aos parques temáticos. (GIROUX, 2004, p. 90).

Toda essa complexa rede só pode ser tecida numa sociedade de consumidores, composta não por sujeitos ingênuos e manipuláveis, mas por sujeitos que buscam mais do que comprar, construir identidades e investir em “tudo que serve para o ‘valor social’ e a auto-estima do indivíduo”. (BAUMAN, 2008, p. 76), ávidos por novas experiências de consumo. As histórias *Toy Story* narradas nas diferentes plataformas midiáticas permitem o acesso à franquia por intermédio de variados suportes (quadrinhos, filmes, séries, jogos, etc.) Assim, é possível consumir sem sequer ter assistido ao primeiro filme da extensa rede. Isso demonstra que *Toy Story* (1995) é um exemplo de narrativa transmídia, não apenas porque o fluxo de seu conteúdo percorreu diferentes plataformas, mas também porque através dessas plataformas o consumo da franquia aumentou, ajudando a sustentar a marca.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS: EDUCAÇÃO PARA A LEITURA CRÍTICA DA MÍDIA

*Estudar a mídia é um risco, em ambos os casos. Isso implica, inevitável e necessariamente, um processo de desfamiliarização. Questionar o dado-por-certo. Mergulhar abaixo da superfície do significado. Recusar o óbvio, o literal, o singular. Em nosso trabalho, muitas vezes e com razão, o simples se torna complexo, o óbvio opaco. Luzes brilhantes fazem desaparecer as sombras. Está tudo nos cantos (SILVERSTONE, 2014, p. 35).*

É difícil escapar à mídia. Ela está presente em todos os aspectos da vida cotidiana, portanto, estudá-la implica considerá-la como uma dimensão cultural e social, política e econômica, no mundo moderno. Em se tratando do cinema como uma, entre tantas mídias, nem sempre é fácil fugir do óbvio, principalmente quando há uma tendência em defini-lo apenas como um meio de entretenimento. No cenário atual, é preciso construir um diálogo entre o cinema e a educação. Levando em conta que assim como ninguém escapa à mídia, ninguém escapa à educação.

Esta pesquisa pretendeu analisar representações de infância de brinquedo e de consumo na animação *Toy Story* (1995), entendendo o filme como uma mídia produzida pela Indústria Cultural. As análises revelaram uma complexidade não apenas no tocante às técnicas inovadoras empregadas na produção da obra, mas também nos discursos afigurados com uma aparente inocência.

As investigações do contexto de produção do filme demonstraram uma intensa negociação por parte da Pixar com a Disney, visando não apenas um bom filme, mas, sobretudo lucros e reconhecimento na indústria cinematográfica. A escolha dos personagens brinquedos possibilitou trabalhar com duas figuras que já haviam sido exploradas no cinema *Hollywoodiano*, como o cowboy e o astronauta. Esses personagens representam não só a confirmação de um mito, mas também uma relação entre o passado e o futuro. Na realidade diegética, ambos se aliam. O filme, enquanto novidade no cinema de animação, também representa a união entre o passado e o futuro nas técnicas empregadas em sua produção. Mais que isso, *Toy Story* (1995) se torna um marco na história dos filmes de animação, a união da tradição dos estúdios Disney com a inovação dos estúdios Pixar.

As representações de infância contidas na obra apontam para a valorização de um único modelo: a infância como tempo de vida isento de preocupações, voltado às brincadeiras e à parte do mundo adulto. O garoto Andy é a criança representante dessa infância. No filme, ele é gentil, obediente, higienizado e dócil. É a criança ideal: não dá trabalho, cumpre ordens e permanece a maior parte do tempo no quarto, brincando, sem destruir nada, sem se sujar. O

filme retrata de forma negativa a infância agitada e desordeira, que põe em risco o bem-estar social. Sid é a criança que encena essa infância. É inquieto, sujo e desobediente. Ele é o garoto-problema: em casa, na vizinhança, nos espaços públicos e na escola. Ele representa a criança que precisa ser “educada”, docilizada. A bebê Molly representa um projeto de infância saudável, o filme destaca que ela está em “fase de crescimento” e ainda tem muito que “aprender”. Precisa, por exemplo, ser “ensinada” a não estragar os brinquedos. Hannah representa a criança que pode ter problemas no futuro, por conta da influência do irmão Sid, o garoto-problema, e por conta da ausência de uma mãe ideal.

Os brinquedos e os modos de brincar representados no filme são demarcados por questões de gênero. Os brinquedos das meninas se resumem em bonecas e artigos que remetem ao universo doméstico. Assim, há uma delimitação simbólica do lugar social destinado às mulheres. No brincar, a garota Hannah também reproduz esses estereótipos. Todos os signos que compõem essa personagem a tornam frágil, insegura e submissa. Mais que um ideal de infância, ela indica um ideal de feminilidade. Os pertences das meninas do filme são monocromáticos e constituem um mundo cor-de-rosa.

O brincar dos meninos é retrato de maneira bem diferente. O universo das brincadeiras é amplo e explora ambientes diversificados. As cores dos brinquedos e dos pertences dos garotos também são variadas. No entanto, o brincar do garoto Andy é representado como o modo “correto” de brincar, enquanto que o brincar do garoto Sid é representado como inadequado. A pedagogia do filme ensina que o modo correto de brincar implica em não estragar os brinquedos e considerá-los verdadeiros amigos. Essa relação afetiva da criança com o brinquedo se consolida pelo consumo de produtos que se relacionam ao amigo-brinquedo. Assim, a criança ideal é aquela que, além de obediente, também sabe consumir.

Nas entrelinhas da trama, o consumo se apresenta de diferentes maneiras: na compra de brinquedos, acessórios, roupas e também na experiência de sair pra lanchar em ambientes que possibilitam o consumo, não só de comida, mas também de jogos e brinquedos eletrônicos. Nesse quesito, até o garoto-problema é aprovado: ele não só frequenta o mesmo ambiente de jogos, comida e diversão, mas também compra artigos pela internet.

A rede transmídia construída a partir do filme incorpora diversas formas de consumir relacionados à franquia *Toy Story*: DVDs, jogo, roupas, passeios, *shows*, redes sociais, cruzeiros, brinquedos, parques, entre outros. Essa rede não tem fim. Novos elos são incluídos a cada ano, com o claro intuito de atrair mais consumidores. Assim, o espectador é convocado a ser fiel à franquia.

Os resultados obtidos nessa pesquisa reforçam o que os Estudos Culturais têm afirmado: os produtos da Indústria Cultural não estão produzindo apenas entretenimentos inofensivos. Portanto, é necessário compreender o modo como a mídia atua, produz significados e gera experiências. Nesse sentido, é importante que os educadores ampliem a noção de alfabetização para analisar criticamente as relações estabelecidas entre a mídia a construção de conhecimento.

Acredito que o grande desafio da alfabetização crítica da mídia é que não há uma pedagogia estruturada no sentido tradicional. Ela precisa ser construída e requer professores e alunos envolvidos no processo de desconstrução de mitos, verdades e estereótipos difundidos pelos produtos da Indústria Cultural. No entanto, utilizando a metáfora apresentada por Kellner & Share (2008), a leitura crítica da mídia implica em não apenas enxergar a ponta óbvia do *iceberg*, ignorando todo o resto. A leitura crítica da mídia deve ser transformada em instrumento de mudança social e:

- Envolver a ocupação de um espaço acima da dicotomia do fanatismo e do censor.
- Ter como objetivo a autonomia crítica, para que os alunos questionem criticamente a mídia mesmo sem a presença de seus professores.
- Incluir a crítica às maneiras em que a mídia reproduz o racismo, o sexismo, a homofobia e outros preconceitos, e também estimular alunos a encontrar sua própria voz ao criticar a cultura midiática e produzir representações alternativas.
- Ser relacionada à educação para a democracia, estimulando os alunos a serem participantes informados e letrados midiáticos em suas sociedades.
- Ser um fio comum que passe por todas as áreas curriculares, uma vez que se refere à comunicação e à sociedade.

Em se tratando da educação midiática, não existem modelos prontos, e sim, pontos de referência interpretativos. A partir deles, os educadores devem construir suas estratégias e repensá-las, sempre que necessário. Considero que as discussões contidas neste trabalho são pertinentes para se pensar na importância do estudo crítico da mídia para a Educação contemporânea.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Inácio. Prefácio. In: COSTA, Antônio. **Compreender o Cinema**. Rio de Janeiro: Globo, 1987.
- ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. Tradução de Dora Flaksman. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2006.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Tr. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BENJAMIN, Walter. **Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação**. Tr. Marcus Vinicius Mazzari. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2009.
- BERNARDET, Jean Claude. **O que é cinema?** 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é educação**. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- BRASIL. Ministério de Educação e do Desporto. **Referencial curricular nacional para a educação infantil**. Brasília, DF: MEC, 1998.
- BROUGÈRE, Gilles. A criança e a cultura lúdica. In: KISHIMOTO, T.M. (org.) **O brincar e suas teorias**. São Paulo: Pioneira, 1998, p.19-32.
- \_\_\_\_\_. **Brinquedo e Cultura**. São Paulo: Cortez, 2010.
- \_\_\_\_\_. **Brinquedos e Companhia**. Tr. Maria Alice A. Sampaio Dória. São Paulo: Cortez, 2004.
- BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: Loyola, 2007.
- CATMULL, Ed. **Criatividade S.A.**: Superando as forças invisíveis que ficam no caminho da verdadeira inspiração. Tr. MONTINGELLI JR., Nivaldo. Rio de Janeiro: Rocco, 2014.
- CECHIN, A.; ELI DA VEIGA, J. O fundamento central da economia ecológica. In: MAY, P. (Ed.) **Economia do meio ambiente: teoria e prática**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p.33-48.
- COSTA, M.V.; SILVEIRA, R. H.; SOMMER, L.H. Estudos culturais, educação e pedagogia. **Revista Brasileira de Educação**, n. 23, p. 36-61, Maio/Jun/Jul/Ago 2003.
- DANTAS, Heloysa. Brincar e trabalhar. In: KISHIMOTO, Tizuko Morchida (Org.). **O brincar e suas teorias**. São Paulo: Pioneira, 1998. p. 111-121.
- Duarte, Rosália. **Cinema & Educação**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora.
- EDGAR-HUNT, Robert; MARLAND, John; RAWLE, Steven. **A linguagem do cinema**. Tr. Francine Facchin Esteves. Porto Alegre: Bookman, 2013.

FILHO, Marco Antonio Vivolo. **Acampamentos no Brasil:** Aspectos históricos e importância social. 2003. Monografia (MBA Economia do Turismo). Universidade de São Paulo. USP, São Paulo: 2003.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **O nome da Marca:** McDonald's, feitiçismo e cultura descartável. São Paulo, SP: Boitempo, 2002.

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas:** uma arqueologia das ciências humanas. Tradução Salma Tannus Muchail. 8º ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FOUCAULT, M. **Isto não é um cachimbo.** Trad. COLI, Jorge. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1988.

GARCIA, Ana Carolina. **A fantástica fábrica de filmes:** como Hollywood se tornou a capital mundial do cinema. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2011.

GAUTHIER, Clemont. O século XVII e o problema do método no ensino ou o nascimento da pedagogia. In: GAUTHIER, Clemont; TARDIF, Maurice (org.). **A pedagogia:** Teoria e práticas da antiguidade aos nossos dias. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2010. pp. 121-148.

GIROUX, Henry A. **Os filmes da Disney são bons para os seus filhos?** In: STEINBERG, Shirley R.; KINCHELOE, Joe L. (Org). **Cultura infantil:** A construção corporativa da infância. Tr. George Eduardo Japiassú Bricio. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. pp. 87-108.

GIROUX, H. McLAREN, P. Por uma pedagogia crítica da representação. In: SILVA, T. T.; MOREIRA, A F. (org.). **Territórios contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais.** Petrópolis: Vozes, 1995.

HOBSBAWM, Eric J. **Tempos fraturados.** Tr. VARGAS, Berilo. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

ISAACSON, Walter. **Steve Jobs:** A biografia. Tr. VARGAS, Berilo; BOTTMANN, Denise; SOARES, Pedro Maia. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Trad. Susana Alexandria. 2ª Edição. São Paulo: ALEPH, 2009.

KARNOL, Leandro & Outros. **História dos Estados Unidos:** das origens ao século XXI. São Paulo: Contexto, 2007.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais:** identidade e política entre o moderno e o pós-moderno, Bauru, SP, EDUSC, 2001.

KINCHELOE, Joe L.; STEINBERG, Shirley R. Sem segredos: cultura infantil, saturação de informações e infância pós-moderna. In: KINCHELOE, Joe L.; STEINBERG, Shirley R. (Org). **Cultura infantil:** A construção corporativa da infância. Tr. George Eduardo Japiassú Bricio. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. pp. 11-52.

KISHIMOTO, Tizuko Morshida. **O brincar e suas teorias.** São Paulo: Pioneira 1998.

LOBO, Carlos Eduardo Riberi Lobo; CORTEZ, Ana Cláudia Salgado. O programa “Guerra nas Estrelas” e o governo Reagan. CADUS – Revista de História, Política e Cultura, São Paulo, v. 1, n. 1, julho/2015. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/polithicult/article/view/23724>

MACAU, Elbert E. N. Chegamos à Lua. In: WINTER, Othoon Cabo; PRADO, Antonio Fernando Bertachini de Almeida (org.). **A Conquista do Espaço: Do Sputnik à Missão Centenário**. São Paulo: Livraria da Física, 2007. pp. 75-122.

MOURA, S. M. S. R. de; ARAUJO, M. DE F. **A maternidade na história e a história dos cuidados maternos. Psicol. cienc. prof.**, Brasília, v. 24, n. 1, mar. 2004. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1679-494X2014000100006](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-494X2014000100006). Acesso em 02/02/2017.

PEDROSA, Maria Isabel. **A surpreendente descoberta: quem é e o que pode aprender uma criança de até três anos**. Brasília: MEC, 2009. Disponível em: <http://tvbrasil.org.br/fotos/salto/series/18165615-Educriancascreches.pdf>. Acesso em 01 de agosto de 2016.

PEREIRA, Rita Marisa Ribes. Uma história cultural dos brinquedos. In: **Revista Teias**. V. 10. N. 20. 2009.

PIAGET, J. e INHELDER, B. **A Psicologia da criança**. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 1990.

PONTE, Cristina. Mídia e Construção da infância: da criança inocente do século XIX à criança sexualizada do século XXI. In: PEREIRA, Rita Maria Ribes; SANTOS, Núbia de Oliveira; LOPES, Ana Elisabete Rodrigues de Carvalho. (org.). **Infância, Juventude e Educação**. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2015.

PRIORE, Mary Del. **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** 4. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. 2. ed. Campinas, SP: Papyrus, 1994.

VARGAS, Juliana Ribeiro de. Para que educamos nossas meninas? In: COSTA, Marisa Vorraber (org.). **A educação na cultura da mídia e do consumo**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009. V.1, pp. 117-120.

VIGOTSKI, L.S. **A brincadeira e o seu papel no desenvolvimento psíquico da criança**. Tradução: Zóia Prestes. Revista Virtual de Gestão de Iniciativas Sociais. ISSN: 1808- 6535 publicada em Junho de 2008. p. 26-36. Disponível em: <http://www.ltds.ufrj.br/gis/anteriores/rvgis11.pdf>.

VON, Cristina. **A História do Brinquedo: para as crianças conhecerem e os adultos se lembrarem**. São Paulo: Alegro, 2001.

VUGMAN, Fernando Simão. Western. In: MASCARELLO, Fernando. (org.). **História do cinema mundial**. Campinas, SP: Papyrus, 2006. pp. 159-176.



XAVIER, Ismail. **O olhar e a cena:** Melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.